



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
MESTRADO ACADÊMICO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

RAFAELA PEREIRA DE CARVALHO

**PRÁTICAS INFORMACIONAIS NA ESTRUTURAÇÃO DA CULTURA
PARTICIPATIVA DO *FANDOM*: UMA ANÁLISE DE AS CRÔNICAS DE GELO E
FOGO**

Linha de Pesquisa: Mediação e Gestão da Informação e do Conhecimento

FORTALEZA-CE

2020

RAFAELA PEREIRA DE CARVALHO

PRÁTICAS INFORMACIONAIS NA ESTRUTURAÇÃO DA CULTURA PARTICIPATIVA
DO *FANDOM*: UMA ANÁLISE DE AS CRÔNICAS DE GELO E FOGO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestra em Ciência da Informação. Linha de Pesquisa: Mediação e Gestão da Informação e Conhecimento.

Orientador: Prof. Dr. Jefferson Veras Nunes

FORTALEZA-CE

2020

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- C327p Carvalho, Rafaela Pereira de.
Práticas informacionais na estruturação da cultura participativa do fandom: : uma análise de As Crônicas de Gelo e Fogo / Rafaela Pereira de Carvalho. – 2020.
122 f. : il. color.
- Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Fortaleza, 2020.
Orientação: Prof. Dr. Jefferson Veras Nunes.
1. Práticas Informacionais. 2. Estudos de Usuário. 3. Cultura Participativa. 4. Cultura de Fãs. 5. As Crônicas de Gelo e Fogo. I. Título.

CDD 020

RAFAELA PEREIRA DE CARVALHO

PRÁTICAS INFORMACIONAIS NA ESTRUTURAÇÃO DA CULTURA PARTICIPATIVA
DO *FANDOM*: UMA ANÁLISE DE AS CRÔNICAS DE GELO E FOGO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestra em Ciência da Informação. Linha de Pesquisa: Mediação e Gestão da Informação e Conhecimento.

Aprovada em: ___ / ___ / ____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Jefferson Veras Nunes (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Claudio Paixão Anastácio de Paula (Membro Externo)
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

Profa. Dra. Maria de Fátima Oliveira Costa (Membro Interno)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Minha Mãe, o motivo pelo qual eu ainda não
desisti de nada.

AGRADECIMENTOS

A CAPES, pelo apoio financeiro com a manutenção da bolsa de auxílio.

Ao Prof. Dr. Jefferson Veras Nunes, querido orientador que tem aguentado toda a minha leseira desde a graduação, obrigado pela paciência e todas as contribuições que ajudaram na realização deste trabalho.

Aos professores participantes da banca examinadora, Claudio Paixão Anastácio de Paula e Maria de Fátima Oliveira Costa, por aceitarem o convite para participarem da banca, pelo tempo, pelas valiosas colaborações e sugestões.

Aos fãs entrevistados, pelo tempo concedido e por tudo o que fazem para levar informações para o *fandom*.

Aos colegas da turma de mestrado, essenciais em todos os momentos durante todo o percurso que finda nesta dissertação.

A Ezequiel “Escobar” Sousa, Mayara Cyntia, Nayeli Feitosa e Raquel Nascimento por compartilharem comigo todos os perrengues de 2019, e as piadas de 2018. Como diria Kim Namjoon, eu desejaria que houvesse uma palavra melhor do que amor, para expressar o quanto vocês são importantes pra mim.

A Veruska Maciel, por todo carinho e pela competência sem tamanho em quebrar todos os galhos e ajudar a resolver os problemas do dia a dia no mestrado.

A minha psicóloga Lu, provavelmente a primeira na lista dos responsáveis para que esse trabalho fosse finalizado, acho que eu não te pago o suficiente, para ouvir todos os meus problemas e as minhas paranoias e ainda bancar a babá dessa dissertação, mas receba um obrigado bem grande.

Ao Cleiton Ribeiro, por ser um amigo excepcional e estar sempre disposto a ouvir tudo sobre a minha pesquisa.

A Suzana Pandora, que me deu abrigo sempre que eu precisei desabafar sobre o mestrado e sobre como o tempo parecia curto demais.

A todos os grupos de Kpop que serviram de trilha sonora para os inúmeros dias e incontáveis noites em que eu fiquei escrevendo, em especial para o BTS (Kim Namjoon, Kim SeokJin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook, BTS! – Leia isto como uma fanchant) aka melhores artistas que alguém pode seguir.

Aos meus familiares, Gabriela Carvalho, Ivonete Abreu, Reynaldo Carvalho, Thalita Carvalho que sempre me apoiam e acreditam no meu potencial e por compreenderem que eu precisava de paz e silêncio para escrever.

Ao Davi Vidal Carvalho, Afilhado/Sobrinho, por me ensinar todos os dias a ver a vida de maneira diferente e por sempre interromper meus momentos de estudo.

Ao meu cachorro Zé, por ser sempre um fiel companheiro e ficar dormindo na minha cama enquanto eu escrevia.

Por fim, mas não menos importante, eu quero agradecer a mim mesma por ter feito piada de todas as situações ridículas que aconteceram durante esse período, por ter continuado até o fim e escrito cada página dessa dissertação. (You go girl!)

Provavelmente eu esqueci alguém, mas agradeço a você que foi esquecido também.

Enfim, meu muito obrigado a todos que contribuíram de algum jeito para esse trabalho chegasse ao fim e que eu sobrevivesse a 2019 com mais atestados médicos do que eu gostaria.

“A cultura é o mais forte e intangível tipo de poder, que quebra todas as barreiras.”

(Kim Namjoon)

RESUMO

Trata sobre o estudo das práticas informacionais do *fandom* de As Crônicas de Gelo e Fogo. Apresenta como questão problema: De que maneira as Práticas Informacionais dos criadores de conteúdo podem contribuir para a manutenção da cultura participativa do *Fandom*?. O objetivo norteador da pesquisa foi analisar as práticas informacionais dos fãs criadores de conteúdo no ciberespaço e sua relação com a cultura participativa. Consoante a este objetivo, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: Compreender a relação entre cultura participativa e cultura de fãs; Identificar as plataformas midiáticas usadas pelo *fandom*; Caracterizar e descrever as práticas informacionais dos criadores de conteúdo digital do *fandom*; Analisar o consumo de conteúdo produzido pelo *fandom* e sua disseminação a partir da perspectiva dos criadores. Para alcançar esses objetivos, foi realizada uma pesquisa de cunho qualitativo, descritiva e bibliográfica, são discutidos temas relacionados às práticas informacionais, cultura participativa e cultura de fãs, observando-os em seus aspectos conceituais e teóricos, e estabelecendo relações entre eles. Para coleta de dados foi utilizado o Modelo de Práticas Informacionais de Harlan, para servir como base para a elaboração das entrevistas, que foram realizadas com fãs que produzem conteúdo em diferentes plataformas midiáticas, a amostra foi composta por 9 fãs escolhidos através da técnica bola de neve. A interpretação dos dados foi baseada nos pressupostos metodológicos da análise de conteúdo. A partir do estudo foi possível entender que as práticas informacionais que os fãs estabelecem no processo de produção de conteúdo são fundamentais para que seja desenvolvida a cultura participativa dentro do *fandom*, visto que os artefatos que são criados nessas práticas serviram como base para o engajamento de outros fãs dentro das comunidades de fãs. Assim compreendeu-se que os processos de busca, uso e compartilhamento de informação que são realizados pelos fãs são intrínsecos ao processo de participação dentro do *fandom*.

Palavras-chave: Prática Informacionais. Estudos de Usuários. Cultura Participativa. Cultura de Fãs. As Crônicas de Gelo e Fogo.

ABSTRACT

It deals with the study of the information practice of the fandom of A Song of Ice and Fire. It presents as a problem: How can the information practice from the content creators contribute to maintaining the participatory culture of the fandom?. The guiding objective of the research was to analyze the information practice of fans who create content in cyberspace and their relationship with participatory culture. Consonant on this objective, the following specific objectives were established: Understand the relationship between participatory culture and fan culture; Identify the media platforms used by the fandom; Characterize and describe the information practice of content creators of fandom; Analyze the consumption of content produced by the fandom and its dissemination from the creator's perspective. To achieve these objectives, a qualitative, descriptive and bibliographic research was carried out, topics related to information practice, participatory culture and fan culture are discussed, observing them in their conceptual and theoretical aspects, and establishing relationships between them. For data collection, the Harlan Information Practices Model was used to serve as a basis for the preparation of the interviews, which were conducted with fans that create content on different media platforms; the sample was composed of 9 fans chosen through the snowball technique. The interpretation of the data was based on the methodological assumptions of the content analysis. From the study it was possible to understand that the information practice that the fans establish in the content production process are fundamental for the development of the participatory culture within the fandom, since the artifacts that are created in these practice served as a basis for the engagement of other fans within the fan communities. So we understand that the processes of searching, using and sharing information that are performed by fans are somewhat intrinsic to the participation process within the fandom.

Keywords: Information Practice. User Studies. Participatory Culture. Fan Culture. A Song of Ice and Fire.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	– Práticas Informacionais.....	39
Figura 2	– Página Inicial do Site Westeros.Org.....	58
Figura 3	– O Fórum em Números.....	59
Figura 4	– Site Gelo & Fogo.....	62
Figura 5	– Canais Identificados no Youtube.....	63
Figura 6	– Interações no Twitter.....	64
Figura 7	– Modelo de Práticas Informacionais.....	68
Figura 8	– Comunidade de Aprendizagem.....	71
Figura 9	– Negociação de Estética.....	78
Figura 10	– Negociação de Controle.....	83
Figura 11	– Negociação de Capacidade.....	89
Figura 12	– Representação do Conhecimento.....	93

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	– Abordagem orientado ao sistema e Abordagem orientado ao usuário.....	26
Quadro 2	– Diferenças nos Estudos de Usuário dentro da Abordagem Cognitiva e Social	29
Quadro 3	– Categorias de Experiências de Informação e Ações Informacionais.....	38
Quadro 4	– Fundamentação Teórica da Pesquisa.....	61
Quadro 5	– Temas do Roteiro de Entrevista.....	66
Quadro 6	– Processo da Análise de Conteúdo.....	68

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	EPISTEMOLOGIA DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO.....	18
2.1	A Abordagem Social da Informação.....	20
2.2	Estudos de Usuários e Práticas Informacionais.....	23
2.2.1	Práticas Informacionais e as Influências das Teorias Sociais.....	30
2.3	Modelos de Práticas Informacionais.....	35
2.3.1	Modelo de Práticas Informacionais em Comunidades Digitais por Mary Ann Harlan.....	37
3	CULTURA PARTICIPATIVA E CULTURA DE FÃS.....	41
3.1	Indústria Cultural e Cultura de Massa.....	43
3.2	Cultura da Convergência e Cultura Participativa.....	47
3.3	Cultura de Fãs.....	52
3.3.1	O <i>fandom</i> de As Crônicas de Gelo e Fogo.....	56
4	COMO JOGAR O JOGO DOS TRONOS: procedimentos metodológicos.....	60
4.1	O Campo de Pesquisa.....	62
4.2	Universo da Pesquisa.....	64
4.2.1	Instrumento de Coleta de Dados.....	65
4.3	Procedimentos para Análise dos Dados.....	67
5	JOGANDO O JOGO DOS TRONOS: análise e discussão dos dados.....	70
5.1	Comunidade de Aprendizagem.....	70
5.2	Práticas de Negociação.....	77
5.2.1	Negociação da Estética.....	78
5.2.2	Negociação de Controle.....	82
5.2.3	Negociação da Capacidade.....	88
5.3	Representação do Conhecimento.....	93
5.4	Cultura Participativa no <i>Fandom</i>.....	99
6	CONCLUSÃO.....	107
	REFERÊNCIAS	113
	APÊNDICES.....	121

1 INTRODUÇÃO

“Os relatos de que se compõem esta obra pretendem narrar práticas comuns. Introduzi-las com as experiências particulares, as frequentações, as solidariedades e as lutas que organizam o espaço aonde essas narrações vão abrindo um caminho [...] Para ler e escrever a cultura ordinária, é mister reaprender operações comuns e fazer da análise uma variante do seu objeto.”

(Michel de Certeau)

A relação do homem com a cultura é frequentemente tema de estudos em que se busca entender como o indivíduo consome, produz e participa da cultura. Essa relação tem se modificado ao longo do tempo afetada, principalmente, pelas mudanças pelas quais passou a sociedade. Para Giddens (1991) essas transformações se acentuaram durante a modernidade, caracterizadas pela variedade de influências que o indivíduo sofreu, não apenas pela comunidade onde ele estava inserido, mas também pelas instituições modernas que passaram a reger a sociedade e por todo mundo construído pela globalização. O homem, agora, não é mais um ser isolado, mas uma parte de uma comunidade global que o influencia ao mesmo tempo em que é por ele influenciada.

Uma mudança expressiva nas relações entre homem e cultura acontece com o surgimento dos meios de comunicação de massa e posteriormente das ideias de cultura de massa e indústria cultural, nos quais a cultura passa a ser vista como uma mercadoria. Seus produtos são orientados para o divertimento popular e homogêneos, de forma que seu consumo seja facilitado sem gerar grandes questionamentos por parte do público. Porém, essa imagem do indivíduo como uma audiência passiva dos meios de comunicação e das formas culturais acaba por se tornar equivocada, na medida em que os sujeitos começam a utilizar as tecnologias da informação e da comunicação (TIC).

O surgimento das TIC possibilitou novas formas de interação, pensar e viver dos sujeitos. Para Lévy (1999) as mudanças e transformações tecnológicas culminaram numa modificação dos processos comunicacionais, informacionais e culturais. Com as TIC surge um novo espaço de comunicação, criado no ambiente virtual onde o homem pode construir novas relações que rompem as fronteiras físicas. O termo ciberespaço foi então concebido para conceituar esse novo local de comunicação, socialização, troca de informações e de convergência cultural que havia sido criado pelas TIC.

Esse espaço permite aos indivíduos maior liberdade no consumo e na produção de bens culturais. Sendo essa a premissa para o desenvolvimento da cultura participativa e da

cultura de fãs ¹. Compreende-se a Cultura de Fãs, de acordo com Hills (2012), como as práticas de produção, interação e participação desenvolvidas pelos fãs no consumo e na apropriação dos objetos que são admirados pelo *fandom* ².

Já a noção de cultura participativa é utilizada para explicar os novos papéis dos consumidores, vistos agora como agentes ativos capazes de interferir no processo comunicativo, independente do formato midiático em que a forma cultural foi disponibilizada.

Os estudos sobre fãs surgiram numa perspectiva de compreender as práticas culturais de determinados grupos dentro de uma comunidade, porém, inicialmente esses estudos reforçaram alguns preconceitos que se atrelaram a ideia de fã dentro da sociedade. Com o passar dos anos e uma melhor compreensão dos processos comunicativos propiciados, principalmente, pelo surgimento da internet, a concepção de fã começou a se modificar e consequentemente seus estudos passaram a perceber os fãs e o *fandom* como uma forma de engajamento cultural no qual grande parte dos indivíduos da sociedade acabava se inserido.

Essas alterações no relacionamento entre o homem, a cultura e a tecnologia também se refletiram na forma como o homem se relaciona com a informação e consequentemente, na forma como a Ciência da Informação (CI) tem estudado seu objeto. Em sua história a CI inicia seus estudos compreendendo a informação como algo quantificável e que existe independente da interpretação de um sujeito. Hoje, ela compreende seu objeto dentro de uma abordagem sociocultural, a informação como algo construído socialmente pelos indivíduos. Os estudos da CI nessa abordagem se voltam para o entendimento dos processos informacionais a partir de determinado contexto (HJØRLAND, 2017).

É a partir da I CoLIS – *International Conference on Conceptions of Library and Information Science* que começaram a serem delineadas de forma significativa as abordagens teóricas desta perspectiva social dentro da CI. Denominada de abordagem sociocultural da informação, ela reconhece a importância do contexto tanto na produção quanto na apreensão da informação pelo sujeito, concebendo a informação enquanto um construto do indivíduo ao interagir com o meio. Todas as subáreas da CI passaram então a terem seus estudos influenciados por essa abordagem, apesar dela ainda não ter se consolidado sob o ponto de

¹ Conforme Hills (2012) a definição de fãs é algo complexo e que passou por inúmeras transformações ao longo do tempo. O autor conceitua fã como um indivíduo com determinado nível de interesse por algo, alguém, filmes, séries, livros, bandas, etc. Esse interesse pode variar desde uma dedicação completa, onde o indivíduo pode saber e reproduzir inúmeras informações sobre algo, até alguém que gosta casualmente. Os fãs são bem articulados, capazes de interpretar textos midiáticos de diversas maneiras, muitas vezes podendo atribuir a esses textos significações inesperadas. Eles são altamente sociáveis e comunitários.

² Para Fiske (1992) o *Fandom* é um aspecto comum da cultura popular nas sociedades industriais. É um espaço de convivência dos fãs, que elegem um repertório de entretenimento criado e distribuído em massa por certos artistas ou mídias e os compartilham entre si.

vista teórico-prático. É nos estudos de usuários, principalmente dentro dos estudos sobre práticas informacionais, que segundo Tavares, Tabosa e Nunes (2016) se encontram uma fração considerável dos estudos para consolidação dessa abordagem.

De acordo com Hjørland e Albrechtsen (1997) o novo campo de estudo da CI é o conhecimento produzido em conjunto entre os indivíduos. Dentro dos estudos de usuário, essa mudança se reflete na apreensão do sujeito não mais isolado de seu contexto, todos os processos informacionais passam então a serem compreendidos a partir das comunidades que os engendram.

A noção de práticas informacionais se baseia em conceitos desenvolvidos em teorias sociais que possibilitam a compreensão de que os indivíduos utilizam a informação em sua vida cotidiana na medida em que se adaptam as situações no mundo. De acordo com McKenzie (2003) as práticas informacionais compreendem todos os processos e elementos identificados na busca, direcionada ou não, da apreensão e do compartilhamento da informação, a partir do contexto em que elas estão inseridas.

Essas práticas são necessárias para a construção social do homem e para suas relações sociais. Sendo influenciadas pelo cotidiano dos indivíduos ao mesmo tempo em que atuam na construção deste cotidiano.

De acordo com as proposições sobre o funcionamento da cultura participativa e do desenvolvimento do conceito de práticas informacionais como noção mais fecunda para tratar os processos informacionais dentro da abordagem social da CI, aponta-se como **problemática** da pesquisa: De que maneira as Práticas Informacionais dos criadores de conteúdo podem contribuir para a manutenção da cultura participativa do *Fandom*?

Relacionado a esse questionamento foi proposto como **objetivo geral** da pesquisa: Analisar as práticas informacionais dos fãs criadores de conteúdo e sua relação com a cultura participativa.

Subjazem a este objetivo geral os seguintes objetivos específicos:

- a) Compreender a relação entre cultura participativa e cultura de fãs;
- b) Identificar as plataformas midiáticas usadas pelo *fandom*;
- c) Caracterizar e descrever as práticas informacionais dos criadores de conteúdo digital do *fandom*;
- d) Analisar a perspectiva dos criadores sobre o consumo de conteúdo produzido pelo *fandom* e sua disseminação.

Esta pesquisa se constrói a partir da perspectiva social que a CI tem atribuído ao

seu objeto de estudo, possibilitados pela consolidação da abordagem sociocultural da informação. Dentre as razões e as escolhas que se apresenta para compor a **justificativa**, coloca-se inicialmente uma identificação pessoal da pesquisadora com o objeto de pesquisa, enquanto fã das obras que deram origem a toda narrativa transmídia³ que envolve as Crônicas de Gelo e Fogo. Ainda que escrever sobre cultura fã, sendo fã, requeira um maior cuidado científico e crítico, além de um alto grau de responsabilidade para com os indivíduos que compõem o *fandom*, também facilita alguns entendimentos e o acesso a espaços que antes seriam impraticáveis desde outro ponto de vista (JENKINS, 2015).

Conforme Tanus (2014) as práticas informacionais ampliam dentro dos estudos de usuários e consequentemente dentro da CI, os estudos sobre os processos informacionais em contextos diferentes do ambiente profissional ou acadêmico. Assim, a pesquisa das práticas informacionais de fãs se insere neste novo contexto proporcionado pelo desenvolvimento teórico da abordagem sociocultural da informação. O estudo busca contribuir para a área, ao mostrar as possibilidades para a aplicação do modelo de prática informacional desenvolvido por Harlan.

Após o delineamento das primeiras considerações acerca do trabalho com a apresentação da problemática e dos objetivos que guiarão a pesquisa, faz-se necessário a apresentação da estrutura do trabalho que é composto, juntamente com a introdução, por seis capítulos que se encontram divididos da seguinte maneira:

No capítulo 2 apresenta-se um breve histórico do desenvolvimento histórico e epistemológico da CI, a partir das abordagens que são detectadas na área, mostrando ainda de que forma essas abordagens influenciaram o desenvolvimento dos estudos de usuário e apresentando o conceito de práticas informacionais como uma nova perspectiva, em que se procura entender os processos de busca, uso e compartilhamento da informação na vida cotidiana. O capítulo apresenta ainda o Modelo de Prática Informacional de Harlan que será adotado para a realização da pesquisa.

No capítulo 3 discutem-se as noções de Cultura Participativa e Cultura de Fãs, inicialmente relacionando seu surgimento aos conceitos de Cultura e de Mediação. Apresenta ainda, as relações da Indústria Cultural e da Cultura de Massas, como produtoras dos objetos culturais que são consumidos pelos fãs, além de apresentar como o conceito de cultura popular se modificou para abarcar tanto a cultura ligada às tradições de um povo, quanto às

³ Narrativa transmídia de acordo com Jenkins (2009) ocorrem quando os elementos de uma história encontram-se dispersos em diferentes meios, com o propósito de criar uma experiência única ao consumidor. Cada meio utilizado oferece algum desdobramento a história.

apropriações que os consumidores fazem dos objetos culturais que foram produzidos pela indústria cultural. Nesse capítulo é apresentado ainda os conceitos de fã e *fandom*, e como se desenvolveram os estudos sobre as culturas fãs.

O capítulo 4 apresenta os procedimentos metodológicos adotados para a realização da pesquisa evidenciando as características da pesquisa, o campo de pesquisa, os participantes, o instrumento de coleta de dados utilizado e o procedimento para a interpretação dos dados.

O capítulo 5 retrata a análise dos dados que foi composta pela divisão de quatro categorias onde se buscou compreender o desenvolvimento das práticas informacionais dos fãs e como ocorre a cultura participativa dentro do *fandom*. Por fim, o capítulo 6 apresenta a conclusão em consonância com os objetivos atingidos.

2 EPISTEMOLOGIA DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

“A busca e a recuperação de informações são dimensões das práticas sociais e são instâncias e dimensões de nossa participação no mundo social em diversos papéis e em diversas comunidades de compartilhamento. Receber, interpretar e indexar [...] fazem parte da rotina de realização da tarefa de trabalho e da vida cotidiana.”

(Sanna Talja e Preben Hensen)

Apresenta a noção de práticas informacionais enquanto um novo campo de estudo para a Ciência da Informação, possibilitada pela insurgência de uma perspectiva sociocultural na área. Discute como o conceito tem sido elaborado e estudado na CI dentro dos estudos de usuários e aponta os modelos elaborados para o estudo das práticas informacionais.

Conforme Savolainen (2007), o conceito de prática informacional é uma forma abrangente de perceber como as pessoas lidam com a informação. Muitas vezes tratado como um conceito generalista, ele pode oferecer um contexto diferente para questões teóricas e metodológicas nos estudos de informação. Assim, de acordo com o que propôs Savolainen, entende-se as Práticas Informacionais como todos os processos envolvidos na geração, compartilhamento, recepção e uso da informação em um determinado contexto.

De acordo com Talja e Hansen (2005 apud DUARTE; ARAÚJO; PAULA, p. 114), “as práticas informacionais estão firmemente inseridas no trabalho e em outras práticas sociais”. A partir dessa afirmação compreende-se que as práticas informacionais também podem ser consideradas enquanto práticas sociais, portanto precisam ser analisadas a partir do contexto onde estão sendo desenvolvidas. Os estudos sobre práticas informacionais surgiram na área com o avanço nas reflexões sobre a Abordagem Social e a noção de que a informação é construída socialmente.

Não é possível falar sobre o desenvolvimento teórico e epistemológico da área sem discutir alguns aspectos sobre o histórico da CI, principalmente porque a discussão sobre as abordagens dentro da CI é comumente ligada aos marcos históricos da área. Conforme Ørom (2000), as discussões que deram origem a Ciência da Informação iniciam-se no pós-guerra na década de 1940, embora sua institucionalização só tenha acontecido nos anos de 1960, o autor destaca que em suas primeiras décadas a CI buscava firmar-se com uma base científica ao mesmo tempo em que fazia a transição do escopo que havia herdado da Biblioteconomia e da Documentação. Hjørland (2017), coloca que o desenvolvimento da CI só foi possível por conta do surgimento da Teoria da Informação de Shannon e Weaver, que não apenas definiu informação, mas tornou possível a ideia do desenvolvimento de uma teoria

para a área.

É a partir dessa teoria que surge a primeira abordagem da CI, para Molina e Moya-Anegon (2002), a perspectiva física tem raízes na tradição positivista, que era tida como a única visão válida para se fazer ciência, para isso as pesquisas baseavam-se em modelos matemáticos tais como a Teoria da Informação, dentro desse ponto de vista.

[...] sistemas de recuperação de informação são baseados em equações simples. Entre as representações dos textos do sistema e das demandas dos usuários, que as necessidades de informação são algo estável e invariável, que o processo de busca da informação é determinístico, não dinâmico e interativo, que os elementos emocionais não intervêm nele, afetivo ou físico, etc. Ele também assumiu que a metodologia usada na pesquisa era quantitativa por natureza (MOLINA, MOYA-ANEGON, 2002, p. 244, tradução nossa).

Os estudos de Recuperação da Informação dentro dessa abordagem preocupam-se com os sistemas de informação e todos os aspectos tecnológicos que poderiam ajudar na melhoria da busca de informação. Esses estudos encaravam a informação como algo mensurável. Conforme Hjørland,

O paradigma físico é derivado da importação do método científico para a CI. Ele vê as informações fluindo de uma origem para um destino, o usuário, que é relativamente passivo. O foco está no processo de informação de tradução em uma mensagem que o sistema pode transmitir ao usuário, como sugerido pela Teoria da Comunicação de Claude Shannon. (2017 p. 19-20, tradução nossa).

Nessa perspectiva, a informação independe de um aspecto humano ou contexto social, o foco era em como melhorar o processo de busca, como aprimorar os sistemas e o aparato tecnológico. Ainda conforme Hjørland (2017), os estudos práticos que consolidam essa abordagem são os de Recuperação da Informação, iniciados em 1950 com os testes Cranfield que deram origem a termos importantes para o desenvolvimento da literatura da Recuperação da Informação. Na década de 1970, começam a enfraquecer os estudos dentro dessa abordagem e de acordo com Molina e Moya-Anegon (2002), a área começa a passar por uma crise de identidade teórica até se voltar para um enfoque cognitivo.

A perspectiva cognitiva dentro da CI começou a ser delineada inicialmente por Brookes (1980), na concepção do autor ainda não havia de fato um movimento teórico dentro da CI, que ainda operava mais nas questões práticas do que teóricas, para mudar esse quadro o autor inspirou-se nos três mundos de Popper para criar a ideia de uma teoria na CI. Brookes foi um dos primeiros autores a relacionar o conceito de informação com o conceito de conhecimento. Por intermédio das suas proposições, a informação passa a ser compreendida como um elemento que pode causar transformações nas estruturas mentais do indivíduo e

assim gerar um novo conhecimento, dessa forma era possível identificar o impacto de uma informação em seu receptor.

Outro autor a iniciar as discussões sobre o enfoque cognitivo foi Belkin, que desenvolveu a teoria sobre o Estado Anômalo do Conhecimento. Para Belkin (apud HJØRLAND, 2017), a busca por informação se inicia quando o indivíduo percebe uma necessidade ou uma situação-problema no seu conhecimento que poderá ser suprido com o acesso a uma informação. Por essas proposições dos autores, percebe-se que nessa abordagem a informação não é algo autônomo, independente do indivíduo, a partir deste enfoque os sujeitos passam a ter papel ativo para determinar se algo é informação ou não.

A abordagem cognitiva então se centra nos estudos sobre o conhecimento humano, no indivíduo e como ele percebe seu comportamento em relação à informação. Segundo Molina e Moya-Anegon (2002, p. 245, tradução nossa), “a principal atração desse ponto de vista é que ele se concentra nos indivíduos e não nas máquinas, isto é, inclui o comportamento humano relacionado à informação.” Dentro dessa abordagem o indivíduo é visto como um participante ativo na construção do significado da informação e, portanto, do conhecimento. A percepção do indivíduo do mundo é modificada à medida que ele adquire informações.

A principal crítica relativa a essa perspectiva, que é elaborada por autores como Frohmann e Hjørland, é o excesso de subjetivismo, já que se centra principalmente na cognição do indivíduo, ignorando o papel do social na construção da realidade do indivíduo. A informação e o conhecimento são frutos da convivência humana com o meio, fazem parte do processo de cultura, por isso seu estudo precisa estar ligado aos “pressupostos teóricos e metodológicos de outras disciplinas das Ciências Sociais.” (BORGES et al, 2003, p. 10). Essas críticas são a abertura para a construção de outro enfoque dentro da CI, um que compreende a importância do contexto social e cultural nos fenômenos informacionais, a abordagem social ou sociocultural.

2.1 A Abordagem Social da Informação

Na medida em que as críticas à abordagem cognitiva ganham força, iniciam-se sistematicamente, movimentos teóricos de diversos autores “cuja característica fundamental é a importância que se concede ao social, cultural, contextual e a interpretação histórica” (MOLINA; MÓYA-ANEGON, 2002, p.246, tradução nossa). É nesse contexto, que as abordagens sociais começaram a ser desenhadas dentro da CI. Conforme Araújo (2008),

durante a I CoLIS – *International Conference on Conceptions of Library and Information Science* diversos pesquisadores questionaram o modelo teórico vigente dentro da CI e apresentaram sugestões para novos rumos que a pesquisa deveria seguir, este é o marco histórico que inicia a abordagem social.

Necessário ressaltar que a aproximação da CI com as Ciências Sociais não aconteceu de repente, segundo Cronin (2008), ao longo do desenvolvimento da CI alguns pesquisadores publicaram trabalhos onde abordavam as dimensões sociais e culturais em suas pesquisas, buscando resposta para fenômenos informacionais pelo ponto de vista de alguma teoria social. O autor afirma, assim, que o aspecto social esteve presente desde o começo dos estudos sobre a CI de forma explícita ou implícita.

Molina e Moya-Anegon (2002) apontam a Epistemologia Social de Jesse Shera como um dos antecedentes mais explícitos desta abordagem. Conforme Shera (1977, p. 11), esta seria uma disciplina que, “deveria fornecer uma estrutura para a investigação eficiente de todo o complexo problema dos processos intelectuais das sociedades — um estudo pelo qual a sociedade como um todo procura uma relação perceptiva para seu ambiente total”.

Dentro dessa perspectiva os processos intelectuais seriam estudados através de como se propagam pela sociedade como um todo. Ainda que esse entendimento de Shera fosse pensado para a biblioteca e a Biblioteconomia, sua ideia foi uma importante iniciativa para se pensar os fenômenos estudados pela CI enquanto parte do social. Essa perspectiva, porém, ficou esquecida por algum tempo como afirma Hjørland (2017), ressurgindo com mais força em trabalhos recentes.

Conforme Moreira e Duarte (2016, p. 172), “o principal avanço desta terceira abordagem foi o reconhecimento de que o sujeito faz parte de um contexto social, agindo sobre o mesmo e sofrendo interferências deste espaço.” Nesse sentido, os sujeitos deixam de serem meros receptores, ou decodificadores de mensagem e passam a ser reconhecidos como sujeitos sociais, capazes de produzir e articularem significados dentro de uma comunidade. Essa concepção é validada por Redón Rojas ao afirmar que:

A informação é o produto de uma síntese de elementos objetivos e subjetivos, das propriedades reais dos objetos com a atividade do sujeito. As estruturas utilizadas pelo sujeito para estruturar essas propriedades se encontram condicionadas pelo desenvolvimento psicogenético do sujeito e pelo seu contexto sócio-histórico-cultural (1996, p. 26, tradução nossa).

Ou seja, não apenas a cognição do sujeito opera no reconhecimento de fenômenos informacionais, mas também o contexto social e cultural onde o indivíduo está inserido. De

acordo com Molina e Moya-Anegon (2002), a abordagem social se baseia na ideia de construir um pensamento mais holístico para a área, com essa ideia surge uma ampla variedade de perspectivas sociológicas dentro da CI. Dentre as diversas abordagens teóricas que fazem parte da abordagem social cita-se a hermenêutica da informação de Rafael Capurro (2017), para quem a informação é uma dimensão da existência humana, ela é compartilhada pelos membros da sociedade e é a partir dela que o homem pode interagir e se comunicar com a comunidade, não é algo que possa ser medido ou recuperado. Os estudos sobre os Regimes de Informação de Bernd Frohmann, que sugere que os estudos de informação devem ser vistos a partir das atividades humanas, das ações dos sujeitos e que fatores sociais estão envolvidos em qualquer estudo sobre a informação (FROHMANN, 1995).

Outra corrente da perspectiva sociológica é proposta por Hjørland e Albrechtsen (1995, p. 400, tradução nossa) que propõem a análise de domínio como “o melhor caminho para entender a informação na CI e para estudar o domínio do conhecimento como comunidades de pensamento ou o discurso, que são parte da divisão do trabalho da sociedade.” Para os autores, não é o conhecimento individual a fonte de estudo da CI, mas o conhecimento produzido em comunidade. Essa comunidade, ainda que composta por indivíduos com pontos de vista distintos, são construtos sociais onde esses indivíduos compartilham uma base histórica e cultural e é a partir dessa comunidade que os indivíduos estruturam seu conhecimento (ALBRECHTSEN; HJØRLAND, 1997).

Dentro dessas perspectivas, os fenômenos informacionais só podem ser compreendidos do ponto de vista da comunidade produtora desses fenômenos. Fato já defendido pela epistemologia social de Kuhn (HJØRLAND, 2017) para quem os indivíduos concebem o mundo a partir da cultura e do contexto em que ele está inserido. Conforme Hjørland (2017), na CI isso reflete em como se estuda a informação que já não pode ser pensada como um fenômeno isolado, mas como algo a ser estudado a partir de um ponto de vista social e cultural.

As diversas abordagens dão ênfase ao papel da comunidade nos fenômenos informacionais e no indivíduo enquanto produtor dessa comunidade e da informação. Outro ponto importante dessa ampla teorização social, destacado por Cronin (2008), é que ela permite a compreensão da complexidade do objeto de pesquisa e como as interações técnicas e sociais influenciaram no desenvolvimento das TIC.

Conforme Silva e Farias (2013, p. 50), a abordagem social ainda se encontra em construção em “termos de percepções teóricas e práticas”, apesar de já se estabelecer como fundamento teórico e epistemológico, que contribui para a compreensão da informação

enquanto um construto coletivo, fruto da interação entre os indivíduos. Essa abordagem se encaminha para oferecer a área novas contribuições e percepções que visam amadurecer os estudos da CI. De acordo com Tabosa, Tavares e Nunes (2016), é nos Estudos de Usuários (EU) mais precisamente com os estudos sobre práticas informacionais, entendida como a maneira que o sujeito a partir de um determinado contexto, gera coleta, compartilha e usa a informação; que se encontram uma parcela significativa das tentativas de consolidação dessa abordagem.

2.2 Estudos de Usuários e as Práticas Informacionais

Os estudos de usuários nascem na CI e de acordo com Wilson (2006) representam um domínio de grande tradição, sendo uma das subáreas, juntamente aos estudos de recuperação da informação que mais tem produzido pesquisas. Costa conceitua os EU como:

O conjunto de conhecimentos, ou disciplina, pertencente à área de Ciência da Informação para compreender o que o usuário necessita em matéria de informação, buscando interação entre usuário e informação, ampliando e interferindo na sua produção. Isto se relaciona à necessidade de busca e uso da informação, com significado social para o usuário (2016, p. 68).

Esses estudos se configuram como uma área da CI que se preocupa com a busca, o acesso e o uso da informação, por parte de um usuário. Percebe-se que o foco dos estudos de usuários é a interação entre usuário e informação a partir de uma perspectiva social. Inicialmente, porém, a perspectiva social dentro dos estudos de usuários foi posta de lado em detrimento aos aspectos práticos e demandas para adequação das bibliotecas aos usuários. A prática dos estudos de usuários pode ser relacionada aos estudos de comunidade desenvolvidos na década de 1930 na Biblioteconomia, dos EUA em bibliotecas públicas. Conforme Figueiredo (1994, p. 21), “nos anos 30 havia um interesse considerável em se saber como e o quê as pessoas liam e qual o uso feito das bibliotecas em geral”. Esses estudos tinham uma preocupação com os aspectos educacionais da biblioteca e com a demanda do público. Além de fornecerem dados quantitativos para apoiar a administração das bibliotecas ou avaliação de serviços com dados estatísticos.

Dentro da CI, o campo se desenvolveu entre as décadas de 1940 e 1950 com pesquisas voltadas para os fluxos informacionais de cientistas, como eles procedem no processo de busca da informação e como melhorar os serviços de informação para tal público. Conforme Gasque e Costa (2010), esses primeiros estudos foram impulsionados pela

realização da *Royal Society Scientific Information Conference*, ocorrida em 1948 em Londres. Nesta conferência foram apresentados os primeiros trabalhos sobre os fluxos de informação científica e tecnológica. De acordo com Araújo (2013), o foco desses estudos era agora não mais a biblioteca, mas as ações empreendidas por esses novos usuários na busca pela informação.

Outro marco importante para o estabelecimento desses estudos, conforme Tanus (2014, p. 148), foi a *Conference on Scientific Information* que ocorreu em Washington em 1958, onde as pesquisas apresentadas focavam no comportamento desses usuários. A autora coloca, ainda, que “dentre as contribuições desses estudos houve uma maior identificação de quais canais e fontes de comunicação eram utilizadas, e com qual frequência, quais canais de comunicação eram preferidos para determinados grupos de pessoas”.

Esses primeiros estudos, apesar de focarem em um grupo distinto daqueles que eram desenvolvidos na Biblioteconomia, centravam-se numa perspectiva quantitativa, utilizando questionários fechados e suas respostas eram utilizadas para o desenvolvimento de sistemas de recuperação da informação, além de servirem para identificação dos canais e fontes de informação. A partir de 1965, começam a aparecer estudos com foco nas necessidades informacionais dos usuários, ainda que de forma generalista eles buscassem compreender essas necessidades para que pudessem estruturar sistemas de informação (GASQUE; COSTA, 2010).

Essa primeira abordagem dos estudos de usuário ficou conhecida como Abordagem Tradicional ou Positivista, visto que, inicialmente suas preocupações se ligavam ao conceito físico da informação, em que ela era vista como algo a priori e externo aos usuários e que era utilizada por eles de acordo com suas necessidades.

Nessa perspectiva, a informação era algo quantificável e existia gravada em um suporte físico, independente da existência de um usuário; para Tanus (2014) essa noção de informação pode ser relacionada ao conceito de informação como coisa, estabelecido por Michael Buckland, nessa noção o sujeito é visto como usuário passivo que apenas utiliza o que está disponível em sistemas de recuperação.

A virada de abordagem dentro dos estudos de usuário, ocorreu entre as décadas de 1970 e 1980, nesse período começou a serem publicados trabalhos criticando o modelo adotado e a forma como a informação era encarada dentro dessa abordagem. Começou-se como um reflexo das pesquisas desenvolvidas e a partir das limitações dos estudos anteriores.

Conforme Tanus (2014, p. 151), os estudos de usuários passaram de “estudos centrados nas atividades e nas tarefas de informação para estudos integrativos, que buscam

analisar o processo como um todo, abrangendo motivações, necessidades, contexto, busca, uso e impacto da informação.” Ou seja, esses estudos passam a se focar no usuário e em suas necessidades e a prioridade não era se poderia contribuir para a estruturação de sistemas de informação.

Para Araújo (2013), isso era um reflexo da mudança de abordagens dentro da CI ocasionada, principalmente, pela associação entre as áreas da CI e as Ciências Cognitivas; e por uma alteração no conceito de informação tido anteriormente como algo quantificável, passando ser compreendido enquanto meio para modificar o conhecimento.

Uma das principais críticas mencionada por Tanus (2014, p.152), era “a falta de desenvolvimento de teorias, modelos e conceitos, o que ocasionou no momento, uma preocupação como os modelos teóricos, a fim de subsidiar os estudos empíricos.” Ou seja, inicialmente não havia um modelo teórico para a realização dos estudos de usuários, o que resultou em estudos de abordagem muito generalista e por vezes com resultados contraditórios. Para suprir essa lacuna a abordagem cognitiva se inicia com a formulação de estudos e teorias para o desenvolvimento dos estudos de usuários.

Conforme Gasque e Costa (2010), um dos marcos históricos dessa abordagem foi a criação em 1976, do *Centre for Research on User Studies* na Universidade de Sheffield, financiado pelo Departamento de Desenvolvimento e Pesquisa da Biblioteca Britânica, o centro tinha como proposta se tornar uma referência nos assuntos relacionados aos estudos de usuários.

Porém, é na década de 1980, que começa a ser visto um aumento significativo nas pesquisas que marcam a perspectiva cognitiva, com o surgimento de teorias que irão fundamentar os estudos de usuários dentre elas Tanus (2014) cita: Belkin com a Teoria do Estado Anômalo do Conhecimento, a teoria sense-making de Brenda Dervin, a abordagem do processo construtivista de Carol Kuhlthau e a abordagem do comportamento informacional de Tom Wilson.

É a partir do conceito de Comportamento Informacional que se estrutura a perspectiva cognitiva dentro dos estudos de usuários, conforme González-Teruel (2011) o conceito elaborado por Tom Wilson permite uma mudança na forma como os estudos de usuários se realizam e permitem aos pesquisadores, realmente tirarem conclusões úteis desses estudos.

Para Savolainen (2007, p.112, tradução nossa), o conceito é amplamente utilizado dentro dessa abordagem por “capturar uma gama mais ampla de fenômenos relacionados à informação”, a ideia de comportamento informacional envolve o estudo do processo de busca

de informação com foco em diferentes variáveis, vinculando esses processos informacionais a processos cognitivos. O autor destaca, ainda, que embora Wilson não tenha sido o primeiro autor a cunhar o conceito de comportamento informacional, certamente foi o que mais influenciou no seu uso e desenvolvimento.

Outro trabalho fundamental para a consolidação da abordagem cognitiva foi o trabalho publicado por Dervin e Nilan, no *Annual Review of Information Science Technology - ARIST* em 1986, o artigo *Information Needs and Uses*, se trata de uma revisão de literatura com enfoque nos aspectos conceituais das pesquisas apresentadas na área desde 1978. O trabalho mostra que existia uma preocupação na área com a conceitualização de alguns termos, destacando que as pesquisas feitas dentro da abordagem tradicional baseavam-se em recomendações práticas para melhoria de sistemas e não em teorias, e apontavam a necessidade de aproximar alternativas teóricas para a investigação na CI, para que isso pudesse ser refletido no desenvolvimento de conceitos e teorias que serviriam de base para as pesquisas práticas. Para isso os autores elencam algumas características que indicam como se deu a virada de abordagem dentro do campo (DERVIN; NILAN, 1986).

Quadro 1 - Abordagem Orientada ao Sistema e Abordagem Orientada ao Usuário

Abordagem Orientada ao Sistema	Abordagem Orientada ao Usuário
Informação Objetiva, que pode ser quantificada e existe a priori.	Informação Subjetiva, que depende do usuário para existir.
Usuários Passivos; meros receptores de informação.	Usuários Ativos; são eles que determinam o que é ou não é informação.
Transituacional, o que foi visto em um estudo se aplica a todas as situações.	Situacional, cada situação tem uma resposta diferente.
Visão parcial ou atomística do processo informacional.	Visão abrangente ou holística do processo informacional.
Comportamento Externo, o usuário reage a um estímulo externo.	Cognição Interna, o usuário reage a partir da sua cognição.
Metodologias Quantitativas.	Metodologias Qualitativas.

Fonte: Adaptado de Dervin e Nilan (1986).

No Quadro 1, foram elencadas as principais características apontadas pelos autores que com a virada de abordagens são entendidas de maneira diferente, elas formam um conjunto de elementos fundamentais para a compreensão das pesquisas sobre os usuários e as

necessidades informacionais. A primeira mudança apontada é o conceito de informação, visto agora como algo subjetivo, o usuário passa também a exercer um papel mais ativo, já que é a partir da sua cognição que ele determina o que é informação, conforme essa nova abordagem, as necessidades informacionais são situacionais, cada indivíduo tem uma resposta diferente e tem-se uma visão do processo informacional como um todo, o processo de busca de informação é influenciado pela cognição do sujeito, nesse sentido há uma mudança nas metodologias utilizadas para realização dos estudos, que passam de pesquisas quantitativas para pesquisas qualitativas ou quali-quantitativas.

Com tais mudanças, a concepção de usuário passa a ser de um ser cognitivo que busca conscientemente uma informação, a partir de uma necessidade. Dentro dessa perspectiva, Tanus (2014) estabelece um diálogo entre a concepção do usuário enquanto sujeito ativo com a noção de informação como processo, estabelecida por Buckland, ao colocar que:

[...] essa informação, que se encontra no plano intangível, e por isso oposto a “informação-como-coisa”, relaciona-se com o processo de informar algo a alguém, alterando, assim, o seu conhecimento, sua crença e sua percepção sobre o mundo. Esse ato/ação de informar é circunstancial, pois depende do julgamento subjetivo que cada indivíduo faz da informação (TANUS, 2014, p. 154).

A informação, nesse sentido, é qualquer coisa que tem potencial para informar, basta que assim seja entendida por um sujeito. Ela passa a ser vista de maneira subjetiva e seu sentido só pode ser apreendido a partir da mente do sujeito. Há uma ênfase na produção de sentido individualizado e em como a informação pode alterar o estado de conhecimento do usuário.

De acordo com Wilson (2000, p. 49, tradução nossa), comportamento informacional “é a totalidade do comportamento humano em relação a fontes e canais de informação, incluindo busca de informação ativa e passiva e uso da informação.” São todas as ações humanas que podem derivar em processos informacionais, o autor inicialmente estava preocupado em desvincular os estudos de usuários da ideia de necessidade informacional. O conceito de necessidade informacional para Wilson (2000) é abstrato, estando diretamente ligado às questões cognitivas e por isso é difícil separar o conceito de necessidade, da noção de ‘querer’ e de ‘demandas’. Nessa perspectiva, muitos estudos que se propõem a estudar as necessidades informacionais, na verdade, estão analisando o comportamento informacional.

Wilson (2006, p. 664, tradução nossa) então sugere que “pode ser aconselhável remover o termo "necessidade informacional" do nosso vocabulário profissional e falar em

vez, de comportamento de busca de informação para a satisfação de uma necessidade.” Assim o foco da pesquisa seria o usuário e suas ações informacionais e não uma necessidade informacional como pensam alguns autores, pois de acordo com o autor nem toda necessidade irá gerar um comportamento de busca de informação.

Os estudos sobre comportamento informacional surgiram na perspectiva de suprir uma lacuna que abrangia a área dos estudos de usuários, Savolainen (2007) sugere que a necessidade por um conceito que abrangesse todos esses processos informacionais já vinha sendo sentida na CI há algum tempo, por isso o conceito de Wilson foi usado tão fortemente, o autor coloca que,

[...] quando se olha para o comportamento informacional como um todo, não é fácil combinar seus componentes internos e externos especificando como o comportamento cognitivo não observável afeta e orienta o comportamento informacional observável e vice-versa (SAVOLAINEN, 2007, p. 117, tradução nossa).

O autor destaca que apesar do conceito de comportamento informacional incorporar inúmeras variáveis, não é tão simples distinguir seus componentes e como eles afetam um ao outro, além disso, muitas variáveis não observáveis são ignoradas no modelo de comportamento informacional. Esses modelos focam fundamentalmente no indivíduo e como seus processos cognitivos respondem a uma necessidade informacional, não discutindo como os aspectos sociais podem afetar o comportamento dos indivíduos.

Talja (1997, p. 67, tradução nossa), ressalta que a abordagem cognitiva “presta pouca atenção aos aspectos sociais dos processos de informação, seja em termos do contexto sociocultural dos usuários ou do contexto sociocultural do sistema de informação” e essa tem sido a principal crítica apontada por muitos pesquisadores. Nessa perspectiva, Araújo (2013, online) destaca, ainda, que “muitos dos estudos realizados nessa abordagem reproduziram a visão de um sujeito ‘assujeitado’, movido por forças externas a ele, apenas reagindo a estímulos causados por ‘lacunas’ de conhecimento”, isso porque na noção de comportamento informacional a busca pela informação é iniciada quando surge uma necessidade informacional.

Para suprir essas críticas surge uma nova visão dentro dos estudos de usuários, pautada nas ideias desenvolvidas dentro da Abordagem Social da CI, denominada abordagem social ou sociocultural, se fundamenta na reorientação do conceito de informação enquanto um construto social e da “ênfase no caráter coletivo, intersubjetivo, das ações promovidas pelos sujeitos informacionais, e do enraizamento destas ações em contextos sócio-históricos

específicos” (ARAÚJO, 2013, online). Nessa perspectiva o usuário faz parte de um contexto social e atua na produção desse meio.

O marco histórico do desenvolvimento da abordagem social, dentro dos estudos de usuários, foi o primeiro encontro *Information Seeking in Context*, ocorrido em Tampere na Finlândia em 1996, confirmando a importância do tema para a área Gasque e Costa (2010) citam, ainda, a formação do grupo de estudos *Information Needs, Seeking and Use* pela atual *American Society for Information Science and Technology*, e uma edição especial do periódico *Information Processing & Management* sobre o *Information Seeking in Context*. Estes eventos mostram a consolidação da virada de abordagem dentro do campo e a importância que agora passa a ser atribuída ao contexto dentro dos estudos de usuários. No Quadro 2, foram elencados alguns atributos que são vistos de forma diferentes na virada da abordagem cognitiva para a abordagem social nos estudos de usuários.

Quadro 2 - Diferenças nos Estudos de Usuário dentro da Abordagem Cognitiva e Social

Abordagem Cognitiva	Abordagem Social
Informação é um construto da mente do sujeito	Informação é um construto coletivo
Sujeito Associal	Sujeito dentro de um contexto
Usuários tradicionais	Ampliação dos Usuários
Fontes de Informação Tradicionais	Diversificação das Fontes de Informação

Fonte: Adaptado de Araújo (2013), Talja (1997) e Tuominen e Savolainen (1997).

No Quadro 2, aponta-se uma reconfiguração da noção do sujeito, que deixa de ser mero ser cognoscente e individualizado e passa a ser um sujeito inserido em uma conjuntura social, histórica, política, cultural e econômica. Que são capazes de interagirem entre si e o seu contexto, produzindo assim suas realidades sociais. Conforme Capurro e Hjørland,

A informação é um conceito subjetivo, mas não fundamentalmente em um sentido individual. Os critérios sobre o que conta como informação, são formulados por processos sócio-culturais e científicos. Usuários deveriam ser vistos como indivíduos em situações concretas dentro de organizações sociais e domínios de conhecimento (2007, p. 192).

Há uma nova percepção da informação enquanto produto da interação dos sujeitos e do seu contexto social e cultural; os estudos de usuários precisam englobar como o indivíduo age dentro desse contexto e como ele constrói essa informação. Tanus (2014),

relaciona essa noção de informação com o conceito de informação como conhecimento de Buckland, já que tanto informação quanto o conhecimento são conceitos subjetivos e resultam de uma ação interpretativa.

Uma alteração proporcionada por essa nova visão da informação é a ampliação dos sujeitos a serem pesquisados pelos estudos de usuários, esses sujeitos não se restringem a pesquisadores ou profissionais que utilizam informações no contexto do trabalho, mas qualquer sujeito socialmente situado em determinado tempo e espaço. Além disso, há também uma diversificação das fontes de informação (TANUS, 2014).

Com a importância que agora passa a ser atribuída ao contexto no processo de busca da informação, novas abordagens teórico-metodológicas começam a ser delineadas com base principalmente nas teorias das Ciências Humanas e Sociais, dentre essas abordagens o conceito de Práticas Informacionais começa a ganhar destaque.

Para Talja (2005) a abordagem das práticas informacionais representa uma virada mais sociológica e contextualmente orientada nas pesquisas de uso da informação se comparada ao conceito do comportamento informacional. De acordo com Savolainen (2007), como uma forma de substituir o conceito de comportamento informacional como um conceito guarda-chuva dentro da abordagem sociocultural. Assim, é importante a discussão não apenas do que são as práticas informacionais, mas também das teorias sociais que influenciaram no desenvolvimento do conceito, que será abordado na próxima seção.

2.2.1 Práticas Informacionais e as Influências das Teorias Sociais

O conceito de práticas informacionais surge na literatura da Ciência da Informação ligada à abordagem sociocultural dos estudos de usuários, de acordo com Berti e Araújo (2017, p. 394), “as práticas informacionais precisam ser compreendidas do ponto de vista de outras áreas do conhecimento, como a antropologia e a sociologia”, isso porque essas áreas buscam estudar o sujeito a partir da compreensão da realidade social em que ele se insere, ideia que começa a ser discutida no âmbito da CI com a virada de abordagem. Savolainen (2007) e Cox (2012), destacam como teorias pioneiras que serviram como base para o desenvolvimento do conceito de Práticas Informacionais, a Teoria da Prática de Bourdieu e a Teoria da Estruturação e a Reflexividade de Giddens, ambas as teorias propõem compreender esse processo superando a dicotomia entre subjetivo/objetivo, passando a estudar as interações entre os sujeitos através das estruturas sociais. É a partir dessas ideias que será discutido inicialmente a abordagem das Práticas Informacionais.

De acordo com Ortiz (1983), o trabalho de Bourdieu é orientado por três premissas: o Conhecimento Praxiológico, a noção de Habitus e o conceito de Campo, sendo necessária a compreensão destes, para entender o trabalho do teórico e o desenvolvimento da Teoria da Prática. Bourdieu (1983) destaca que, o entendimento do homem e suas relações são compreendidos a partir de dois pontos de vista pela ciência: Objetivismo e Subjetivismo. Essas duas formas de compreensão do mundo ou formas de conhecimento são a fenomenologia caracterizada pelo subjetivismo da apreensão primeira, e o conhecimento objetivista que apreende o mundo por suas relações objetivas, estruturando as práticas e suas representações. Elas se opõem na medida em que, uma vê apenas o sujeito como o único foco e esquece o contexto no qual ele se insere, enquanto a outra compreende o sujeito enquanto coadjuvante do seu contexto, ele não tem poder de ação, apenas executa o que lhe impõe a estrutura. Para fugir dessa dicotomia Bourdieu (1983) propõe a noção do conhecimento praxiológico que,

[...] tem como objeto não somente o sistema das relações objetivas que o modo de conhecimento objetivista constrói, mas também as relações *dialéticas* entre essas estruturas e as *disposições* estruturadas nas quais elas se atualizam e que tendem a reproduzi-las, isto é, o duplo processo de interiorização da exterioridade e de exteriorização da interioridade (1983, p. 47).

Ou seja, o conhecimento praxiológico estuda o indivíduo a partir de sua relação com a estrutura, o seu processo de apreensão e exteriorização de um aprendizado, as possibilidades de ação dispostas pela estrutura, reintroduzindo o homem enquanto agente social, mas também compreendendo que a ação do homem é influenciada pela estrutura a qual ele pertence. Conforme Araújo (2017), a ideia primeira do conceito de 'práticas' da expressão práticas informacionais, provém da noção de práxis que é estabelecida por Bourdieu (1983) no qual a ideia básica de conhecimento praxiológico é amparada pela ideia de que o homem constrói sua realidade, mas num determinado espaço que condiciona suas ações, portanto ao mesmo tempo em que o homem é tido como produtor do meio, ele também é um produto. Para o autor, o conhecimento praxiológico é a principal maneira de se assimilar a mediação que ocorre entre o agente social e a sociedade, e para isso ele recorre ao conceito de *habitus* enquanto dispositivo que vincula essas dimensões.

Habitus são sistemas de *disposições* duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, como princípio gerador e estruturador das práticas e das representações que podem ser objetivamente "reguladas" e "regulares" sem ser o produto da obediência a regras, objetivamente adaptadas a seu fim sem supor a intenção consciente dos fins e o domínio expresso

das operações necessárias para atingi-los e coletivamente orquestradas, sem ser o produto da ação organizadora de um regente (BOURDIEU, 1983, p.60-61).

O *habitus*, nesse sentido, é o sistema pelo qual o homem absorve as noções de regras e valores, mas também como ele utiliza isso para agir dentro do mundo, é o conjunto de representações que ele tem. Ele conforma a ação do indivíduo, e é fruto das relações e interações estabelecidas por ele, por ser fruto dessa relação ele tende a perpetuar as relações objetivas das quais deriva. Conforme coloca Bourdieu (1983), o *habitus* compreende o modo de perceber, pensar e o que nos leva agir de uma determinada maneira em dada circunstância. Assim, entende-se o *habitus* como o princípio gerador de práticas e representações, sendo ele quem possibilita o constante processo de produção e reprodução dentro de um espaço.

As práticas que o *habitus* produz (enquanto princípio gerador de estratégias que permitem fazer face a situações imprevisíveis e sem cessar renovadas) são determinadas pela antecipação implícita de suas consequências, isto é, pelas condições passadas da produção de seu princípio de produção de modo que elas tendem a reproduzir as estruturas objetivas das quais elas são em última análise, o produto (BOURDIEU, 1983, p. 61).

As práticas são criadas pelo *habitus*, produto da relação dele com uma situação. Elas tendem a reproduzir os *habitus* que as geram, é a ação, mas é também o entendimento subjetivo do que foi apreendido na estrutura e que orienta o sujeito nas diversas situações. Ainda nesse sentido, é preciso compreender que a ação, ou a possibilidade para a ação já se encontra previamente estabelecida na estrutura. Ou seja, a estrutura é um tipo de espaço ou esfera que é apreendida por princípios. Esse espaço é o campo, conceituado por Bourdieu (2004, p. 20-21), como um “espaço relativamente autônomo, esse microcosmo dotado de leis próprias” sendo influenciado por um macrocosmo mais amplo. É no campo onde os agentes interagem e conforme a teoria da prática, o indivíduo é sempre considerado em função das relações objetivas que regem a estrutura do campo (ORTIZ, 1983).

A teoria da prática busca entender como o conjunto de noções do indivíduo, e seu sistema de representações, o ajudam a se movimentar dentro de um espaço, a partir da criação de práticas que o orientam e exteriorizam aquilo que o indivíduo aprendeu do seu contexto. Pensamento semelhante é proposto por Cox (2012), baseado nas ideias de Schatzki, que considera as práticas enquanto construções coletivas que moldam a vida em sociedade, que os orientam como agir em determinada situação. Outro autor que aborda a noção de práticas de maneira semelhante é Giddens (2003), que inicia sua teoria explicando que conhecer o social pelo ponto de vista da dicotomia entre objetivismo e subjetivismo não é o suficiente para

assimilar a complexidade dos fatos sociais, já que as diferenças entre as abordagens são ontológicas, e o pensamento de cada uma tende a excluir o que a outra propõe. O autor sugere que, para entender o social é necessário assimilar como os conceitos das diversas teorias sociais poderiam se relacionar. Para isso ele propõe que,

O domínio básico de estudo das ciências sociais, de acordo com a teoria da estruturação, não é a experiência do ator individual nem a existência de qualquer forma de totalidade social, mas as práticas sociais ordenadas no espaço e no tempo. As atividades sociais humanas, à semelhança de alguns itens auto-reprodutores na natureza, são recursivas. Quer dizer, elas não são criadas por atores sociais, mas continuamente recriadas por eles através dos próprios meios pelos quais eles se expressam como atores. Em suas atividades, e através destas, os agentes reproduzem as condições que tornam possíveis essas atividades (GIDDENS, 2003, p. 2-3).

Na teoria da estruturação não importa a experiência do indivíduo, nem a coerção da estrutura, mas analisar as práticas sociais em um determinado espaço-tempo, de forma que se possa captar como as relações sociais se mantêm estáveis e como elas reproduzem as práticas sociais. Essas práticas orientam a vida em sociedade, são de natureza recursiva, pois não são criadas pelos atores, mas continuamente recriadas por eles, através dos meios em que se expressam enquanto atores. Para uma melhor compreensão de como funciona as práticas, o autor remete a ideia de reflexividade enquanto aquilo perpetua as práticas sociais.

A continuidade de práticas presume reflexividade, mas esta, por sua vez, só é possível devido à continuidade de práticas que as tornam nitidamente “as mesmas” através do espaço e do tempo. Logo, a “reflexividade” deve ser entendida não meramente como “autoconsciência”, mas como o caráter monitorado do fluxo contínuo da vida social (GIDDENS, 2003, p. 3).

A reflexividade age como condutora das práticas sociais, na medida em que examina constantemente essas práticas, reformando-as em seu caráter constitutivo, a partir de mudanças no espaço social, assim sua razão de existir são as práticas e sua continuidade na construção do espaço. A reflexividade é tida como parte da atividade humana, na medida em que o indivíduo vive um constante processo de monitorar tanto suas ações quanto às ações dos outros, conforme Giddens (2003) é o modo como o indivíduo monitora suas ações e espera que os outros também o façam, o autor denomina essa ação de monitoração reflexiva da ação.

A reflexividade da vida social moderna consiste no fato de que as práticas sociais são constantemente examinadas e reformadas à luz de informação renovada sobre estas próprias práticas, alterando assim constitutivamente seu caráter. [...] Em todas as culturas, as práticas sociais são rotineiramente alteradas à luz de descobertas

sucessivas que passam a informá-las. Mas somente na era da modernidade a revisão da convenção é radicalizada para se aplicar (em princípio) a todos os aspectos da vida humana, inclusive à intervenção tecnológica no mundo material (GIDDENS, 1991, p. 44).

Compreende-se então que a reflexividade, possibilita a manutenção e a reestruturação da vida cotidiana, a partir de uma leitura do contexto do indivíduo, as práticas alteram o espaço e também se alteram na medida em que o sujeito precisa se adaptar ao novo contexto. Assim como a teoria da prática, a teoria da estruturação abre espaço para o entendimento do social, a partir das práticas que o indivíduo produz para interagir em seu contexto, essas práticas são constantemente monitoradas e recriadas pela reflexividade do sujeito, como forma para atuar dentro da estrutura.

A partir desses conceitos de práticas é possível pensar o conceito de práticas informacionais, já que segundo Marteleto (1995, online), todo o processo que leva a criação de artefatos culturais é tanto um processo informacional quanto social, portanto “toda prática social é uma prática informacional”, nesse sentido analisar as práticas informacionais requer o entendimento do contexto e como ele influencia o indivíduo. Essa é a mesma gênese que rege o conceito de práticas informacionais, conforme Araújo,

Constitui-se num movimento constante de capturar as disposições sociais coletivas [...] e também as elaborações e perspectivas individuais de como se relacionar com a informação [...], num permanente tensionamento entre as duas dimensões, percebendo como uma constitui a outra e vice-versa (2017, p. 221).

Assim, as práticas informacionais são sobre como o indivíduo consegue, a partir de um determinado contexto, identificar e buscar uma informação e a partir da sua interação com essa informação, reinventá-la e compartilhá-la. De acordo com Tuominen, Talja e Savolainen (2005, p. 328, tradução nossa), ao pensar os processos informacionais a partir de um viés construcionista, a noção de práticas informacionais se mostrará muito mais frutífera já que a partir dela supõe-se “que os processos de busca e uso da informação são constituídos social e dialogicamente, ao invés de basear-se nas ideias e motivos de atores individuais. Todas as práticas humanas são sociais e originam-se das interações entre os membros da comunidade”. Então as práticas informacionais, assim como outras práticas sociais, têm sua origem nas interações entre os indivíduos que fazem parte da comunidade. Nesse sentido Tuominen e Savolainen (1997, p. 92, tradução nossa) colocam que,

A principal vantagem da perspectiva do construcionismo social no estudo do uso da informação é que, o uso da informação não é considerado como um processo oculto na caixa preta entre os ouvidos de um indivíduo. Pelo contrário, o uso da informação é visto como uma ação construtiva que pode ser estudada como fenômeno do mundo

real, em vez de uma abstração teórica.

Ou seja, a partir do construcionismo social a informação deixa de ser algo interno do indivíduo, e passar a ser pensada a partir da sua construção coletiva dentro de um contexto. Conceitua-se então as práticas informacionais, como todas as formas pelas quais os sujeitos procuram, usam e compartilham informações, agindo como membro de uma comunidade nos diferentes contextos. Assim como no conceito de práticas, o contexto tem papel de destaque na ideia de práticas informacionais, em detrimento a descontextualização que era característica do comportamento informacional. Ainda que as discussões sobre esse conceito só tenham ganhado força em anos recentes, ele surgiu na literatura relacionada à busca de informação entre os anos de 1960 e 1970, porém um dos conceitos difundidos mais discutido foi o proposto por McKenzie (SAVOLAINEN, 2007).

Segundo McKenzie (2003), as práticas informacionais são utilizadas para se referir a todos os elementos presentes em relatos de como a informação, pode ser encontrada ou dada através da iniciativa ou interação entre os agentes. Ela engloba tanto a busca, como o encontro acidental com a informação. Para Talja e Hansen (2005 apud Savolainen, 2007, p. 122-123) os processos informacionais fazem parte das práticas sociais “e são instâncias e dimensões de nossa participação no mundo social em diversos papéis e em diversas comunidades de compartilhamento”, enfatizando que as práticas informacionais estão inseridas tanto no contexto do trabalho, quanto em outras práticas sociais e fazem parte da vida em uma comunidade.

Com relação a isso, Savolainen (1995) propõe um modelo para analisar a busca da informação na vida cotidiana, já que conforme o autor, os modelos de comportamento informacional não são suficientes para dar conta de processos que não envolvem uma busca ativa pela informação. O modelo proposto por Savolainen e outros modelos de práticas informacionais serão discutidos na próxima seção.

2.3 Modelos de Práticas Informacionais

As práticas informacionais surgem da necessidade de dar conta dos novos contextos e sujeitos que começam a serem percebidos com a abordagem sociocultural dentro dos estudos de usuários, para McKenzie (2003) os estudos de práticas informacionais deslocam as análises da cognição, para o social, sendo mais coerente com a noção informação construída socialmente e dos sujeitos que a buscam e a utilizam dentro de um contexto social.

Conforme Savolainen (1995) e McKenzie (2003), os modelos de comportamento informacional focaram nos estudos de busca de informação no âmbito do trabalho e acadêmico, porém, não conseguiam capturar a diversidade de elementos que influenciavam o uso da informação na vida cotidiana, nem previam um espaço para o encontro acidental com a informação, a busca não ativa, ou seja, quando se encontra a informação por acaso, então os estudos de práticas informacionais surgem para dar conta de todos esses processos.

O modelo de Busca da Informação na Vida Cotidiana de Savolainen (1995) é considerado pioneiro dentre os modelos existentes, o autor estabelece uma relação entre a busca por informação no trabalho e na vida cotidiana, compreendendo que o sujeito pode associar a busca e o uso da informação a diversas tarefas importantes no dia a dia. Savolainen (1995) inicia seu modelo a partir de dois conceitos: o conceito de *modo de vida*, que se baseia no conceito de *habitus* de Bourdieu para indicar as escolhas que se faz na vida diária, que permite que o indivíduo mantenha uma lógica interna sobre atividades diária; e o conceito de *domínio da vida*, que indica como as pessoas lidam com os problemas diários. Ambos são utilizados como base para analisar questões de busca por informação fora do ambiente de trabalho, e o comportamento dos indivíduos nos processos de busca pela informação na vida cotidiana.

Em uma pesquisa realizada em duas importantes bases de dados nacionais, Rocha, Duarte e Paula (2017), identificaram outros três modelos de práticas informacionais existentes, o Modelo Bidimensional de Práticas Informacionais de Pamela McKenzie, a versão estendida do modelo de McKenzie elaborado por Alison Yeoman e o Modelo de Práticas Informacionais criado por Mary Ann Harlan para estudar adolescentes criadores de conteúdos digitais, que será adotado nesta pesquisa como modelo de práticas a ser aplicado.

McKenzie (2003) baseia-se no conceito de vida cotidiana de Savolainen (1995), e o aplica em uma situação específica, no caso, em um estudo com mulheres grávidas de gêmeos, para a construção do seu modelo, utilizou-se da literatura sobre a busca não ativa pela informação. Conforme a autora, Wilson foi o primeiro teórico a postular que as pessoas encontram informação na vida cotidiana, enquanto monitoram o mundo, embora os modelos de comportamento informacional não envolvessem o fenômeno do encontro acidental com a informação. Seu modelo consiste em “quatro modos de práticas informacionais, cada um dos quais podem figurar nas duas etapas de busca por informação” (MCKENZIE, 2003, p. 25, tradução nossa). Sendo umas das principais contribuições do modelo da autora, a abrangência de novas formas de busca por informação que não fosse a busca ativa, tais como o monitoramento não direcionado, o encontro acidental; ou a busca por procuração, quando a

interação com a informação é possibilitada por meio de um terceiro (MCKENZIE, 2003).

O modelo estendido de Mckenzie foi proposto por Alison Yeoman, e tinha como objetivo principal testar a flexibilidade da aplicação do modelo em outros contextos; em sua pesquisa a autora considerou que o modelo era flexível, porém, aponta a ausência de uma etapa referente ao uso da informação, como uma limitação. Assim, a autora concebeu um modelo estendido em que acrescenta a etapa de uso da informação, “para ajudar a compreensão de uma situação, para embasar uma tomada de decisão e para transmitir aos outros” (ROCHA; DUARTE; PAULA, 2017, p. 49).

O modelo de práticas informacionais, elaborado por Harlan (2012) para estudar adolescentes criadores de conteúdos digitais, será abordado no subtópico seguinte, pois será o modelo aplicado à pesquisa, por conta da aproximação entre os objetos de estudo.

2.3.1 Modelo de Práticas Informacionais em Comunidades Digitais por Mary Ann Harlan

Harlan (2012) aborda as práticas informacionais como a interseção entre ações e experiências de informação que os adolescentes geram, na medida em que os criadores de conteúdo começam a se inserir nas comunidades digitais, que tem como principal característica a participação. Para a autora, a criação de conteúdo sempre fez parte das atividades dos adolescentes, porém isso foi se modificando, a partir do momento em que o mundo foi se tornando mais conectado. Seu modelo foi criado a partir da teoria fundamentada como metodologia para análise dos dados, que foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas e observação, dentro das comunidades.

Foram então criadas categorias conceituais, e na medida em que a análise prosseguia, novos dados eram acrescentados às categorias iniciais, de forma a construir um modelo de prática informacional que englobasse a produção de conteúdo dos adolescentes (HARLAN, 2014).

Inicialmente a autora explica que dois elementos foram identificados no processo de criação de conteúdo: ações informacionais e experiências de informação, sendo que cada um desses elementos é composto por outras categorias e, é a partir da interseção entre esses dois elementos que surgem as práticas informacionais (HARLAN, 2012).

Para Harlan, Bruce e Lupton (2014), às ações informacionais permitem que os indivíduos tenham diferentes experiências com a informação; a informação nessa perspectiva é subjetiva, construída através das ações e então corporificada. Assim que as experiências de informação,

[...] ocorrem por meio da interação com informações e ações relacionadas à informação na criação e compartilhamento de conteúdo. A frase “informação como” representa as experiências de informação, corporificadas tanto pelo processo físico quanto pela interação emocional (HARLAN, 2012, p. 112-113, tradução nossa).

São identificadas assim, cinco categorias de experiências: a informação como participação, como inspiração, como colaboração, como processo e como artefato. Já as ações informacionais são realizadas ao buscar, encontrar e utilizar as informações. Elas ocorrem em três categorias: coleta, compreensão e criação (HARLAN; BRUCE; LUPTON, 2014).

Quadro 3 – Categorias de Experiências de Informação e Ações Informacionais

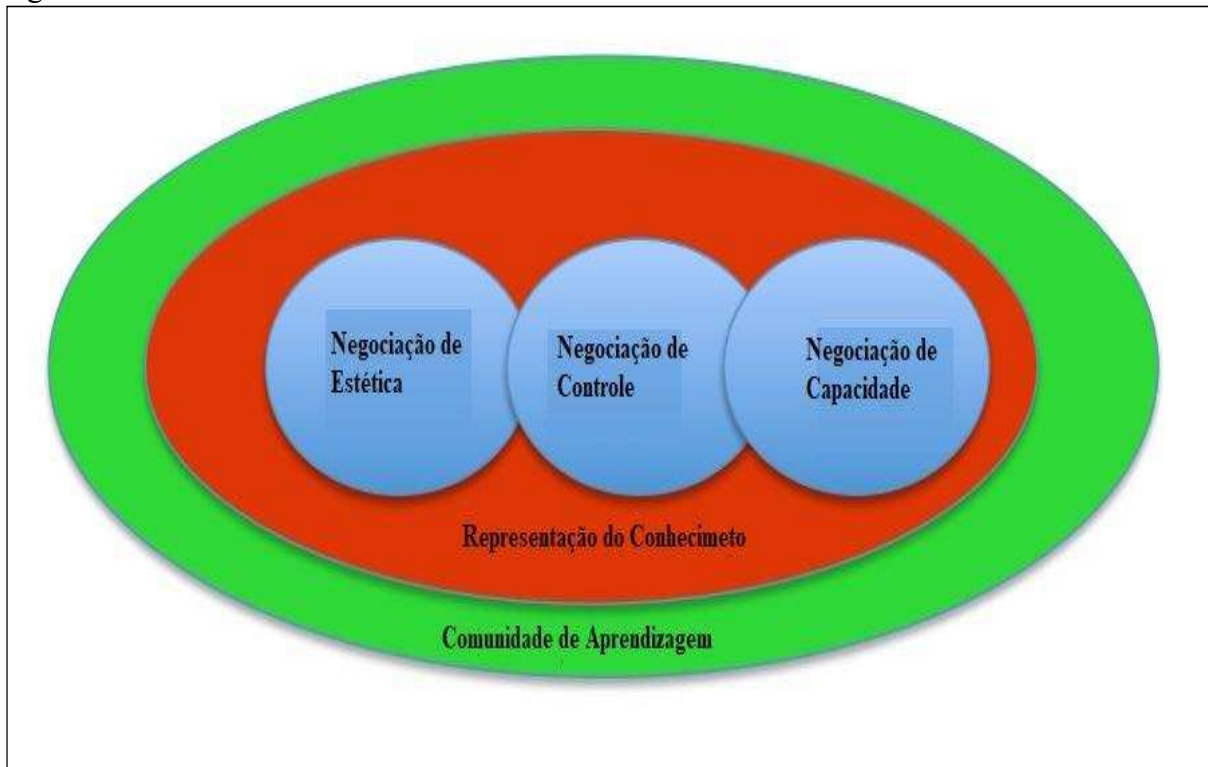
Experiências de Informação	Ações Informacionais
Informação como Participação: vivenciada como a interação social dentro de uma comunidade que expunha as normas e regras de interação.	Coleta: ocorre através das atividades de pesquisa por informação, busca direta, encontro casual.
Informação como Inspiração: vivenciada no contexto da vida cotidiana, muitas vezes acidentalmente.	Compreensão: ocorre na interação com a informação, em atividades de reflexão planejamento, etc.
Informação como Colaboração: experimentado através do compartilhamento de conhecimentos e habilidades para melhorar o desenvolvimento de conteúdo.	Criação: atividades de cópias, modelagem e adaptação de um novo conteúdo.
Informação como Processo: ocorre através da criação de conteúdo, a partir da compreensão de quais ferramentas estão disponíveis e ao domínio do uso das ferramentas.	
Informação como Artefato: refere-se ao conteúdo criado, uma representação concreta do conhecimento compartilhado.	

Fonte: Adaptado de Harlan, Bruce e Lupton (2014).

No Quadro 3, estão sintetizados os conceitos das categorias de experiências de

informação e das ações informacionais, que no processo de interação dentro das comunidades participativas digitais dão origem às práticas informacionais. As práticas informacionais identificadas por Harlan (2012) são: comunidade de aprendizagem, negociação da estética, negociação de controle, negociação de capacidade e representação do conhecimento. Essas práticas e as relações entre elas estão representadas na Figura 1.

Figura 1 – Práticas Informacionais



Fonte: Harlan (2012, tradução nossa)

A partir da Figura 1, é possível perceber como atuam as práticas informacionais detectadas por Harlan (2012), a Comunidade de Aprendizagem, é a prática em que os indivíduos se inserem para aprender mais sobre a comunidade, aqui o indivíduo vai aprender e observar como a comunidade funciona, e se deseja se encaixar nela; as Negociações de Estética, de Controle e de Capacidade, podem acontecer simultaneamente e correspondem ao processo de compreender a originalidade e o valor de um conteúdo, conhecer o que já foi produzido pela comunidade através da interação com os outros membros, e a aplicação de conhecimento para produção de novos conteúdos. Já a Representação do Conhecimento, é a junção dos três tipos de negociação, é o conteúdo produzido de fato, o produto.

As interlocuções teóricas propostas neste capítulo nos ajudam a assimilar melhor as relações entre sujeito, informação e contexto. Sendo que os estudos sobre essas relações

vêm se consolidando no campo dos estudos de usuários, através do conceito de práticas informacionais, que visam o estudo de todas as ações de um sujeito relacionadas à informação a partir de um contexto. Esse conceito mais do que tudo tem possibilitado, o desenvolvimento de estudos de usuários com sujeitos fora do âmbito profissional e acadêmico, já que conforme a abordagem sociocultural da informação, todos os indivíduos inseridos em uma comunidade, tem a capacidade para a produção e disseminação de informação. No próximo capítulo, serão abordadas as noções de cultura participativa e cultura de fãs, para falar sobre os sujeitos que serão o objeto deste estudo.

3 CULTURA PARTICIPATIVA E CULTURA DE FÃS

“Sem intimidar-se com as concepções tradicionais de propriedade literária e intelectual, os fãs saqueiam a cultura de massas, reclamando seus materiais para uso próprio, reelaborando-os como base para suas próprias criações culturais e interações sociais.”

(Henry Jenkins)

No capítulo discutirá sobre o conceito de Indústria Cultural e Cultura de Massas, e como a forma de consumo do público têm se modificado, dando origem a uma nova forma cultural. Além de discutir a relação entre Cultura Participativa e Cultura de Fãs, serão identificadas algumas plataformas midiáticas que compõem o *fandom* de As Crônicas de Gelo e Fogo.

Antes de conhecer como a cultura participativa e a de fãs são construídas e atuam, é preciso saber, minimamente, a noção do conceito de cultura e as relações do homem com ela, de forma a compreender a interação entre os produtos da cultura de massas e a produção da cultura fã. Para isso é necessário o entendimento de que não existe um conceito único para o fenômeno da cultura, conforme Santaella (2003), existem duas visões básicas sobre a ideia de cultura, uma de abordagem de viés humanista e a outra de viés antropológico.

De acordo com Santaella (2003) enquanto a primeira é seletiva, e considera cultura apenas alguns fragmentos da produção humana em detrimento a outros que não são considerados culturais, o viés antropológico considera cultura a totalidade da vida humana dentro de uma sociedade. A partir da distinção entre essas duas abordagens, mais precisamente no conceito antropológico de cultura, que existe a possibilidade para o surgimento das culturas que serão o foco deste capítulo.

Importante ressaltar que mesmo dentro do viés antropológico, não existe um consenso sobre o conceito de cultura, conforme Laraia (2003), entender a cultura é perceber a própria natureza humana, daí, a impossibilidade de uma unanimidade sobre esse conceito. Dentre as várias noções antropológicas, escolheu-se a noção de Geertz (2008), pois sua ideia de cultura facilita o entendimento de questões fundamentais da sociedade em diferentes realidades e épocas.

O conceito de cultura que eu defendo [...], é essencialmente semiótico. Acreditando como Max Weber, que o homem é um animal amarrado a teias de significação que ele mesmo teceu, assumo a cultura, como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado (GEERTZ, 2008, p. 4).

Assim, a cultura, na concepção do autor é uma teia de significados que orienta e conforma a existência humana, sendo ela mesma condição para a vida do homem, construída por ele e produto de suas ações, mas também orientadora dessas ações. Para o autor, os significados e sentidos das ações só podem ser compreendidos porque a cultura é pública, ela não determina os comportamentos, mas é o contexto pelo qual o significado é atribuído às ações. A cultura é algo intrínseco às relações humanas, tanto do homem entre si, quanto com sua relação com a produção de sentidos e significados, a cultura ocorre então na mediação dessas relações.

Nessa mesma perspectiva, Orozco Gomez (2017) coloca a cultura como o olhar pelo qual o indivíduo lê o mundo, interage com ele, se apropriando ou o desconstruindo. Para isso, o autor lança mão do conceito de mediação, como aquilo que possibilita a troca e a negociação de sentidos. Atribuindo ao indivíduo maior autonomia na criação e recriação de significados de uma mensagem (OROZCO GOMEZ, 1996).

Os conceitos aqui discutidos ajudam a assimilar melhor como surgem os estudos sobre cultura participativa e cultura de fãs, que atribuem ao sujeito papel ativo no processo de recepção dos produtos da indústria cultural, ressignificando-os como propõe Jenkins (2015) na citação que abre este capítulo.

Os estudos sobre essas culturas fogem da lógica dominante de que os produtos da chamada indústria cultural ou cultura de massa são alienantes, e que, em sua recepção o indivíduo é apenas mero coadjuvante, refém de mensagens consideradas inúteis ou capazes de causar certa apatia como resposta. Isso porque os conceitos de cultura participativa e cultura de fãs abrem precedentes para a importância do contexto e da cultura na recepção das mensagens, destacando que o indivíduo pode interagir com essas mensagens para construir um novo significado a partir do contexto em que está inserido.

No caso da cultura participativa e da cultura de fãs, isso é essencialmente possibilitado pelo surgimento das novas mídias e do surgimento do ciberespaço (JENKINS, 2009), que mudaram as formas pelas quais o indivíduo se comunica, produz conteúdo e compartilha informação. É válido destacar que, os produtos que são cultuados pelos fãs, também são frutos das mudanças que ocorreram nos meios de comunicação, mais precisamente eles surgem com a revolução industrial, que modificou a forma como a sociedade lida com a cultura.

Para entender melhor esse fenômeno é preciso conhecer como se origina a própria indústria cultural, e o contexto do aumento dos meios de comunicação, tanto na produção, quanto na difusão de cultura, o que será discutido na próxima seção.

3.1 Indústria Cultural e Cultura de Massa

A discussão sobre a Indústria Cultural e a Cultura de Massa é iniciada a partir da colocação de Coelho (2007) destacando que, o debate sobre a indústria cultural ainda é permeado pela dicotomia entre bem e mal, quando na verdade os estudos sobre ela são mais profundos do que estas questões éticas, para o autor, é preciso compreender o que fazer com a indústria cultural, mais do que discutir se ela é boa ou má para o indivíduo. Ainda que, para perceber essa questão, seja preciso conhecer a questão ética da indústria cultural. Também Fadul (1993) coloca que é preciso superar essa visão e assimilar melhor o conceito, suas origens, para entender a indústria cultural.

Fadul (1993) salienta que a noção de indústria cultural precisa ser compreendida a partir do ponto de vista do momento histórico em que o conceito foi delineado pela primeira vez, já que os autores elaboraram um conceito extremamente pessimista e fatalista. Isso se deve principalmente porque ambos os autores, judeus alemães, que emigraram para os EUA para fugir da guerra, viram como Hitler utilizou os meios de comunicação de massa, para espalhar terror e alienar a população. Outro fator importante para a construção do conceito, era a sociedade americana e a cultura de consumo, muito diferente do que eles tinham visto antes na Alemanha. Sendo que, uma parte da crítica feita pelos autores a essa sociedade e a cultura, era derivado de um preconceito elitista sobre o que deveria ser arte e cultura, originário do imaginário do que seria a cultura no séc. XIX.

A expressão “indústria cultural” foi utilizada pela primeira vez pelos teóricos da Escola de Frankfurt, Adorno e Horkheimer, em meados dos anos 1940 no livro *Dialética do Iluminismo*, em substituição ao termo cultura de massa, até então utilizado, já que a expressão cultura de massa podia ser interpretada como a cultura proveniente das massas, produzida por ela, sendo que a indústria cultural é oposta a essa noção (ADORNO, 1977).

Para uma melhor compreensão do conceito é necessário inicialmente sua distinção de outros termos constantemente associados ou tidos como sinônimos da indústria cultural; expressões como ‘Cultura de Massa’ e ‘Meios de Comunicação de Massa’. Conforme o Coelho (2007), uma primeira distinção entre o conceito de cultura de massa e meios de comunicação de massa, é a noção de que a existência da cultura de massa prescinde a existência dos meios de comunicação de massa, como o livro impresso, o rádio, a televisão, porém a existência desses meios não resulta imediatamente na existência da cultura de massa, isso porque “para existir, além deles, exigiu a presença neles”, isto é seus produtos precisam ser difundidos nos meios de comunicação para que ela exista, cultura de massa então levaria

para o público uma arte simplificada (COELHO, 2007, p. 9).

A indústria cultural nasce com o desenvolvimento da sociedade industrial, com a noção de uma economia baseada no consumo de bens, uma sociedade consumista. Na indústria cultural, a cultura é tida com um bem de consumo, Coelho coloca que,

[...] a cultura - feita em série industrialmente, para o grande número - passa a ser vista não como instrumento de livre expressão, crítica e conhecimento, mas como produto trocável por dinheiro e que deve ser consumido como se consome qualquer outra coisa. (2007, p. 10?)

Assim a cultura é feita para o público, para que ele consuma e não tenha tempo de questionar esse consumo, referindo-se a uma padronização dos bens culturais, para Adorno e Horkheimer (2002, p. 7) “a cultura contemporânea a tudo confere um ar de semelhança”, os bens culturais passam a ser adaptados para o consumo da massa, e independente dos meios em que foram produzidos mantêm uma estrutura semelhante. Os autores salientam ainda que, esses bens misturam elementos da cultura superior e da cultura inferior (o termo inferior aqui é utilizado para denominar a cultura que não era a da elite e dos intelectuais), de tal forma que é prejudicial para ambos (ADORNO; HORKHEIMER, 2002).

Coelho (2007) também discute a distinção entre cultura superior e cultura de massa. O debate sobre esses termos, é tratado por quase toda a literatura ligada à indústria cultural, mas para o autor, essa discussão apenas leva a perpetuação de conceitos que já estão impregnados na mente dos pesquisadores, impedindo-os de enxergarem com clareza o objeto de estudo. Apresentando como melhor caminho para a discussão desses conceitos as três formas de manifestações culturais propostas por Dwight MacDonald.

[...] superior, média, e de massa (subtendendo-se por cultura de massa uma cultura ‘inferior’). A cultura média, do meio, é designada também pela expressão *midcult* que remete ao universo dos valores pequeno-burgueses; e a cultura de massa não é por ele chamada de mass culture, mas sim, pejorativamente, de *masscult* - uma vez que, para ele, não se trataria nem de uma cultura, nem de massa. Não é difícil saber o que abrange o rótulo cultura superior: são todos os produtos canonizados pela crítica erudita. (COELHO, 2007, p. 14)

O autor caracteriza assim as três formas culturais, sendo que a cultura superior é tudo aquilo já canonizado como arte, a *midcult* são releituras do que já foi difundido pela cultura superior numa tentativa de se passar como superior, já a *masscult* seria aquilo produzido pelos meios de comunicação de massa para o público, algo inferior. Coelho (2007) então coloca que, há uma dificuldade em se distinguir as formas culturais, isso porque, alguns bens culturais classificados em uma determinada forma cultural, podem ser compreendidos

como pertencentes à outra forma cultural, há depender do tempo.

Para Coelho (2007) essa mesma dificuldade perpassa ao tentar associar uma forma cultural há determinada classe social, já que as formas culturais tendem a passar pelas classes sociais com bastante frequência. Vale então lembrar a colocação de Laraia (2003, p. 95-96) sobre o caráter dinâmico da cultura, “qualquer sistema cultural está em um constante processo de modificação”, seja por conta de mudanças dentro da própria dinâmica da cultura ou por contato com outros sistemas culturais.

Outro ponto importante para a caracterização da indústria cultural é a distinção entre a cultura popular e a cultura de massa, ou o que hoje entende-se como cultura pop. Para Coelho (2007) muitos propõem que entre essas duas existe uma relação de subordinação ou até mesmo de exclusão, porém destaca que na verdade elas agem de formas complementares. A cultura popular é entendida, pelo autor, como as expressões tradicionais de um povo, através de formas artísticas, produzida pelo próprio grupo, de forma a manter e repassar suas tradições, um entendimento diferente do que atualmente pode se propor como cultura popular ou pop.

Um conceito significativo de cultura popular é proposto por Hall (2005, p. 64, tradução nossa) ao colocar que “a cultura popular não é, nem em sentido puro, as tradições populares de resistência a esse processo; nem é o que é sobreposto neles e sobre eles. É o terreno sobre o qual as transformações são trabalhadas”. Nessa perspectiva o autor coloca a cultura popular como uma forma de resistência a cultura da elite, já que ela seria aquilo que foi excluído pela cultura dominante.

Num caminho parecido como o proposto por Hall (2005), mas fazendo assim como Coelho (2007), um contraste entre a cultura popular e a cultura de massa, Fiske (2010) coloca a cultura de massa com um sistema de entretenimento produzido e comercializado para a população, e a cultura popular, seria o uso real que a população faria desses produtos e entretenimentos, que podem ter ou não o significado atribuído pelos seus criadores. Baseado nas ideias de Certeau o autor coloca que,

[...] cultura popular é feito pelas pessoas não produzido pela indústria cultural. Tudo que a indústria cultural pode fazer é produzir uma série de textos ou recursos culturais para que várias pessoas possam utilizar ou rejeitar no processo em curso de formação da cultura popular (FISKE, 2010, p. 25, tradução nossa)

Assim a cultura popular é feita pelas pessoas e não pode ser imposta a ela, cabe ao

indivíduo o papel de validar ou negar os produtos da indústria cultural, é a arte de trabalhar com o que o sistema oferece. Ainda que se considere a cultura popular como o que a população produz a partir do que é entregue pela indústria cultural, é inegável o quanto esse conceito está relacionado ao que produzem os meios de comunicação de massa.

A ideia de pop é carregada de acionamentos diferenciados e contradições. Rotular algo como pop pode servir tanto como uma adjetivação desqualificadora, destacando elementos descartáveis dos produtos midiáticos, bem como para afirmações de sensibilidades cosmopolitas, modos de habitar o mundo que relativizam o peso das tradições locais e projetam sensibilidades partilhadas globalmente (JANOTTI JUNIOR, 2015, p. 45).

Ou seja, a ideia de cultura pop tanto nos vai remeter aos produtos da indústria cultural, quanto a questões de tradição, o que nos remete a ideia inicial de Coelho (2007) acerca da complementação que existe entre a cultura de massa e a cultura popular.

É destacado ainda que, a dificuldade em definir o conceito de cultura popular é proposta por Canclini (1987) ao colocar que esse conceito não é algo dado, mas sim construído. Por isso, existe uma grande divergência entre o que hoje é considerado popular e o que era popular há alguns anos atrás. Desde que os estudos sobre a comunicação massiva se iniciaram a noção de cultura popular se constitui a partir do que é produzido por esses meios de comunicação, destacando que quem defende e estuda as questões tradicionais tende a menosprezar o popular produzido pela indústria cultural, por considerá-lo uma ameaça às tradições.

Para Santaella (2003) a cultura de massa, os meios de comunicação e a própria indústria cultural produziram um impacto no que se entendia sobre cultura e na forma como as pessoas lidavam com ela. Ao abarcar elementos das formas de cultura superior e popular, a cultura de massa, anulou as fronteiras entre o que era popular e erudito. “Disso resultam cruzamentos culturais em que o tradicional e o moderno, o artesanal e o industrial mesclam-se em tecidos híbridos e voláteis próprios das culturas urbanas” (SANTAELLA, 2003. p.52)

Esses cruzamentos foram proporcionados tanto pela mistura entre as culturas, mas também, pelas mudanças que sofreram os meios de comunicação de massa durante o Séc. XX. Sendo esses novos meios e mídias os aparatos, que possibilitam um novo relacionamento da população com a cultura e conseqüentemente produzindo uma nova cultura baseada no uso das novas tecnologias de comunicação. Para Santaella (2003) contrariamente do que se creditava a cultura de massa, nessa nova cultura baseada nas mídias, existe uma dinâmica de participação ativa dos consumidores da cultura. O papel da mídia e a participação dos

consumidores na formação dessa nova cultura serão discutidos na próxima seção com maior aprofundamento.

3.2 Cultura da Convergência e Cultura Participativa

Para Santaella (2003) os preconceitos sobre a indústria cultural marcavam fronteiras que excluíaam fatores cruciais para esses o entendimento desses estudos, tais como, as interseções socioculturais entre as formas culturais, a dinâmica da cultura, o impacto do desenvolvimento tecnológico na produção cultural e na sociedade, a dissolução de fronteiras entre tradicional e erudito, e as interações entre a cultura de elite, a cultura popular e a cultura de massa. Essas fronteiras levantadas contra a indústria cultural se enfraqueceram e foram desprezadas a partir da década de 1980 por conta das novas formas de consumo da cultura, propiciadas pelo avanço das tecnologias comunicacionais.

Conforme Lévy (1999), os anos de 1980 prenunciaram o que viria a ser a multimídia, sendo que a informática e a internet passaram a serem difundidas na sociedade em diversos meios, não ficando restritas mais a técnica e ao setor industrial. Para Castells (2007), o surgimento de um sistema eletrônico e digital cria um novo espaço de interação e possibilidades de interação, bem como, desperta a discussão para se repensar os modelos comunicacionais.

Santaella (2003) utiliza o conceito de cultura das mídias, para explicar essa nova dinâmica dos fenômenos culturais, que eram distintos da lógica por trás de conceitos como a indústria cultural e da cultura de massa. Já que, contrariamente a esses conceitos em que a cultura, “é essencialmente produzida por poucos e consumido por uma massa que não tem poder para interferir nos produtos simbólicos que consome [...]” (SANTAELLA, 2003 p. 52), a cultura das mídias possibilita ao indivíduo tanto escolher consumir ou não um produto, como abre espaço para que ele possa interferir nesse produto.

“Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2009, p. 29). Nas palavras do autor, na convergência as diferentes mídias se cruzam, não há uma fronteira entre o que é produzido por uma mídia ou por outra, muitas vezes o conteúdo cultural se desenvolve em diferentes plataformas midiáticas ao mesmo tempo; e há um intercâmbio de poder entre produtor e consumidor.

Para Jenkins (2009, p. 29) a convergência define “transformações tecnológicas,

mercadológicas, culturais e sociais”, há depender de quem ou do que se está falando. Ela trata sobre o fluxo de conteúdo, através das diferentes plataformas midiáticas e mais ainda sobre como o público se comporta, ao utilizar as mídias para se apropriar do conteúdo, mais do que apenas consumir, o público também quer se apoderar, criar e distribuir material. O autor propõe, ainda, que para compreender a cultura da convergência é necessário que se entenda a relação entre os conceitos de convergência dos meios de comunicação, inteligência coletiva e cultura participativa.

Antecipando-nos às discussões sobre os meios de comunicação, retoma-se Santaella (2003) para discutir o termo mídia, que será bastante utilizado no decorrer do trabalho, que pode ser entendido em dois sentidos, um estrito, que se refere especificamente aos meios de comunicação de massa de transmissão de notícias; e outro amplo que se refere a qualquer meio de comunicação de massa. Ainda de acordo com a autora, com a revolução digital, o termo mídia passou a ser utilizado não apenas para os suportes, os meios de comunicação de massa, mas para se referir, a todos os processos de comunicação mediados pelo computador.

De acordo com Castells (2007), com a revolução dos meios de comunicação digital, acreditava-se que as novas mídias substituiriam as mídias tradicionais, e que a internet substituiria todas as outras plataformas de comunicação, por facilitar o acesso ao conteúdo. Porém, o que se percebeu foi que essas mídias poderiam coexistir no mesmo espaço, apenas era preciso entender como as indústrias responsáveis por cada plataforma, trabalhariam em conjunto.

Na opinião de Santaella (2003, p 53) “as mídias tendem a se engendrar como redes que se interligam e nas quais cada mídia particular [...] tem uma função que lhe é específica”, assim cada uma poderia ficar responsável por uma atividade específica, mas seus conteúdos se interligariam, assim como seus públicos. A autora, inclusive cita casos em que livros ficaram muito famosos, após serem adaptados para o cinema ou para séries televisivas, um exemplo, desse fenômeno, é o objeto desta pesquisa que será discutido na subseção 3.3.1.

Nessa mesma perspectiva, Jenkins (2009) coloca que muitos acreditavam que os meios de comunicação tradicionais ‘morreriam’ para dar espaço para os novos, porém essa ideia era equivocada, já que, o que fica obsoleto ou em desuso é o suporte de acesso, a tecnologia de distribuição. No entendimento do autor, os meios de comunicação são sistemas culturais, e uma vez que um meio de comunicação se estabelece e supre à demanda de alguma parcela da sociedade ele continuará operando dentro desse sistema estabelecido.

“Cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes” (JENKINS,

2009, p. 41), os meios novos não eliminam os antigos, mas são transformados pelo surgimento das novas mídias, portanto quando se fala de convergência dos meios, não está se falando que todos os aparelhos irão agrupar-se para formar num aparelho único que pode fazer tudo, mas sim de uma convergência de conteúdo.

Essa convergência permite acessar um conteúdo ou um bem cultural, independente do suporte que se utiliza, pois ele está disponível em todos os meios, isso modifica a forma como as pessoas consomem os meios e também como controlam e atuam sobre essas mídias. É o que ocorre com as narrativas transmídias que acabam sendo desenvolvidas em inúmeras plataformas midiáticas, cada uma oferecendo um desdobramento diferente para a história e oferecendo uma experiência única para o público (JENKINS, 2009).

Nesse aspecto, o desenvolvimento das tecnologias digitais tem importante função, para Lemos (2004) elas criam um novo espaço onde novas relações podem ser construídas, independentes de barreiras físicas e propicia o desenvolvimento de um consumidor mais ativo, possibilitando um desvio das lógicas tradicionais de produção e consumo de mídia.

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros (JENKINS, 2009, p. 30).

A ideia de cultura participativa é então utilizada pelo autor, para denominar o contexto em que os papéis de produtores e consumidores de mídias se misturam, já que o consumidor não é apenas um espectador, o público, com o advento da internet, passa a possuir o poder de interferir em diversos processos comunicacionais, independentes do suporte midiático, principalmente, por conta da visibilidade proporcionada pelas plataformas midiáticas digitais, como é o caso de Elio M. Garcia e Linda Antosson, donos do principal site sobre As Crônicas de Gelo e Fogo no mundo e Coautores de um livro com George R.R. Martin⁴, pois o autor considera que esses fãs tinham tanto conhecimento sobre a obra quanto ele. Ainda que o poder adquirido pelo consumidor através do uso das novas plataformas, seja determinado de alguma maneira, pelo contexto em que ele se insere.

⁴ Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/quem-sao-os-fas-que-colaboram-com-o-autor-de-game-of-thrones/>.

A nova cultura participativa está tomando forma na interseção entre três tendências: 1. Novas ferramentas e tecnologias permitem aos consumidores arquivar, anotar, apropriar e recircular o conteúdo de mídia; 2. uma gama de subculturas promove a produção de mídia ‘faça você mesmo’ (DIY), um discurso que molda a forma como os consumidores implantaram essas tecnologias; e 3. as tendências econômicas que favorecem os conglomerados midiáticos integrados horizontalmente encorajam o fluxo de imagens, ideias e narrativas em vários canais de mídia e exigem modos mais ativos de espectadores. (JENKINS, 2006, p. 135-136, tradução nossa)

A cultura participativa coloca o público como central, os vendo como mais do que meros consumidores ingênuos, mas também não totalmente autônomos, já que os conglomerados midiáticos ainda detêm poderes sobre o que produzem. O que existe na cultura participativa é uma expansão dos papéis, facilitados pelas tecnologias digitais, tornando o consumo como um processo coletivo, em que cada um pode fazer uma interpretação de determinado conteúdo e podem socializar sua compreensão através da associação com outras pessoas. Jenkins (2009, p. 47) coloca que “se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos”.

Por exemplo, no caso das Crônicas, a série derivada dos livros causou comoção com seu final e levou milhões de fãs a assinarem uma petição pedindo a emissora a refilmagem da oitava e última temporada,⁵ ainda que a petição tenha sido ignorada, esse protesto é só um dos exemplos, de como os fãs podem se unir em prol de um interesse comum. Esse engajamento na cultura participativa é possibilitado pelo surgimento de comunidades de conhecimento e de uma inteligência coletiva. Ambos os conceitos foram cunhados pelo filósofo francês Pierre Lévy, e utilizados por Jenkins (2006, 2009) para tratar sobre cultura de fãs e cultura participativa.

A inteligência coletiva é conceituada por Lévy (2007, p. 28) como “uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”, assim a inteligência coletiva seria um espaço de conhecimento formado através de um processo coletivo, onde cada um pode contribuir com algo, e ela seria utilizada em prol de todos.

De acordo com Jenkins (2009, p. 56) “A inteligência coletiva refere-se a essa capacidade das comunidades virtuais de alavancar a expertise combinada de seus membros. O que não se pode saber ou fazer sozinho agora pode fazer coletivamente”, na inteligência

⁵ Disponível em: <https://revistamonet.globo.com/Series/noticia/2019/05/peticao-sobre-temporada-final-de-game-thrones-reune-12-milhao-de-assinaturas.html>

coletiva o conhecimento está disponível para toda a comunidade, possibilitando participação de todos os indivíduos, pois sua premissa, é que ninguém possui um conhecimento absoluto sobre tudo, mas todos podem contribuir com algo para a comunidade.

Conforme Lévy (1999) o ciberespaço se apresenta como novo espaço de comunicação, socialização, troca de informações e convergência cultural, para o surgimento das comunidades que darão origem a inteligência coletiva. Um espaço onde todos podem colaborar para seu desenvolvimento através da produção ou divulgação de conhecimentos. Um meio de interação e comunicação que compreenda as novas relações socioculturais possibilitadas por ele.

Nesse espaço a criação de conteúdos e o compartilhamento só são possibilitados pela existência das comunidades, no caso da cultura participativa, esse espaço corresponde às comunidades virtuais. Rheingold (1996, p. 20) foi um dos primeiros teóricos a utilizar a expressão para designar os “agregados sociais que surgem da rede, quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante essas discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no espaço cibernético”, essa integração dos indivíduos se dá a partir dos interesses mútuos e da necessidade de se debater sobre uma temática de tal forma que se formam relações sociais a partir dessas interações.

As comunidades virtuais representam a associação de determinados indivíduos com interesses comuns, e que utilizam esse espaço para promover, debater, produzir e compartilhar conteúdos sobre os mais diversos tipos de temática. Já Lévy (2007) denomina essa comunidade onde a inteligência coletiva é organizada por seus membros de comunidade de conhecimento.

Comunidades de conhecimento formam-se em torno de interesses intelectuais mútuos; seus membros trabalham juntos para forjar novos conhecimentos, muitas vezes em domínios em que não há especialistas tradicionais; a busca e a avaliação de conhecimento são relações ao mesmo tempo solidárias e antagônicas. Investigar como essas comunidades de conhecimento funcionam pode nos ajudar a compreender melhor a natureza social do consumo contemporâneo de mídia. Essas comunidades podem nos revelar como o conhecimento se torna poder na era da convergência das mídias. (JENKINS, 2009, p. 48)

A comunidade de conhecimento se forma quando indivíduos, a partir de interesses em comuns, começam a trabalhar em conjunto na construção do conhecimento sobre determinados assuntos, e apesar de trabalharem juntos, as relações podem nem sempre ser tranquilas, porém apesar dos conflitos o conhecimento dentro dessas comunidades não

pertence apenas a um indivíduo, ele é coletivo. Para o autor, o estudo dessas comunidades pode ajudar a entender como o consumo das mídias tem funcionado na era da convergência.

O conceito de inteligência coletiva e de comunidade de conhecimento de Lévy oferece aos estudiosos de fãs, uma maneira melhor para pensar como funciona o *fandom*, principalmente em termos das suas dimensões sociais, não apenas como uma cultura de resistência, mas como essa cultura virá a operar no futuro. Para Jenkins (2006) o *fandom* é a melhor representação que existe do conceito de comunidade de conhecimento, assim esses conceitos não apenas servem para conhecer como ocorre a convergência das mídias, mas como a cultura de fãs, que será discutida na próxima seção, funciona.

3.3 Cultura de Fãs

Os estudos sobre cultura fã surgiram na perspectiva de compreender a interação de um grupo particular de fãs e suas práticas culturais com a sociedade, conforme Sandvoss, Gray e Harrington (2017, p. 10, tradução nossa) “estudar o público de fãs nos permite explorar alguns dos principais mecanismos através dos quais interagimos com o mundo mediado no coração de nossas realidades e identidades sociais, políticas e culturais”. Assim, estudar os fãs, é entender não apenas a realidade desse público, sua identidade cultural como fã, mas como a partir dessa identidade ele entende as práticas no mundo em que está inserido. O conceito de fã sempre foi acompanhado por alguns estereótipos, de acordo com Jenkins,

Fan, no inglês, é uma abreviação da palavra *fanatic* [fanático], cuja raiz está na palavra latina *fanaticus*. No sentido mais literal, *fanaticus* significava apenas ‘proveniente ou pertencente a um templo, servo do templo, devoto’, mas logo ganhou conotação negativa: ‘de pessoas inspiradas por ritos orgiásticos e frenesi passional’ (Oxford Latin Dictionary). Com sua evolução, o termo *fanatic* passou de referência a certos excessos na crença e reverência religiosa qualquer ‘entusiasmo excessivo ou enganado’ [...] (2015, p. 31-32).

Ainda que derive de uma palavra que era utilizada para designar alguém devoto de um templo, com o tempo a palavra fã começou a ser associada a ideias negativas, saindo da esfera religiosa, passou a ser utilizada para indicar qualquer pessoa que gostava de algo em excesso. Para Sandvoss, Gray e Harrington (2017) e Jenkins (2006) a palavra tem uma origem bastante controversa, já que ela era utilizada como uma forma de insulto, para indicar pessoas inadequadas socialmente, que desenvolviam um interesse quase obsessivo por um assunto específico, pelo menos essa era a visão da maioria das pessoas.

Conforme Jenson (1992) a imagem de fanático e obsessivo dos fãs e do *fandom*,

era visto como uma patologia, principalmente porque as pessoas não conseguiam captar qualquer razão lógica para que alguém gastar tanto tempo ou dinheiro se dedicando a algum tipo de bem cultural, que muitos entendem como algo sem valor. Outro fator que ajudou a consolidar a imagem negativa dos fãs e do *fandom*, foi o cinema, que em diversos filmes retratavam os fãs como alguém capaz de matar em nome da sua obsessão, normalmente os fãs eram retratados como alguém socialmente incapaz (JENKINS, 2015).

Uma nova concepção do termo fã começou a ser defendida por Jenkins em seu livro *Textual Poachers*, em português lançado como *Invasores de Texto*, publicado em 1992. Esse novo conceito não foi elaborado repentinamente, mas reflete o crescimento e as mudanças no campo dos estudos de fãs. De acordo com Jenkins (2015, p. 22) os estudos sobre os fãs começaram a ganhar espaço a partir dos Estudos Culturais desenvolvidos na Escola de Birmingham, focando no processo de recepção do público, oferecendo “descrições mais confiáveis de públicos tanto passados quanto contemporâneos”, e assim entender melhor como esses grupos interagem com a mídia e a utilizavam como recursos em suas vidas.

Para Jenkins (2006, p. 1, tradução nossa) esses estudos ajudaram a “[...] reverter o desprezo público dirigido às subculturas juvenis, eu queria construir uma imagem alternativa da cultura de fãs, uma que visse os consumidores de mídia ativos, engajados criticamente e criativos”. Assim a cultura fã, busca mostrar um novo papel do receptor no processo comunicacional, não apenas um consumidor passivo, mas alguém capaz de se apropriar de diferentes textos ou formas culturais e transformá-lo, muitas vezes em algo completamente diferente do que lhe deu origem.

Quando escreveu *Textual Poachers*, em 1992, Jenkins queria fazer uma defesa da comunidade de fãs, mostrar que as ideias preconcebidas sobre os fãs estavam longe da verdade, em *Convergence Culture*, lançado em 2006, o autor já não precisava defender um conceito otimista de fã, pois, a noção de fã enquanto um agente ativo e central nos processos comunicativos já estava estabelecido, o autor se preocupou em mostrar então, como esse fã operava dentro da cultura. Em cultura da convergência, a audiência ativa não é mais vista com ceticismo, mas tida como certa (JENKINS, 2006).

Os estudos sobre cultura fã são divididos por Jenkins (2006) e Sandvoss, Gray e Harrington (2017) em três gerações ou três ondas, cada uma delas é responsável por ampliar e difundir o conceito de fã e de *fandom*. De certa forma, apesar de derivarem de abordagens diferentes os autores dessas gerações são combinados para formar o corpo teórico da cultura de fãs.

A primeira geração é composta por autores como John Tulloch, John Fiske e

Janice Radway, segundo Jenkins (2006, p. 11, tradução nossa) apesar de falarem de audiência ativa, e utilizarem métodos etnográficos, os trabalhos publicados por essa geração falavam de públicos diferentes, mas os autores tinham em comum a necessidade de se colocarem fora do contexto de fã, “[...] de serem livres de quaisquer implicações de assuntos dos seus objetos”, esse distanciamento acabava por impossibilitar que esses pesquisadores conseguissem capturar ou mesmo entender algumas nuances da cultura fã, inclusive acreditando que os fãs não compreendiam suas próprias atividades.

A segunda geração é marcada por autores como o próprio Jenkins e por Camille Bacon-Smith, que buscavam uma maneira de falar sobre os fãs que não fosse demasiadamente defensiva, para que os editores ou faculdades não os vissem apenas como fãs, e sim como fãs e acadêmicos, eles também desejavam que essa fala não desrespeitasse a comunidade de fãs (JENKINS, 2006).

É nessa geração que Jenkins (2015) começa a reformular o conceito de fãs baseando-se nas noções de Certeau sobre a apropriação que o povo faz da cultura dominante, assim os fãs são,

[...] leitores que se apropriam de textos populares e que os releem de uma forma que serve a interesses distintos, como espectadores que transformam a experiência de assistir à televisão numa cultura participativa mais rica e complexa [...] Fãs constroem sua identidade cultural e social a partir do empréstimo e da modulação de imagens da cultura de massa, articulando interesses que costumam não ter voz na mídia dominante (JENKINS, 2015, p. 42).

Desta forma, começa a se entender o fã, não apenas como, um consumidor alienado incapaz de pensar além daquilo que a mídia dominante lhe oferece, mas alguém capaz de fazer outras leituras a partir do que lhe é oferecido, muitas vezes associando essas leituras com suas experiências sociais, para assim construir tanto sua identidade enquanto fã, como o espaço em que ele se insere. Já Sandvoss, Gray e Harrington (2017) consideram como primeira onda, Jenkins, Camille Bacon-Smith, Fiske e Tulloch, conforme os autores, os trabalhos desse período buscavam mostrar a validade dos estudos de fãs e do *fandom*, defendendo o *fandom* como “[...] uma tática do impotente, um ato de subversão e apropriação cultural contra o poder e a indústria da mídia de produtores” (SANDVOSS; GRAY; HARRINGTON, 2017, p. 2, tradução nossa).

A segunda onda, identificada por Sandvoss, Gray e Harrington (2017) tinha uma visão menos otimista sobre o *fandom*, apesar de ainda focarem em temas como discriminação, questões de poder e desigualdade, essa geração não via o *fandom* como uma cultura de

subversão, para eles a estrutura do *fandom* seria uma extensão do que se vê na sociedade. Para isso, os autores utilizavam os conceitos de capital social e *habitus*, elaborados por Bourdieu, como forma de mostrar que as hierarquias dentro do *fandom* buscavam a manutenção do *status quo* de seus participantes.

Para Jenkins (2006) a terceira geração já não precisa se preocupar com uma defesa do *fandom*, pois as gerações anteriores criaram uma base para que esses autores pudessem desenvolver seus trabalhos. Sandvoss, Gray e Harrington (2017) expressam que a terceira geração é formada por autores como Matt Hills, Nicholas Abercrombie, Brian Longhurst, entre outros que buscaram expandir o escopo dos estudos de fãs, pesquisando uma ampla gama de audiências, refletindo o quanto a ideia de *fandom* cresceu como uma forma de circulação cultural. Se tornar fã na perspectiva dessa geração é algo comum. Assim o *fandom* se apresenta como um espaço convivência para a apropriação tal como as ‘maneiras do fazer’ de Certeau (2012, p. 41) que “[...] constituem as mil práticas pelas quais usuários se reapropriam do espaço organizado pelas técnicas da produção sociocultural”.

Para Thompson (1998) ser fã, possibilita ao indivíduo a inserção em uma comunidade com pessoas que tenham os mesmos gostos, o *fandom* então, se diferencia de outros tipos de comunidades, por se iniciar a partir de interesses que os seus participantes têm em comum.

Fandom é um veículo para grupos subculturais marginalizados [...] abrir espaço para suas preocupações culturais dentro de representações dominantes, *Fandom* é uma forma de apropriar-se de textos midiáticos e de reler de forma que sirva interesses diferenciados, uma forma de transformar a cultura de massa na cultura popular (JENKINS, 2006, p. 40, tradução nossa).

Assim, o *fandom* tem papel fundamental no processo de transformação da cultura de massa em cultura popular, a partir da releitura e interpretação dos textos midiáticos, possibilita aos indivíduos ter domínio, sobre aquilo que consome. Ainda nesse sentido cita-se Certeau (2012, p. 43) ao colocar que “a figura atual de uma marginalidade não é mais a de pequenos grupos, mas uma marginalidade de massa; atividade cultural dos não produtores de cultura, uma atividade não assinada, não legível, mas simbolizada”, para o autor essa forma cultural é a única possível, para aqueles que consomem a cultura.

Os fãs nessa nova geração são vistos por Hills (2012, p. VIII, tradução nossa) como, “os fãs costumam ser altamente articulados. Os fãs interpretam textos da mídia de várias formas interessantes e talvez inesperadas. E os fãs participam de atividades comunitárias - eles não são ‘socialmente atomizados’ ou visualizadores / leitores isolados”.

Assim a ideia de fã ganha uma conotação mais positiva, um papel ativo no processo de produção e de recepção dos textos midiáticos.

A representação do fã passou de patologia para algo muito mais positivo, que contempla o fã, tanto como receptor, quanto como produtor dentro da indústria midiática, ser fã hoje se tornou uma forma de engajamento cultural comum, com o advento da internet e das novas mídias digitais. Ser um fã é se apropriar, interpretar, resistir, modificar e disseminar o que se recebe da indústria midiática, ou seja, ressignificar aquilo que consome, aplicando as obras originais, seus valores e cultura de forma a forjar um novo produto.

Se antes os fãs, eram relegados apenas a pequenas convenções como colocou Jenkins (2015) e Sandvoss, Gray e Harrington (2017), hoje a cultura fã se encontra espalhada por toda a internet, principalmente por conta da popularização de narrativas transmídias, conforme Jenkins (2009) esse tipo de narrativa tem ganhado cada vez mais adeptos, e consiste na utilização de diversos meios para a elaboração de uma narrativa, cada um desses meios vai apresentar algo diferente, um desdobramento da história, oferecendo assim uma experiência única para o indivíduo.

Conforme Recuero (2015), a mídia digital ofereceu mais do que um espaço onde os fãs possam produzir seu conteúdo, ela oferece também liberdade para que eles possam se apropriar das obras da forma como lhes convém, e isto é a causa de muitos atritos dentro do *fandom*. Para Jenkins:

O *fandom* contém tanto formas negativas quanto positivas de empoderamento. Suas instituições permitem a expressão tanto do que os fãs lutam contra quanto do que lutam a favor; seus produtos culturais articulam a frustração com a vida cotidiana, assim como seu fascínio por representações que proponham alternativas (2015, p.285).

Para o autor, o *fandom* tem servido de espaço para que os indivíduos possam consumir cultura de formas diversas, podendo por vezes articular seus próprios interesses nesse processo. Fazendo com que existam assim várias formas de entender as apropriações feitas pelos fãs, isso fica ainda mais claro na forma que alguns tipos de produtos de fãs, são vistos como algo negativo tanto pelos membros do *fandom*, como dos detentores dos direitos de propriedade da obra original.

Para o autor, essas formas de significação elaboradas pelos fãs são importantes e necessárias para que a cultura de fãs exista, pois ao fazerem isso os fãs estão aproximando esses textos de suas experiências, utilizando sua cultura como uma forma de fazer uma releitura daquilo que consumiu originalmente.

3.3.1 O *fandom* de As Crônicas de Gelo e Fogo

De acordo com Jenkins (2009) o *fandom* é uma comunidade de conhecimento, composta por indivíduos que possuem um interesse em comum, e se reúnem com o propósito de trocar experiências, compartilhar ideias, debater pontos de vistas e produzir conteúdos a partir das leituras feitas pelo consumo coletivo da mídia. Na ideia de cultura da convergência proposta pelo autor, essa comunidade tem como um dos propósitos o desenvolvimento de uma inteligência coletiva, produzida por todos os membros da comunidade de forma a dar suporte para o desenvolvimento das relações e das interações do indivíduo dentro dessa comunidade.

Tendo como base esses conceitos, procurou-se identificar alguns dos locais e comunidades dentro do ciberespaço que são figuras representativas do *fandom* de As Crônicas de Gelo e Fogo. Antes, porém, é preciso identificar o que são essas Crônicas.

As Crônicas de Gelo e Fogo são uma série de livros de fantasia escrita pelo autor norte-americano, George R.R. Martin, essa série começou a ser publicada em 1996, mas o desenvolvimento da história começou em 1991, o enredo se passa em um ambiente fictício e seu enredo envolve elementos políticos e de alta fantasia⁶ (BINI, 2018c).

A série televisiva começou a ser produzida entre os anos de 2008 e 2012, pelos produtores e roteiristas, David Benioff e Dan B. Weiss, que receberam do agente de Martin que tinha em mente a adaptação para o cinema, eles foram responsáveis por convencerem o autor a ceder os direitos para transformar os livros em série. A primeira temporada, que foi ao ar em 2011, segue fielmente a trama do livro, e isso resultou em uma recepção positiva da crítica especializada. (ALVES, 2018c)

Desde então a popularidade dos livros e da série de televisão cresceu de forma absurda, a série se tornou o maior sucesso da história da HBO⁷, é recordista de *Emmys*⁸, se tornou o show mais popular e mais pirateado do mundo por alguns anos seguidos (MARTIN, 2019).

Hoje o conteúdo que compõem o universo de As Crônicas de Gelo e Fogo tem se

⁶ Alta Fantasia é um termo elaborado em 1971 por Lloyd Alexander, para denominar histórias de fantasia em que existe a criação de um mundo, num universo paralelo, com regras próprias, geralmente são de estilo épico, pois engloba um período que envolve séculos ou eras, o desenvolvimento dos personagens acontece aos poucos e inclui inúmeros elementos fantásticos, como criaturas mitológicas, magia etc. Disponível em: <http://perplexidadesilencio.blogspot.com/2016/07/por-que-gosto-de-ler-alta-fantasia.html>.

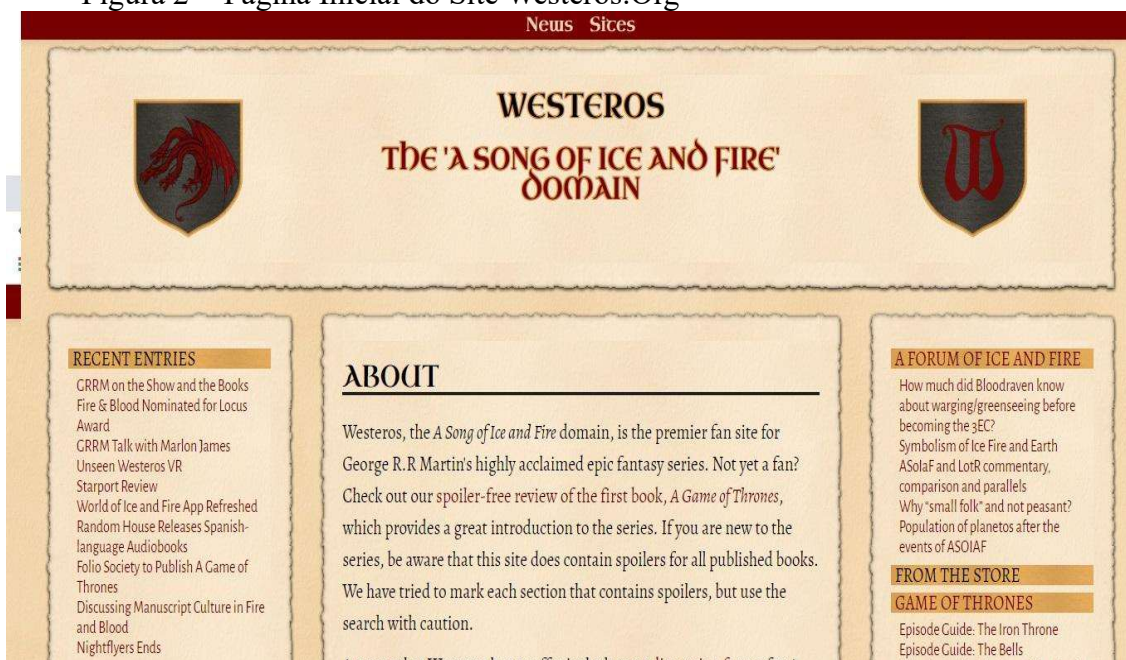
⁷ Canal de Televisão por assinatura.

⁸ É uma premiação norte americana, que reconhece a excelência da indústria televisiva. É considerado um dos quatro principais prêmios na indústria do entretenimento sendo os outros o Grammy (Música), Oscar (Filmes) e Tony (Teatro).

expandido por diferentes plataformas de mídia. Já foram lançados livros de cânone ⁹ oficial, livros de semi-cânone ¹⁰, o seriado de televisão, foram lançados jogos para computadores e celulares, jogo de tabuleiro, RPG oficial da história, além de trilha sonora original com músicas que existem dentro do cânone dos livros, e algumas feitas especialmente para a série, *Action Figures* para colecionadores, etc.

Dentre as plataformas utilizadas para interação pela comunidade de fãs destacam-se: Fóruns, *Twitter*, Comunidades no *Facebook*, e os sites ‘oficiais’ criados por fãs. Dentre eles é apresentado aqui, aquele que é tido como o principal site de fã e fonte de informação sobre a obra.

Figura 2 - Página Inicial do Site Westeros.Org



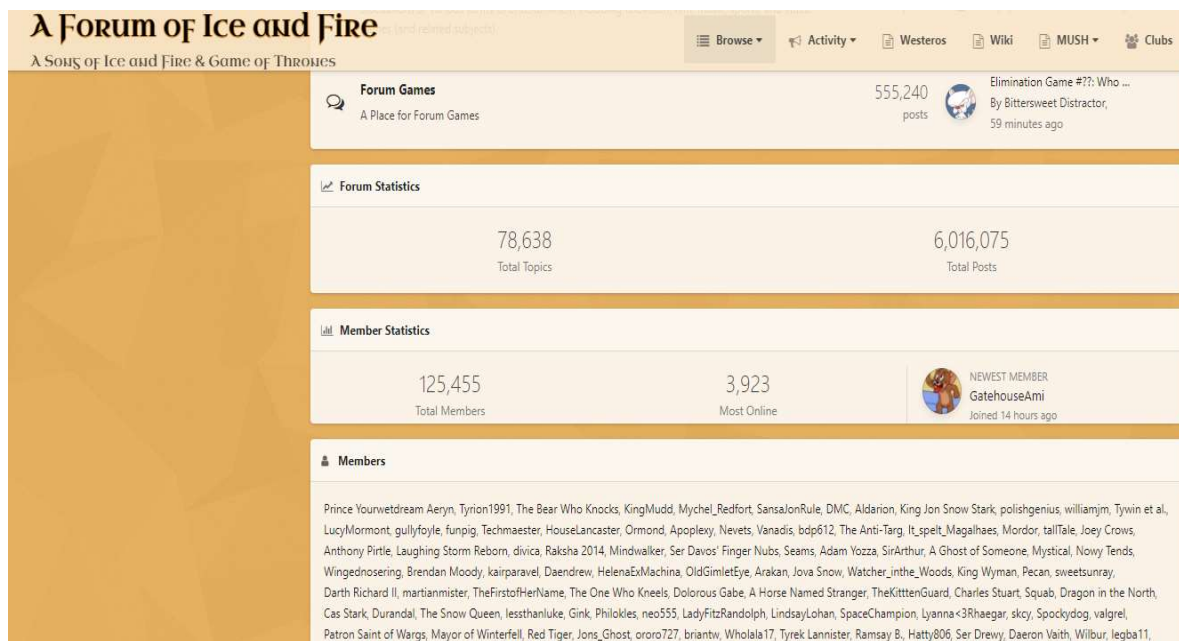
Fonte: Westeros.org (2019)

De acordo a Figura 2, o site Westeros.org, é considerado o maior e mais antigo site feito por fãs dedicado as Crônicas, foi criado por Elío Garcia e Linda Antonsson. O site, além de publicar inúmeras notícias tanto sobre os livros, bem como, sobre a série de televisão, também é composto pelo maior fórum de fãs e da maior wiki sobre o universo das crônicas; dispõe também de um arquivo em que os fãs podem aprender sobre a heráldica do universo, sobre profecias e uma aba de perguntas frequentes, além de disponibilizarem um jogo online sobre o universo da série. (WESTEROS.ORG, 2019)

⁹ Refere-se ao conjunto de regras estabelecidas para o mundo fictício, no caso os livros de cânone oficial, são aqueles que seguem a história atual do mundo fictício.

¹⁰ Semi-cânone refere-se a histórias que seguem as regras dispostas no mundo fictício, mas se passam em períodos de tempo diferentes, com outros personagens.

Figura 3 - O Fórum em Números



Fonte: A Forum of Ice and Fire (2019)

O fórum exposto na figura 3, tem cerca de 1500 publicações diariamente, e média de quase 4 mil visitas por dia, no fórum, os fãs podem discutir sobre teorias, sobre os episódios da série televisiva, o avanço nos jogos de RPG, etc. Qualquer pessoa pode iniciar um post ou uma discussão desde que respeite as regras de boa convivência estabelecidas pelos moderadores. Porém, o que mais ilustra a ideia de inteligência coletiva, como proposta por Lévy (2007) é a *Wiki of Ice and Fire*, uma enciclopédia elaborada com a colaboração de todos os fãs inscritos, e aborda artigos do cânone dos livros e do cânone da série, em 2014, a wiki já contava com mais de 4.500 artigos completos (A WIKI OF ICE AND FIRE, 2019).

Obviamente que nem todos os fãs que contribuem para a elaboração de conteúdo que alimenta essa inteligência coletiva, estão inseridos dentro de uma comunidade específica do *fandom*, mas mesmo esses encontram no ciberespaço uma forma de compartilhar seus conhecimentos, como por exemplo, o geólogo Miles Traer (2016) de Stanford, que baseado nas descrições dos personagens sobre o mundo conhecido, nos mapas divulgados e nos princípios geológicos da terra, elaborou a história geológica do mundo ¹¹ de *As Crônicas de Gelo e Fogo*, e postou em seu blog.

Como colocado por Matt Hills (2012) hoje todos podem ser fã de alguma coisa, as inúmeras plataformas midiáticas e de interação, permitem que a comunidade de fã venha sendo reconhecida cada vez mais, como uma voz ativa e participante do processo cultural.

¹¹ Disponível em: <http://milestraer.com/the-geology-of-game-of-thrones/>.

4 COMO JOGAR O JOGO DOS TRONOS: procedimentos metodológicos

Nessa análise, o pesquisador busca compreender as características, estruturas ou modelos que estão por trás dos fragmentos de mensagens tomados em consideração. O esforço do analista é, então, duplo: entender o sentido da comunicação, como se fosse o receptor normal, e, principalmente, desviar o olhar, buscando outra significação, outra mensagem, passível de se enxergar por meio ou ao lado da primeira.

(Rosana Câmara)

Percorridos os aportes teóricos que servirão como suporte para entender as relações entre cultura participativa, cultura de fãs e práticas informacionais, é preciso abordar a metodologia empregada no desenvolvimento da pesquisa, para que esta ocorresse com a precisão científica necessária.

De forma a interpretar melhor os significados das relações entre os fãs na construção do *fandom*, a pesquisa se apoia em uma abordagem qualitativa já que esta, conforme Richardson (2011, p. 79), tem como característica a percepção de significados e características demonstradas por um grupo social, se apresentando como “uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social.” Assim a pesquisa de abordagem qualitativa permite um melhor entendimento de aspectos subjetivos por trás do objeto de pesquisa.

Segundo Minayo (2012, p. 21) “a pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares [...] Ela trabalha com o universo dos significados, dos motivos, aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes”, lida então com fatos que fazem parte da realidade social e das ações humanas. Para Creswell (2007) esse tipo de abordagem permite maior interpretação dos fenômenos com base nos dados por parte do pesquisador, que se utiliza das teorias como uma lente para guiar o seu olhar sobre o objeto.

Juntamente a essa abordagem são combinadas as pesquisas descritiva e bibliográfica, pois o estudo teórico de temas como cultura de fãs, cultura participativa e práticas informacionais, se fazem necessários para um melhor aproveitamento da pesquisa. De acordo com Gil (2012, p. 28) “as pesquisas descritivas têm como princípio primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis.”. Assim, compreendeu-se que a pesquisa descritiva permite conhecer as características do objeto de estudo, possibilitando melhor compreensão das suas particularidades.

Já no que se refere à pesquisa bibliográfica Cavalcante e Bentes Pinto (2015,

p.15) expressam que ela se constitui uma etapa fundamental para o desenvolvimento de qualquer pesquisa, pois possibilita a apreensão do “estado da arte dos temas que motivaram a escolha do objeto de estudo”, além de contribuir para a escolha do melhor caminho metodológico a ser aplicado.

O estudo bibliográfico que foi realizado sobre as principais temáticas da pesquisa desenvolveu-se nos capítulos anteriores. No Quadro 4, está exposta a estruturação da fundamentação teórica, com os temas centrais e relacionando-os a temáticas complementares que também compõem os capítulos, bem como os principais autores que servirão de base para as interlocuções teóricas.

Quadro 4 - Fundamentação Teórica da Pesquisa

R E F E R E N C I A L T E Ó R I C O	Tema Principal	Subtemas	Principais Autores
	Práticas Informacionais	<ul style="list-style-type: none"> ● Epistemologia da Ciência da Informação ● Abordagem Social da CI 	Ørom (2000); Hjørland (2017); Molina e Moya Anegón (2002); Borges et al. (2003); Araújo (2008); Cronin (2008); Moreira e Duarte (2016); Capurro (2017); Hjørland e Albrechtsen (1995; 1997).
		<ul style="list-style-type: none"> ● Estudos de Usuário e Práticas Informacionais 	Wilson (2006); Costa (2016); Figueiredo (1994); Gasque e Costa (2010); Araújo (2013; 2017); Tanus (2014); Savoleinen (2007); Dervin e Nilan (1986); Talja (1997); Tuominen e Savolainen (1997); Cox (2012); Bourdieu (1983); Giddens (2003).
		<ul style="list-style-type: none"> ● Modelos de Práticas Informacionais 	Savolainen (1995); McKenzie (2003); Rocha, Duarte e Paula (2017); Harlan (2012; 2014).
	Cultura Participativa e Cultura de Fãs	<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura, Indústria Cultural e Cultura de Massa 	Santaella (2003), Laraia (2003); Geertz (2008); Orozco Gomez (2017); Coelho (2007); Fadul (1993); Adorno (1977), Hall (2005); Fiske (2010).
		<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura da Convergência e Cultura Participativa 	Santaella (2003); Lévy (1999; 2007); Jenkins (2006; 2009; 2015).
		<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura de Fãs 	Sandvoss, Gray e Harrington (2017); Jenkins (2006; 2015); Certeau (2012); Hills (2012).

Fonte: Elaborado pela autora.

A partir da discussão do referencial foi possível uma maior aproximação com as

temáticas pesquisadas e os objetivos estabelecidos para o estudo, o que auxiliou no processo do método da análise de conteúdo para o desenvolvimento da pesquisa.

4.1 Campo de Pesquisa

Para a realização da pesquisa de campo dentro do espaço do *fandom* foi necessário inicialmente identificar as plataformas midiáticas ocupadas por esse grupo e que constituiriam o campo de pesquisa.

No Brasil, a produção de conteúdo pode ser encontrada em diversas plataformas midiáticas: o *Youtube*, as comunidades do *facebook*, algumas de acesso privado e outras abertas ao público e o *twitter* como um canal de divulgação e interação para os fãs. O portal de fãs oficial sobre os livros e a série é o site Gelo & Fogo, criado em 2018, anteriormente o site era conhecido como *Game of Thrones BR*, porém este foi encerrado em 2017.

Conforme a Equipe Gelo & Fogo (2018c), além de reunir conteúdo sobre os livros e as adaptações, o site é responsável pela maior *Wiki* em português sobre o tema e também utiliza outras duas plataformas de mídia para divulgação de conteúdo, um canal no *Youtube*, também chamado Gelo & Fogo e um *podcast*, o *Podcasteros*, considerado o mais antigo sobre o tema. Na figura 4, foi apresentado o layout do site:

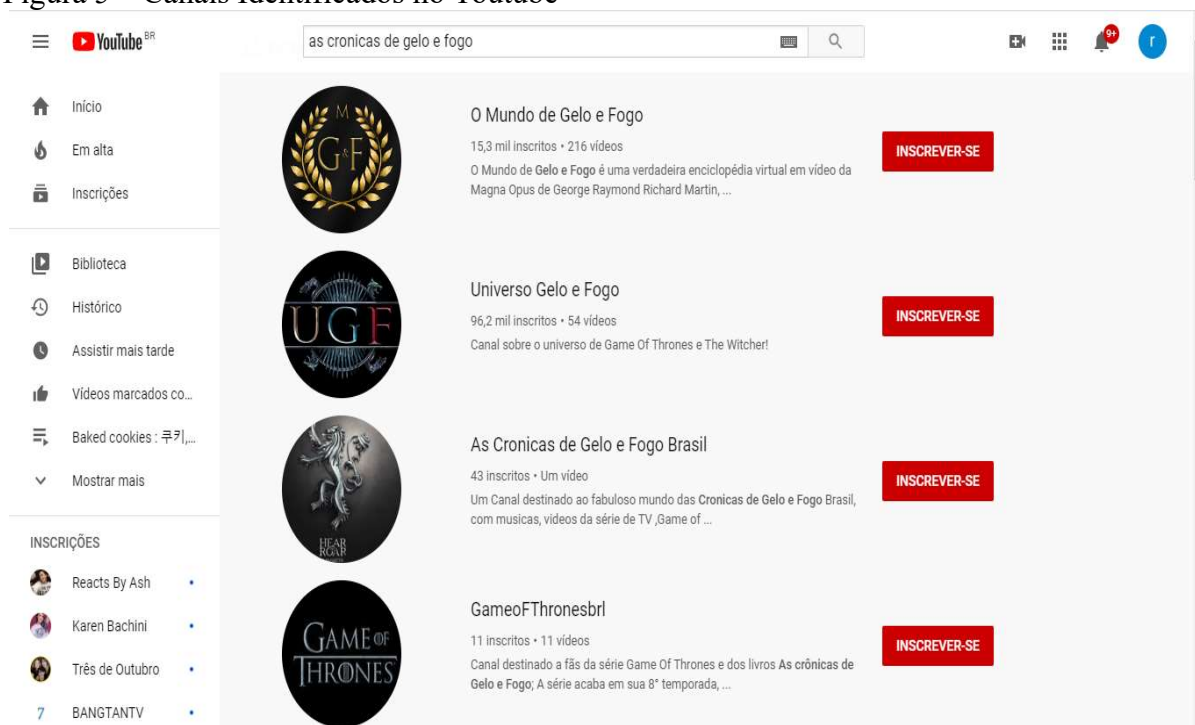
Figura 4 – Site Gelo & Fogo



Fonte: Gelo & Fogo (2018c).

No *Youtube*, existem diversos canais voltados para o tema, além do material do canal do site Gelo & Fogo conforme nota-se na Figura 5.

Figura 5 – Canais Identificados no Youtube



Fonte: Elaborado pela Autora.

Além desses canais, identificou-se a existência de outros canais que produzem conteúdo sobre o tema, porém não são voltados exclusivamente para as Crônicas, mas que publicam diversos conteúdos sobre cultura pop. Dentre eles, o maior conteúdo sobre as Crônicas é feito pelos canais do *Youtube* Carol Moreira e Mikannn, que contam com um total de quase 5 milhões de visualizações, somando-se os dois canais, em uma *playlist* com 238 vídeos ¹². As *youtubers* também são responsáveis por um *podcast*, chamado Hodor Cavalo, em que fazem uma espécie de clube do livro para os fãs que querem reler ou começarem a ler os livros (HODOR CAVALO, 2019).

Outra plataforma utilizada que foi aberta recentemente foi o subreddit r/Valíria, uma espécie de fórum onde o *fandom* pode trocar ideias e informações, este espaço conta com uma rotina de conteúdo que foi organizada através de votação dos membros ¹³. Além disso, o *twitter*, uma espécie de *microblog* onde os fãs costumam iniciar debates, produzir *memes* e

¹² Dados extraídos do Canal Carol Moreira (2019) e do Canal Mikannn (2019).

¹³ Disponível em:

https://www.reddit.com/r/Valiria/comments/d702ap/vota%C3%A7%C3%A3o_rotina_de_conte%C3%BAdo/. Acessado em: 28 out. 2019.

compartilhar qualquer conteúdo sobre o assunto através do uso de *hashtag*. Um exemplo da popularidade dessa rede com o *fandom* é expresso pelo fato que o Brasil foi considerado o segundo país mais engajado em publicações sobre a série durante o episódio de estreia da oitava temporada (ALVES, 2019).

Figura 6 – Interações no Twitter



Fonte: Padiglione (2019)

A figura 6 apresenta um infográfico sobre a repercussão e o engajamento dos fãs durante o último episódio da série, foram quase 116 milhões de publicações na rede social apenas no Brasil.

Importante ressaltar que apesar da identificação de diversos locais em que o *fandom* está inserido, não foi possível chegar a um número exato dos fãs que compõem todas as comunidades, pois eles se encontravam dispersos em toda a rede e existiam alguns locais de acesso restrito.

4.2 Universo da Pesquisa

O universo da pesquisa é composto por fãs que são responsáveis pela produção de conteúdo em diferentes plataformas midiáticas utilizadas pelo *fandom* que foram identificadas na seção 4.1.

Pela forma como o *fandom* se estrutura em diferentes mídias digitais, sendo

compostos por indivíduos diversos, os sujeitos participantes da pesquisa foram escolhidos de acordo com a técnica “bola de neve” (*snowball*), que conforme Vinuto (2014, p. 203) “é uma forma de amostra não probabilística que utiliza cadeias de referência”, com esse tipo de amostragem não é possível precisar a probabilidade de seleção dos participantes da pesquisa, porém seu uso é profícuo para estudar grupos de difícil acesso.

Segundo Nunes e Almeida Júnior (2015, p. 64) essa técnica é utilizada,

[...] em pesquisas onde os participantes iniciais do estudo indicam um segundo grupo, que por sua vez, indica um terceiro, e assim, sucessivamente, até que sejam alcançados os objetivos da investigação.

Assim o contato inicial com a comunidade se deu a partir de um amigo da pesquisadora, participante ativo de várias comunidades que compõem o *fandom* e em seguida, foi solicitado que ele indicasse outras pessoas para participarem da pesquisa, essas novas pessoas também indicaram outras, e assim por diante.

A definição da quantidade de sujeitos se deu ao atingir o ponto de saturação que de acordo com Fontanella, Ricas e Turato (2008) é atingido quando os novos participantes começam a repetir o conteúdo que já havia sido obtido, sem acrescentar novas informações que possam ser relevantes para a pesquisa. Assim a amostra da pesquisa foi composta por 9 fãs que atuavam na produção de conteúdo.

4.2.1 Instrumento de Coleta de Dados

Para a coleta de dados foi realizada através da técnica da entrevista, que como coloca Richardson (2011) é uma técnica de excelência em pesquisas sociais, sendo uma das mais utilizadas para obter informações sobre o que as pessoas sabem, desejam, creem, sentem etc. Segundo Minayo (2012), a entrevista permite o desenvolvimento de uma relação entre os indivíduos, e a captura de informações através do diálogo.

Conforme Triviños (2013) os tipos de entrevistas são classificados em: estruturada, que segue um roteiro de perguntas fixas; a entrevista livre, que não segue um roteiro específico, permitindo ao entrevistado maior liberdade em suas respostas, e a entrevista semiestruturada, que foi adotada na pesquisa por apresentar certo grau de estruturação, permitindo ao investigador intervir caso o participante se afaste do tema escolhido, mas ainda dando liberdade ao entrevistado para discorrer livremente sobre o tema de forma a enriquecer a pesquisa.

Os temas escolhidos para guiarem o roteiro de entrevista foram baseados nas ações e experiências de informação estabelecidas dentro do modelo de prática informacional de Harlan, das informações já recolhidas sobre o campo de pesquisa e em consonância com os objetivos a serem alcançados.

Quadro 5 – Temas Abordados na Entrevista

ROTEIRO DE ENTREVISTA		TEMAS
		Identificação como fã
		Ingresso na comunidade de fãs <ul style="list-style-type: none"> ● Conhecimento sobre a comunidade. ● Plataformas midiáticas utilizadas.
		Relacionamentos dentro da comunidade <ul style="list-style-type: none"> ● Interação com outros fãs ● Interação com a mídia
		Processo da produção de conteúdo <ul style="list-style-type: none"> ● Busca por informação para produção de conteúdo ● Seleção e Apreensão da Informação ● Compartilhamento de Informação ● O papel das mídias para a produção de conteúdo
		Identificação do conteúdo produzido <ul style="list-style-type: none"> ● Reconhecimento do conteúdo produzido por fãs ● Disseminação e Consumo do conteúdo produzido por fãs; ● Importância desse conteúdo enquanto fã

Fonte: Elaborado pela autora.

No quadro 5 foram colocados os principais temas abordados durante a realização das entrevistas. As entrevistas ocorreram entre os meses de setembro e outubro de 2019, as formas como elas ocorreram variaram de acordo com a disponibilidade de cada um dos 9 entrevistados: três entrevistas foram realizadas pessoalmente, duas entrevistas foram feitas por Skype, um dos participantes optou por realizar uma *live*¹⁴ no *Youtube*, e outros dois participantes por conta de incompatibilidade de horários foram entrevistados por e-mail.

Foi solicitado aos entrevistados a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, no caso das entrevistas a distância os entrevistados deram sua permissão através de um formulário do *Google forms* que continha o Termo de Consentimento, atestando o

¹⁴ Um tipo de transmissão ao vivo.

compromisso de manter sigilo dos dados que pudessem identificá-los, estando em conformidade com os padrões éticos científicos.

4.3 Procedimento para Análise de Dados

Após a revisão bibliográfica e a coleta de dados, foi preciso interpretar esse material, para isso optou-se pelo uso da Análise de Conteúdo. Esse método tem história longa, de acordo com Triviños (2013) as tentativas de sistematizações dessa técnica vêm desde o século XVIII, porém sua obra de maior popularidade foi publicada em 1977, pela psicóloga Laurence Bardin. Ela é conceituada como, “um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos [...]” (BARDIN, 2016, p. 37).

Ela se caracteriza por ser uma técnica que pode ser aplicada em diferentes formas de comunicações, fontes de dados diversas e podendo ser aplicada em estudos quantitativos e qualitativos. Tendo como cerne caracterizar experiências, percepções e mensagens de um sujeito sobre determinado fenômeno ou objeto.

Conforme Câmara (2013), o pesquisador utiliza a análise de conteúdo para interpretar os fragmentos da mensagem, buscando compreender os sentidos da comunicação, tanto como o receptor normal, como buscando outras significações que podem existir na mensagem.

A análise de conteúdo é composta por várias técnicas que são utilizadas para descrever o conteúdo. Segundo Bardin (2016) a análise é dividida em três etapas: pré-análise, compreende a organização do material coletado; a exploração do material corresponde a várias etapas: à etapa de codificação e categorização, o recorte do material em unidades de registro comparáveis e de mesmo conteúdo semântico, o estabelecimento de categorias e o agrupamento dessas unidades nas categorias; por último a etapa do tratamento dos resultados, pela inferência e interpretação baseadas no referencial teórico.

A análise de conteúdo auxiliou no processo de descrever e interpretar o conjunto de dados coletados durante as entrevistas, possibilitando a construção de concepções sobre as práticas informacionais dos fãs participantes da pesquisa. Procurou-se assim, captar noções explícitas e implícitas nos discursos dos entrevistados. O processo da análise de conteúdo conforme as etapas de Bardin (2016) foi descrito no Quadro 6.

Quadro 6 – Processo da Análise de Conteúdo

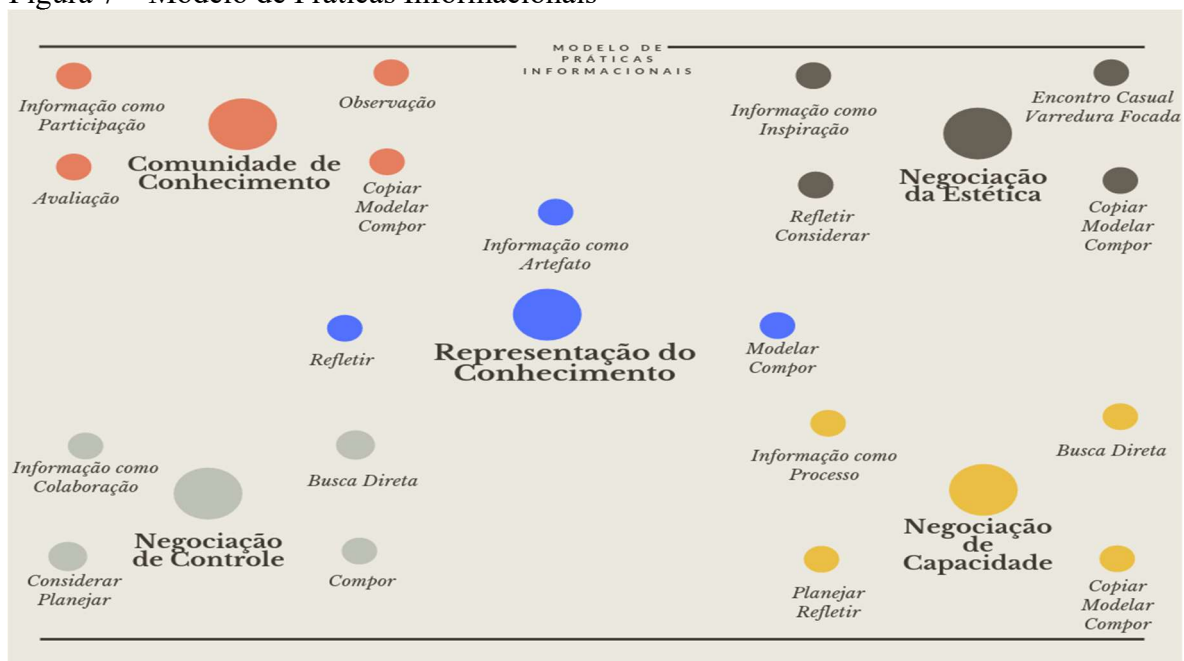
Etapas	Atividades Realizadas
Pré-análise	Transcrição e Organização das Entrevistas
	Leitura flutuante
Exploração do material	Recorte das entrevistas, seleção das falas que tinham um mesmo contexto.
	Escolha das categorias com base no modelo de prática informacional de Harlan
	Agrupamento dos recortes nas categorias
Tratamento dos resultados	Descrição e inferências
	Interpretação dos resultados

Fonte: Elaborado pela autora.

A etapa de pré-análise envolveu a organização das primeiras concepções, inicialmente através da transcrição e da organização das entrevistas, e a segunda etapa da pré-análise, consistiu na leitura flutuante desse material a fim de, que tinha como intuito de conhecer melhor o conteúdo das falas dos entrevistados.

A fase da exploração do material foi realizada primeiramente através do recorte e seleção das falas das entrevistas, essa seleção foi feita segundo o conteúdo das falas, depois foram elaboradas as categorias de análise, que levaram em conta o modelo de prática informacional de Harlan, além da problemática e dos objetivos do trabalho.

Figura 7 – Modelo de Práticas Informacionais



Fonte: Adaptado de Harlan, Bruce e Lupton (2014).

De acordo com o modelo disposto na Figura 7, a cada prática informacional corresponde à interseção entre ações informacionais e a experiência de informação, e subjacente a estas categorias podem ser identificadas subcategorias que especificam com maior cuidado o comportamento do indivíduo dentro de cada prática informacional. Cada uma dessas ações e experiências estabelecidas por Harlan em seu modelo ajudaram a compor as formas como as falas eram separadas e agrupadas em cada categoria, a partir do estudo de seus conteúdos; guiando assim, todo o processo da exploração do material na análise de conteúdo.

Já a etapa de tratamento de resultados, consistiu primeiramente na descrição e inferências das falas selecionadas em cada categoria e por último na interpretação dos resultados a partir do que se discutiu no referencial teórico.

5 JOGANDO O JOGO DOS TRONOS: análise e discussão dos dados

As práticas interpretativas dos fãs diferem daquelas nutridas pelo sistema educacional, e da preferência da cultura burguesa não apenas na escolha de objetos ou no grau de intensidade, mas muitas vezes em relação às estratégias de leitura que emprega, nas formas como os fãs abordam os textos.

(Henry Jenkins)

Nesta seção é apresentada a análise dos dados coletados de modo a responder o objetivo geral do trabalho que consiste em analisar as práticas informacionais dos fãs criadores de conteúdo e sua possível relação com a cultura participativa dentro do *fandom*.

A coleta de dados ocorreu durante os meses de setembro e outubro de 2019 por meio da realização de entrevistas com fãs que se dedicaram à produção de material para o *fandom*, na coleta buscou-se identificar e caracterizar as práticas informacionais do processo de criação de conteúdo. De forma a preservar a identidade desses fãs e assim garantir os padrões éticos da pesquisa optou-se por atribuir números a eles. Para melhor compreensão dessas práticas foi utilizado o Modelo de Harlan que serviu de base tanto para a estruturação das entrevistas como para a análise de conteúdo.

As interpretações foram feitas conforme a análise de conteúdo de Bardin (1977), com base nos objetivos estabeleceu-se quatro categorias, sendo três delas relativas ao modelo de práticas informacionais e uma relativa à cultura participativa:

- a) Comunidade de Aprendizagem;
- b) Práticas de Negociação;
- c) Representação do Conhecimento;
- d) Cultura Participativa no *Fandom*.

A partir dessas falas foram feitas inferências baseadas no que foi discutido no referencial teórico e do que se pode interpretar a partir das conversas.

5.1 Comunidade de Aprendizagem

Para essa categoria, a entrevista abordou questões relativas às primeiras interações com o *fandom*, as atividades dentro das comunidades e como a participação dentro desse espaço levou a produção de conteúdo.

Figura 8 – Comunidade de Aprendizagem



Fonte: Adaptado de Harlan (2012).

De acordo com o exposto na Figura 8, essa prática envolve o uso da informação enquanto instrumento de participação e ações de observação e avaliação de comportamentos dentro do *fandom*, bem como do material compartilhado nas comunidades. Essas avaliações podem levar a criação de outros conteúdos que podem ser inspirados pelo que se observou na comunidade, ou criados a partir da identificação do que se espera consumir nas comunidades, estabelecendo assim um novo padrão de qualidade para o conteúdo compartilhado, como exposto nas falas dos entrevistados 9 e 4.

Eu levei bastante tempo, na verdade, entre conhecer e passar a interagir. Em 2013, eu estava no ensino médio ainda, uma colega minha de aula, baixou uns episódios de Game of Thrones, então, eu comecei pela série, eu assisti até a 3ª temporada e foi quando eu comecei a ler os livros. Isso ainda em 2013, eu terminei o Dança [dos Dragões] só no início de 2015, e foi só no final desse ano que eu comecei a interagir por páginas de facebook, grupos, essas coisas assim, e fez bastante diferença na época para consolidar algumas coisas, porque quem já leu as crônicas sabe que uma leitura não é suficiente, a gente tem uma noção muito pontual das coisas. Então, tendo a oportunidade de discutir e tal, foi o que fez bastante diferença para mim, mas isso foi mais de 2 anos depois de começar a ler os livros. [Começar a contribuir para o fandom com conteúdos] levou mais ou menos o mesmo tempo, no final de 2015 eu comecei a interagir com outros fãs e na época eu participava de alguns grupos de facebook, eu me tornei administrador de um deles e depois de um tempo, eventualmente eles me convidaram para começar a escrever para a página e fazer algumas [análises] na época era bem mais simples. Uma análise, alguma coisinha assim e começou a ter um retorno legal, nessa mesma época eu conheci o editor de um dos sites sobre as crônicas e passei a interagir e eventualmente a colaborar lá. (Entrevistado 9)

As experiências do entrevistado 9, desde sua entrada na comunidade até a sua participação na criação de conteúdo para o *fandom*, aconteceram de forma gradual na medida em que suas ações informacionais de observação e avaliação foram gerando oportunidades de construir um conjunto de noções e valores que o auxiliou a utilizar suas informações e conhecimentos para participar de forma ativa na criação de conteúdo. É também possível ver como a interação e o retorno dos seus pares funcionaram como pontos decisivos para seu papel de colaborador.

Quando li os livros e comecei a interagir online sobre eles, em 2011, a maior parte dos sites que acessava eram estrangeiros, pois já tinham conteúdos de anos, que cobriam praticamente tudo o que havia sobre o assunto até então. No Brasil, havia dois ambientes principais online: o Fórum Ice and Fire e o site Game of Thrones BR. Embora tivessem administradores diferentes, eles tinham uma espécie de parceria. Eu era muito ativo no fórum, e fazia comentários e eventualmente enviava dicas de conteúdo para o pessoal do site, e eles acabaram me convidado para contribuir também. A antiga administradora do Game of Thrones BR acabou encerrando o site em 2017, mas outro administrador e eu ainda gostávamos e queríamos escrever sobre as Crônicas, e a falta de outros portais especializados no Brasil só aumentava essa necessidade. Pensamos que o público brasileiro merece conteúdo inteligente sobre a obra de Martin e informações precisas a respeito, e achávamos que estávamos aptos a fornecer isso, tanto pela experiência com o site anterior, quanto pelos anos em que já havíamos de certa forma "estudado" o universo. (Entrevistado 4)

Na experiência do entrevistado 4 suas primeiras observações e avaliações da comunidade mostraram que o conteúdo e as informações que ele desejava consumir dentro da comunidade não era suprido totalmente pelo que existia disponível no Brasil, exemplificado pelo fato do entrevistado recorrer aos sites estrangeiros “*que já tinham conteúdos de anos, que cobriam praticamente tudo o que havia sobre o assunto até então*”. Com a identificação dessa lacuna, suas interações dentro da comunidade passaram a ser pautadas por ações de criação, que na perspectiva de Harlan (2012) envolve atividades como copiar, modelar e compor, no sentido de reproduzir na comunidade aquilo que era assimilado do material que serviu como base para o padrão de qualidade na perspectiva do entrevistado, essas ações inicialmente, no caso do entrevistado, se deram na forma de feedbacks e dicas de conteúdo.

A comunidade de aprendizagem funciona, nesse sentido, como o campo proposto por Bourdieu (2004) um espaço dotado de leis e regras específicas, sendo que é na estrutura da comunidade estão determinadas as formas pelas quais fãs podem interagir e o

conhecimento do qual precisam para sua vivência dentro do *fandom*.

Apreendeu-se também a partir da fala do entrevistado 4 que os papéis de hierarquia dentro do *fandom* não são algo definitivo, em alguns momentos o indivíduo que está no papel de especialista pode agir como um membro “comum” dentro da comunidade e obter informações dos outros membros que a princípio não fazem parte do grupo de indivíduos que são responsáveis pela criação ou compartilhamento de informações.

A rigor, qualquer pessoa pode criar conteúdo, cuja aceitação pelos pares vai depender do "microambiente" do fandom ao qual ele se destina. No caso dos sites, que é o nosso, o primeiro e principal requisito é realmente gostar do objeto do fandom. A rigor, qualquer pessoa poderia administrar um site sobre qualquer assunto, mas não necessariamente uma pessoa que não seja realmente "fã" teria motivação para se dedicar ao máximo a criar e fornecer conteúdo de qualidade sobre ele. (Entrevistado 4)

Essa característica da comunidade de aprendizagem é algo possibilitado pela forma como o *fandom* tem se utilizado do ciberespaço e das diversas mídias. Sendo sustentada pela noção de inteligência coletiva que Jenkins (2009) atribui como sendo um dos princípios para a cultura de participação e, portanto, um dos propósitos do *fandom* e da cultura de fãs.

A construção de uma inteligência coletiva visa disseminar o conhecimento sobre um tema entre todos da comunidade, desta maneira, o que é produzido pelo *fandom* não pertence apenas a um indivíduo, mas a todos os que fazem parte dele, pois esse conhecimento é fruto de uma coletividade. Dessa forma, é possível assimilar a colocação de que qualquer fã dentro de um determinado contexto pode contribuir para o desenvolvimento de conteúdo dentro do espaço do *fandom*, desde que este demonstre interesse, dedicação e conhecimento sobre o assunto. Essa característica se reflete na quantidade de grupos, páginas, sites, canais de vídeos, números de *fanfics*¹⁵, etc. dedicados ao tema e que podem ser encontrados com facilidade na internet.

Conforme Hills (2012) o *fandom* é um espaço hierarquizado, apesar de seus membros muitas vezes não reconhecerem ou falarem sobre essas hierarquias de forma explícita. A hierarquia no *fandom* é afirmada pelo entrevistado, ainda que de forma implícita, em sua fala sobre a aceitação dos pares que pertencem ao mesmo nicho do *fandom* e sobre o padrão de qualidade do conteúdo a ser produzido.

¹⁵ *Fanfiction*s ou *Fanfic*s são histórias criadas pelos fãs.

De acordo com as colocações do entrevistado 6, foi possível compreender como a comunidade de aprendizagem auxilia a afirmar o posicionamento do indivíduo enquanto fã:

Comecei nos grupos do facebook, era mais uma questão de diversão, na época eu nem conhecia tão bem os livros, tinha começado pela série de TV. Porém a convivência dentro das comunidades foi de suma importância para me tornar e manter ativo enquanto fã. Principalmente porque a partir delas é possível ter entendimento maior não apenas sobre o universo apresentado pela série, mas toda a obra do Martin. As comunidades também são importantes para divulgação de onde podemos encontrar conteúdo de qualidade sobre as obras. (Entrevistado 6)

As primeiras interações dentro dos grupos serviram como base para identificação do entrevistado 6 enquanto fã da obra, neste caso, os grupos agem como um espaço de convivência, uma exemplificação do que Sandvoss, Gray e Harrington (2017) entendem como papel do *fandom*. Já na perspectiva das práticas informacionais, a comunidade de aprendizagem funciona como o espaço que serve como fonte para busca de informação que pode auxiliar no dia a dia do *fandom*. Dessa forma, essa prática representa o elo entre fã e informação, fornecendo as bases para a compreensão da estrutura do *fandom* e do que é por ele produzido e compartilhado. Algo experienciado também pela entrevistada 8:

Comecei a participar dos grupos por acaso em 2013, enquanto eu lia os livros, surgia algumas dúvidas e participar das discussões nos grupos e ler sobre o assunto em alguns sites ajudava a melhorar a minha compreensão sobre o que estava acontecendo nos livros. Essa participação nas comunidades permite um maior espaço para o diálogo sobre o que a gente entende da obra, acho que o fandom além de oferecer materiais que são de puro entretenimento como os memes, as fanarts e as fanfictions, também é um espaço de comunicação mais séria. [...] tem grupos para todos os gostos alguns são mais dedicados a série de tv, sendo que esses geralmente tem um conteúdo mais leve, tem alguns portais que trazem uma abordagem mais séria, na medida em que a gente convive dentro da comunidade, descobrimos se ela serve ou não para gente. No meu caso foi mais fácil identificar quais comunidades eu queria participar ou não, já que nem todo mundo dentro do fandom tem interesse no conteúdo que eu produzo. Acredito que as fanfictions ainda são vistas como algo menor dentro de algumas comunidades, então eu fui atrás de arranjar o meu próprio círculo de amizades que tinham os mesmos interesses que os meus (Entrevistada 8)

A partir dessa colocação foi possível perceber a importância da prática

informacional da comunidade de aprendizagem na inserção do indivíduo dentro do *fandom*, nesse caso as ações de observação e avaliação foram imprescindíveis para determinar o nível de envolvimento da entrevistada com uma comunidade. Assim por meio da ação de observação a entrevistada pode determinar quais os tipos de conteúdos produzidos e para qual público ele é voltado. E a partir dessa avaliação ela pode entender que o tipo de conteúdo que ela produzia não era algo que seria valorizado em algumas comunidades em que participava. Essa percepção a fez procurar e criar um grupo próprio, com outros indivíduos que compartilhavam seus interesses e que poderiam contribuir para o desenvolvimento do seu conhecimento.

Conforme Harlan (2012) é nessa prática que os membros captam a estrutura da comunidade de conhecimento bem como, suas regras implícitas ou explícitas. Com relação à estrutura do *fandom* e as regras das comunidades, de acordo com o que se pode deduzir da fala dos entrevistados, existe uma diversidade de grupos dentro do *fandom*, de modo que não é possível determinar um grupo de regras, ou uma estrutura fixa para o *fandom* como um todo, algo demonstrado na seguinte fala:

É difícil identificar regras ou uma estrutura específica que tenha validade para todos os nichos do fandom, porque ele não é algo centralizado, acho que as regras e a estrutura dependem muito de qual mídia está sendo utilizada pelo fandom e para qual nicho do público, se é algo voltado para o entretenimento, ou se é algo com uma conotação mais séria. É claro que existem algumas regras básicas nos grupos, como publicar apenas conteúdos sobre o tema da comunidade, dar os devidos créditos se for publicar alguma coisa que foi produzido por outro fã, mas no geral acho que as comunidades são bem livres, ficando a cargo dos administradores de cada comunidade determinar ou banir algum comportamento inadequado. (Entrevistado 1)

De acordo com as colocações o conjunto de regras explícitas e as estruturas do *fandom* não são homogêneos, o que o entrevistado atribui a descentralização do *fandom*, já que são utilizados diferentes tipos de plataformas midiáticas para o compartilhamento de conteúdos e comunicação entre os fãs. Assim, fica a cargo do responsável pela administração da comunidade, em cada plataforma, determinar regras e orientar os membros da comunidade sobre elas. Porém, o entrevistado ressaltou a existência do que se pode entender como regras implícitas a produção e compartilhamento de conteúdo dentro *fandom* como um todo.

Chama atenção no contexto do *fandom* a colocação de “*dar os devidos créditos se for publicar alguma coisa que foi produzida por outro fã*”, tendo em vista que apesar da

cultura de fãs se consolidar por entender que os fãs tem como papel a reinterpretação e reinvenção daquilo que é produzido pela cultura de massas, lhe conferindo assim o aspecto de cultura popular; os fãs não são os detentores dos produtos culturais, sendo isso algo que gera conflitos entre fãs e criadores há anos.

[Quando eu comecei] não tinha conteúdo sobre as crônicas no Brasil, não tinha nada profundo, não tinha nada que eu gostasse de assistir que era em português, que era brasileiro, um conteúdo legal. Eu comecei a fazer conteúdo sobre as crônicas entre 2012 e 2013, foi quando eu trabalhava em [um site brasileiro sobre entretenimento e temas cultura pop], foi quando eu percebi esse gap, como era algo que eu gostava muito e eu gostava de ler muito sobre, na internet, descobri alguns canais gringos que falavam e abordavam teorias e coisas mais profundas. Ai eu falei, vou começar a fazer uns vídeos aqui no site. E quando eu saí de lá, eu meio que passei isso para o meu canal, então eu convidei a minha amiga para fazer um vídeo na verdade, fizemos um vídeo e deu super certo, passou um tempo, e eu falei... vou fazer mais um [vídeo] das crônicas, [perguntei] se ela queria fazer junto, ela topou, e quando a gente viu, só falávamos das crônicas juntas, e até hoje é algo que eu gosto de priorizar. (Entrevistada 2)

As colocações da entrevistada 2, apresentam certa semelhança com o entrevistado 4, já que o interesse na produção de conteúdo surgiu por conta da identificação da falta de conteúdo sobre o assunto em português. Nesse caso, as ações de observação e avaliação da entrevistada a auxiliaram a determinar que havia espaço para o desenvolvimento do tipo de conteúdo que ela gostaria de produzir de acordo com os seus padrões de qualidade, dentro da plataforma que ela utilizava. A comunidade de aprendizagem nessa situação serviu como um parâmetro para definir a possibilidade de criação de outro nicho dentro do *fandom*. Algo que Harlan, Bruce e Lupton (2014) colocam como uma das coisas que podem ser aprendidas dentro da comunidade de aprendizagem.

Algo similar foi experienciado pelo entrevistado 5, ao relatar que detectou certa desinformação no *fandom*, que foi atribuída a falta de acesso a conteúdo em português que tivessem uma qualidade similar ao que era disponibilizado em inglês.

Poder conversar com pessoas tão interessadas e aprofundadas no tema quanto eu. Havia sites em inglês com discussões excelentes, mas o material em português era escasso e o fandom era muito mal informado, em geral por conta da barreira linguística. (Entrevistado 5)

Além de querer contribuir para a produção de conteúdo de qualidade para o *fandom*; as possíveis interações e trocas de conhecimento entre os integrantes do *fandom* foram motivos para o envolvimento do entrevistado na comunidade de aprendizagem.

Para Thompson (1998) a oportunidade de fazer parte de um grupo ou uma comunidade, ajudar no seu desenvolvimento e criar uma rede de relações com pessoas que compartilham os seus mesmos interesses é algo essencial para um fã. O que torna o *fandom* como um espaço favorável para a troca de conhecimentos e culturas, se diferenciando de outros tipos de comunidade por não ter origem em um lugar específico.

De acordo com Thompson (1998) e Jenkins (2009) a existência do *fandom* como espaço de agregação e interação só é possível graças à utilização dos aparatos tecnológicos que fazem parte do dia a dia dos fãs. Salientou-se, assim, a importância da comunidade de aprendizagem como uma porta de entrada do *fandom*, o espaço de interação e mediações de formas simbólicas que de acordo com Thompson (1998) possibilitam ao fã apreender o universo do *fandom* e em uma instância maior, pode auxiliá-lo na compreensão de outras situações que não estão relacionadas ao *fandom*.

É possível assimilar a partir das falas dos entrevistados como a experiência da informação como participação tem sido utilizada por esses fãs para se engajarem dentro das comunidades, encontrando sua própria identificação enquanto fã e conhecer o que é produzido dentro das comunidades, como os fãs operam e o que consomem em termos de informações e conteúdos.

5.2 Práticas de Negociação

Essa categoria engloba os três tipos de práticas informacionais que são relativas às negociações feitas pelos fãs para a produção de conteúdo. Conforme Harlan (2012), elas ocorrem de maneira simultânea, por isso optou-se por abordá-las em uma única categoria. Como uma forma de facilitar a compreensão e deixar mais explícito como funcionam essas práticas de negociação em termos de experiência e ações informacionais, essa categoria foi subdividida em três subcategorias:

- Negociação Estética;
- Negociação de Controle;
- Negociação de Capacidade.

Sendo cada uma delas referentes a uma das práticas de negociação, assim elas vão mostrar como as ações informacionais dos fãs resultam na forma como eles experienciam a informação e conseqüentemente oferecem subsídio para outras negociações.

5.2.1 Negociação de Estética

Nesta subcategoria a entrevista abordou questões sobre as fontes de inspiração e ideias para a criação de conteúdo. Conforme Harlan (2012), essa prática envolve a experiência da informação como inspiração, por meio de ações de coleta, compreensão e criação.

Figura 9 – Negociação de Estética



Fonte: Adaptado de Harlan (2012).

Como demonstrado na Figura 9, além do uso da informação enquanto inspiração o fã envolve-se em ações informacionais de coleta de informação, muitas vezes através de um encontro casual ou de uma navegação focada, que acontece quando os fãs lendo ou assistindo algo relacionado aos seus objetos de interesse, mas sem nenhum propósito específico em mente, acabam por desenvolver uma ideia. A compreensão dessas informações acontece através das ações de refletir e considerar e a partir disso podem acontecer às atividades de criação como cópias e modelagens que levaram ao entendimento do que o fã quer do seu conteúdo, ou seja, ele vai identificar a sua estética.

A partir da fala dos entrevistados é possível identificar que a experiência da informação como inspiração acontece em seu cotidiano de fã, nas interações com diferentes tipos de conteúdos disponibilizados para o *fandom*, como no caso do entrevistado 5:

Quando releio os livros, participo de debates, leio textos em fansites,

pesquisa materiais para escrever aventuras de RPG ou mesmo quando leio materiais ou converso sobre assuntos sem qualquer relação com as obras de Martin. (ENTREVISTADO 5)

Em seu relato a inspiração surge ao interagir com vários tipos de conteúdo, não se restringindo apenas aqueles que estão relacionados aos assuntos do *fandom*, dessa forma a negociação estética é construída a partir das suas experiências diárias, sendo o encontro casual e a navegação focada as principais ações para a construção da sua ideia, nesse caso, a coleta das informações o engaja em ações que o levam a pensar sobre a utilidade dessa informação para a criação de conteúdo, Harlan (2012) destaca as ações de considerar, ponderar e analisar as informações.

Notícias sobre As Crônicas de Gelo e Fogo, Game of Thrones ou George R. R. Martin são publicadas praticamente todos os dias na web, mas faço também uma certa curadoria do que acho relevante para publicarmos no site. Não publicamos notícias genéricas sobre atores da série ou matérias requeentadas ou deturpadas das declarações de Martin, por exemplo. Mas sempre noticiamos lançamentos e informações mais substanciais e oficiais. Quanto a outros conteúdos, as ideias surgem de forma um tanto natural, observando discussões que ganham relevo dentro do fandom, perguntas recorrentes feitas por leitores no nosso site ou em outros ambientes, ou simplesmente coisas que nós também achamos interessante enquanto leitores da obra. (ENTREVISTADO 4)

O entrevistado 4, também relata o processo de produção como algo diário, mas em seu caso existe uma ênfase maior na navegação focada sobre as informações e ações de refletir e considerar que levam a seleção das informações que darão origem as notícias a serem publicadas.

O entrevistado relata também que a ideia para outros tipos de conteúdo nascem a partir das discussões que são propostas nos comentários no site e daquilo que ele enquanto fã acha que vai ser interessante discutir, o toque pessoal e a afeição são fatores que Harlan (2012) já prever como propulsores da inspiração. Assim, a experiência da informação enquanto inspiração pode muitas vezes ser negociada a partir de uma perspectiva pessoal, dessa forma os fãs podem determinar a partir de seus valores e da sua concepção estética o que é interessante em termos de conteúdo.

Essa prática, conforme Harlan (2012), é responsável por ajudar o indivíduo a perceber e definir seus valores estéticos e os valores pessoais em seus conteúdos, para que assim desenvolvam a originalidade em seus conteúdos. Como relatado pela entrevistada 8:

Eu sempre estive envolvida com o mundo das histórias criadas por fãs, sempre me interessei em ler, e acabei querendo escrever também, principalmente por conta da minha graduação. Muitas vezes a inspiração para criar uma história nova, ou um novo capítulo, vem da releitura dos livros, ou quando estou discutindo com o pessoal do grupo sobre a história da fic. É algo muito pessoal, não dá para ficar só repetindo acontecimentos, ou criar uma história que não faria sentido dentro do mundo que eu estou usando, muitas vezes eu estou lendo algumas coisas que nem tem muito a ver com o mundo das crônicas, mas acabo tendo algum insight sobre algo interessante para escrever. E outro fator importante para desenvolver minha escrita, é não ficar dependente do que os leitores pedem ou querem, eu tenho minhas preferências de leitura, então logicamente sou muito inspirada pelo que eu gosto de ler, mas com meu toque pessoal, né? Eu não estou tentando reproduzir o que o autor escreve, eu quero colocar a minha perspectiva, para minha história, é como se eu tivesse explorando o mundo que foi criado entende?! (ENTREVISTADA 8)

Nesse caso a experiência de informação tem relação com o emocional da entrevistada, a partir de uma ação que gerou o encontro casual com uma informação, e essa suscitou ideias que darão origem a novas histórias onde a entrevistada possa colocar suas perspectivas. Ela reafirma a originalidade do seu trabalho, bem como define sua estética ao comentar que não está reproduzindo em seus textos aquilo que o autor original escreveu, mas utilizando o que foi escrito e colocando seus valores pessoais, bem como outras influências, para criar uma nova história.

Isso é compreendido como uma apropriação, que conforme Certeau (2012) é o olhar da pessoa comum na obra de outrem, que através disso faz uma individualização da obra original. É uma forma de apoderamento, fazendo experimentações com aquilo que antes foi lhe oferecido de outra forma. É uma maneira de organizar, ainda que de forma incompreensível para outros, o que se absorveu de conteúdo e como se relacionou isso com sua própria bagagem cultural.

As ideias podem surgir em qualquer momento, acho que o mais importante além de uma inspiração para o conteúdo, ou sobre um tema, é saber como apresentar esse conteúdo de uma forma original, porque querendo ou não, vai ter alguém em algum lugar falando sobre esse mesmo assunto. Por exemplo, quando tinha a série de tv, na mesma semana tinham várias pessoas dentro do fandom falando sobre um assunto em específico, e era tanta coisa repetida, então no meu caso, eu tento pensar no que meu conteúdo pode apresentar de diferente. (ENTREVISTADO 3)

O entrevistado 3 destaca a importância de estabelecer certa originalidade com relação ao conteúdo que vai ser produzido, buscando diferenciar o que ele produz de outros materiais que possam existir dentro do *fandom*. Nesse mesmo sentido, o entrevistado 1 coloca que:

Com relação a isso, acho que o que a gente tenta fazer, é colocar a nossa visão, a nossa perspectiva sobre o assunto, dentro do conteúdo que vamos fazer. Apresentar o que entendemos, mas claro que com informações que sirvam de base para o conteúdo que vamos produzir. (ENTREVISTADO 1)

Dessa forma os entrevistados utilizam as informações a que tiveram acesso e através das interações com essa informação a transformam em algo original, de acordo com suas perspectivas, seus conhecimentos prévios e as ações desenvolvidas, eles vão moldar aquele tema em algo que reflita suas visões sobre o tema.

Conforme Harlan (2012) a prática da negociação de estética permite que os fãs ao buscarem informações sobre o tema, interajam com ele através de ações de modelagem, composição e avaliação; determinando o valor de originalidade de seus conteúdos em relação à informação que gerou a ideia.

Já os entrevistados 6 e 2 relatam experiências semelhantes na forma como negociam a estética para a produção de conteúdo, para ambos a experiência da informação como inspiração está muito ligada a forma como o *fandom* consome os conteúdos criados, algo já relatado por Jenkins (2017).

Quando estava passando a série de TV, grande parte das ideias para o conteúdo eram tiradas de lá, por exemplo algum assunto que estava sendo discutido na série, algumas teorias que poderiam ser relacionadas, e por aí vai. Normalmente eram temas que estavam sendo bastante discutidos dentro das comunidades e que geravam dúvidas ou que necessitavam de alguma explicação. Agora com o fim da série, o que tem acontecido são discussões sobre o que esperar dos próximos livros, além disso tem muita coisa, muita teoria de fã para ser discutida dos livros já lançado. (Entrevistado 6)

Para o entrevistado 6 a inspiração é desenvolvida a partir da interação com as obras das quais é fã, mas também com as interações com outros membros do *fandom*, além do contato com o conteúdo de outros fãs.

O próprio público pede muita coisa nos comentários, tem assunto que a gente acha relevante, então se agora na série está rolando uma coisa específica, nós vamos discutir uma teoria específica que tem a ver com essa coisa [...] e assim as crônicas são 5 livros muito gigantes, fora isso ainda tem a série, tem muita coisa para falar, não é como se a gente tivesse que criar muitos temas. [...] o nosso podcast é de leitura, um clube do livro que a gente comenta em cada episódio um capítulo do livro. (Entrevistada 2)

Em ambos os casos os entrevistados não apresentam um único encontro com a informação que inspirou a criação de seus artefatos, mas relatam situações que fazem parte do cotidiano deles que influenciam a forma como são escolhidos e desenvolvidos temas para a produção de conteúdo.

Eles apontaram tanto a série de TV, quanto os livros como principais fontes para inspiração de conteúdos, em suas experiências não foi relatado nenhum fator emocional, mas isso não significa que ele não exista, já que a relação entre fã e obra já deixa implícito um fator emocional. Afinal, é a identificação com a obra que os levaram a produção de conteúdos para o *fandom*, quanto a isso Hills (2012) coloca que sem o emocional estar envolvido não é possível a existência de uma cultura de fãs.

Essa experiência possibilita a compreensão de como os fãs interagem com as informações que encontram tanto na comunidade de aprendizagem, quanto em seu dia a dia e como isso se reflete em suas produções, sejam elas textos ou vídeos. É como eles mesclam suas identidades enquanto fãs com seu repertório cultural e como isso se traduz em seus conteúdos.

Os fãs a partir de suas interações e produções começam a adquirir certo tipo de poder cultural sobre as obras das quais gostam, isso faz com que eles consigam interpretar melhor esse conteúdo, conforme Sandvoss, Gray e Harrington (2017) quando os fãs trocam informações e conhecimentos dentro das comunidades eles desenvolvem uma lógica que os ajudam a visualizar melhor seus interesses.

Os fãs assimilam a formação da estética do conteúdo através de várias ações informacionais, eles também iniciam o processo de compreender como a criação de conteúdo acontece dentro do *fandom*, por meio das práticas de negociação de controle.

5.2.2 Negociação de Controle

Para essa subcategoria a entrevista focou em questões que envolviam a troca de

informações entre os fãs, como era o processo por busca de informações e qual a importância dessa troca para a criação de conteúdo. Na figura 10, está exposto de que forma os fãs vão experienciar a informação nessa negociação, bem como as ações de coleta, compreensão e criação que são associadas a essa etapa.

Figura 10 – Negociação de Controle



Fonte: Adaptado de Harlan (2012).

Nesta prática os fãs identificam o conhecimento produzido e compartilhado dentro da comunidade, através das interações e colaborações com outros membros, esse processo se inicia ainda na prática da negociação estética.

Se na negociação estética os fãs estão descobrindo os temas que servirão como inspiração para suas criações, na negociação de controle eles vão iniciar o processo que dará origem ao conteúdo, ou seja, os fãs começam a pôr em prática o que se imaginou anteriormente. Para isso, os fãs experienciam a informação como colaboração, através de ações como busca direta por informações, composição, consideração e planejamento.

Eu troco muitos detalhes com outros fãs que escrevem fics, o que é bom para mim, porque alguns deles escrevem há mais tempo que eu, então eles podem me ajudar quando eu tenho alguma dificuldade. Por exemplo, uma vez pedi para uma amiga revisar um capítulo, pois eu não estava muito segura da qualidade dele, e ela acabou enviando umas sugestões e opiniões, o que me fez pensar e acabei refazendo e ficou muito melhor. (ENTREVISTADA 8)

Para a entrevistada 8, compartilhar informações com os outros membros da comunidade possibilitou que ela pudesse conhecer aqueles que tinham mais conhecimento e informações que ela e que a ajudariam caso precisasse de ajuda.

A experiência de informação com colaboração, nesse caso, ocorreu através de

ações de busca por informações ao utilizar os membros com mais conhecimento como fontes de informação, além de ações de reflexão sobre as sugestões e opiniões quanto ao seu conteúdo, e de composição para refazer o conteúdo.

Entende-se assim, que na medida em que se engajam dentro da comunidade os fãs além de trocarem informações, aprendem como podem aplicar seus conhecimentos na produção de novos conteúdos, baseando-se naqueles fãs que eles têm como exemplos.

Ao longo dos anos a gente acaba criando até não-intencionalmente uma rede de sites, e páginas e perfis seguidos nas redes, além do acesso aos principais fóruns de discussão, que nos alimentam de uma forma até natural sobre as principais notícias e novidades. O blog do autor também é acessado com frequência. No caso dos conteúdos em formato de artigos e análises, usamos sempre o próprio texto do cânone (os livros em si) como fontes primárias, mas eventualmente é interessante também consultar textos de outros fãs a respeito daquele assunto (se houver). (ENTREVISTADO 4)

De acordo com o que foi colocado o entrevistado 4, acabou por criar uma rede de fontes de informação que considera confiáveis. Essas trocas de experiências e informações, para o desenvolvimento do próprio entendimento sobre o conteúdo a ser produzido para o *fandom*, são fundamentais para o desenvolvimento do conhecimento da comunidade que é construído coletivamente, e que serão fundamentais para o *fandom*.

A prática da negociação de controle funciona como o *habitus* de Bourdieu (1986), sistema onde é possível apreender os valores dos conteúdos e os conhecimentos dos membros da comunidade, ao mesmo tempo em que fornece aos fãs, meios para compreender o conhecimento existente e criar novos conteúdos, sendo assim geradora e perpetuadora do conhecimento da comunidade de aprendizagem. Isso fica mais claro quando os fãs falam sobre suas experiências com as trocas de informações com outros membros para a produção dos seus conteúdos.

Depois decidido o tema que vai ser abordado, procuro material nos livros, que já possuem uma grande quantidade de informações. Busco algumas informações em sites que dentro do fandom a gente já sabe que são importantes, como o westeros.org, acho que por eles trabalharem com o Martin, é mais fácil identificar a veracidade das informações que eles colocam no site. As discussões com outros membros das comunidades também ajudam, muitas vezes é possível ter uma nova perspectiva a partir dessa interação, e sempre estou relendo os livros. (ENTREVISTADO 3)

O entrevistado relata o seu processo de busca por informação que envolve não apenas as fontes de informação que são compartilhadas e marcadas como confiáveis dentro do *fandom*, mas também como as discussões e as trocas de informações dentro da comunidade influenciam na composição do conteúdo. De acordo com o que foi discutido por Harlan (2012), esses processos de compartilhamento permitem aos fãs desenvolverem um senso de propriedade em relação ao conteúdo.

Os membros da comunidade podem em alguns momentos agirem como mentores para avaliar a qualidade do que alguém está produzindo, no caso do entrevistado 3 e em muitos outros que serão mostrados nessa categoria, os fãs apontam o site Westeros.Org, como uma espécie de modelo a ser seguido, em relação à confiabilidade e qualidade do conteúdo disponibilizado.

Para o site, eu faço muita notícia, existe toda uma comunidade de fãs. E alguns estão aí há mais de 20 anos, como é o caso do Westeros.Org, Los Siete Reinos da Espanha, enfim, a gente troca informações eventualmente, mas normalmente eu mais uso eles como fonte de informação do que o contrário, no caso do westeros. Já que o Elio e a Linda são pessoas que já tão trabalhando com isso há muito tempo, então eles já têm experiência, eles têm o contato, e uma maneira própria de se comunicar dentro do fandom. (ENTREVISTADO 9)

O entrevistado destaca a importância de alguns fãs para toda a comunidade, já que eles são tidos como fontes de informação não apenas pela experiência que os anos trabalhando com o tema geraram, mas pela sua forma de comunicação com os outros membros.

O *fandom* enquanto comunidade tem papel fundamental para a experiência da informação como colaboração, já que as trocas dentro desse espaço são responsáveis pela manutenção do conhecimento produzido pelos membros do *fandom*. Como colocado por Savolainen (2007) tudo produzido pelas práticas são construções coletivas. É possível entender a importância e o significado do compartilhamento dentro do *fandom* na seguinte fala:

É com o engajamento nas comunidades que podemos tanto gerar, como conhecer novos conteúdos, discutir sobre teorias ou possíveis desfechos e até mesmo relembrar cenas épicas da série ou fases marcantes da saga dos livros. (ENTREVISTADO 7)

Para o entrevistado o engajamento da comunidade é um fomentador das

informações que darão origem a novos conteúdos, são nessas trocas que os fãs desenvolvem um senso de apropriação com relação à obra original. São as conversas e discussões com outros membros do *fandom* que ajudam a perpetuar a memória da obra original e seus derivados. Afirmado assim, de acordo com Jenkins (2015), o domínio dos fãs sobre os textos e conteúdos que originalmente não lhes pertence. Essa apropriação que os fãs fazem do conteúdo os ajudam a integrar suas identidades enquanto fãs e o papel que eles podem desempenhar dentro do *fandom*.

Os fãs a partir de suas práticas de compartilhamento acabam se tornando essenciais para a continuidade de uma obra. Nesse sentido o entrevistado 6 coloca que:

Eu acho que Game of Thrones, foi o diferencial para o que vemos hoje no fandom, porque As Crônicas de Gelo e Fogo são livros bem antigos, e antes eu não via muita gente discutindo sobre ela, pelo menos não do público geral, fora aquelas pessoas que realmente gostam de literatura fantástica, eu acho que a forma como as pessoas tornaram a série popular, acho que isso foi responsável por de certa forma um ar de atemporalidade para obra do Martin, e acho que foi o público o principal motivador. (ENTREVISTADO 6)

Em sua fala o entrevistado 6 destaca a importância na forma de consumo do público para o sucesso da obra, atribuindo como papel do público torna a obra do autor atemporal. Os fãs são responsáveis pela validação daquilo que é produzido pelas grandes mídias, como já colocado por Certeau (2012) e Fiske (2010), por meio do consumo do público, das suas interpretações e seu envolvimento é que a cultura de massa se torna cultura popular.

Ainda nesse sentido, apresenta-se uma fala do entrevistado 5 apontando a importância dos fóruns como uma das plataformas midiáticas que os fãs podem utilizar para se apropriar desses conteúdos:

Para mim, fóruns são onde fandoms são emancipados. Especialmente quando há espaço seguro e civilizado para que stans, leitores e espectadores casuais, haters, detratores, shippers, etc, articulem suas ideias de forma horizontalizada, sem dependência de um criador de conteúdo. (ENTREVISTADO 5)

Na perspectiva do entrevistado, os fóruns são uma plataforma que permitem aos fãs uma maior liberdade para expressar suas opiniões e suas compreensões sobre a obra original, sem que haja a necessidade de uma hierarquia ou uma verdade absoluta. O que se

reflete na forma como os conteúdos dentro do fórum são disponibilizados e compartilhados.

Como o fórum é novo, dou preferências a notícias, pois os usuários do fórum costumam se engajar mais nelas e também atrai novos membros. Por outro lado, busco funcionar como um concentrador de conteúdo, não me preocupando com conteúdo original. Faço muitas traduções para estimular a intelectualização dos membros (pois o fandom anglófono é muito mais rico do que o lusófono, mas eu acredito que isso se deve à barreira linguística). (ENTREVISTADO 5)

A negociação de controle, nesse caso, envolve a experiência da informação como colaboração, através da proposição de conteúdos que estimulem a troca de informações e conversas entre os usuários do fórum. Apesar do entrevistado não se colocar dessa forma, ele age como uma espécie de mentor para o restante do grupo participante do fórum, ao propor e compartilhar conteúdos que visam melhorar o conhecimento dos membros, bem como ajudá-los em seu processo de apropriação deste conhecimento.

As trocas de ideias e informações levaram assim ao desenvolvimento do conhecimento coletivo do *fandom* que servirá como uma base para o crescimento da comunidade de aprendizagem.

A seleção do conteúdo de terceiros obedece a critérios de popularidade e densidade; os textos nem sempre se alinham com minha visão da obra, de modo a atrair usuários que tenham opiniões divergentes da minha. (ENTREVISTADO 5)

O *fandom* é um espaço diverso onde apesar de existir um interesse comum, existem opiniões, visões e culturas diversas. Essa característica é ressaltada pela forma como o entrevistado 5 desenvolve suas ações de planejamento e busca de informações, ao pensar em uma seleção de conteúdo que possibilita a abertura de um diálogo entre as diferentes abordagens de um tema, sendo assim essencial para o que os membros da comunidade desenvolvam seus conhecimentos.

Quando vou criar conteúdo original, prefiro falar sobre assuntos que não tenho completa certeza, para incentivar os usuários a explorar as lacunas de minha argumentação e atacarem suposições e presunções. Faço a criação de conteúdo para o fórum da mesma forma que faço para o blog. (ENTREVISTADO 5)

O entrevistado utiliza a composição de conteúdo como uma forma de estimular a

participação dos outros membros, além de ser uma maneira de moldar suas próprias percepções e conhecimento sobre o assunto.

Conforme Sandvoss, Gray e Harrington (2017) essa troca de informações e opiniões entre os membros de uma comunidade possibilita aos fãs o desenvolvimento de um poder cultural, fruto dos laços que ele estabeleceu na comunidade. Isso dará a eles a consciência da sua importância para o crescimento do *fandom* e dos seus objetos de interesse.

Na internet, no reddit, tem outros livros além das crônicas, tem outros livros do Martin com os amigos dele, sobre as crônicas tem muito conteúdo. Tem muita teoria no reddit e na série. E para garantir a confiabilidade do que a gente vai passar, do que vamos encontrando nos fóruns, conferimos com o livro. (ENTREVISTADA 2)

Na experiência da entrevistada 2, a negociação de controle é representada através das ações de busca por informações e na forma como é feita a composição do conteúdo, visto que ele é feito em parceria, assim a experiência da informação acontece no momento em que ambas moldam o conteúdo e formam o conhecimento sobre o assunto em conjunto. Para Harlan (2012), as ações que levam o fã a moldar seu entendimento influem na forma como se constrói o conhecimento na comunidade.

As discussões das ações e a experiência de informação nessa prática informacional são necessárias para a compreensão de como a concepção sobre as formas culturais se modificam e como a colaboração entre os membros da comunidade é essencial para que eles desenvolvam as próprias percepções sobre o que consomem da cultura.

Nessa prática informacional fica mais fácil entender como os fãs tomam para si a propriedade sobre os conteúdos das obras das quais gostam e que muitas vezes acabam atribuindo-lhe um significado completamente diferente daquele esperado pelo autor. Essa prática fornece ao fã o entendimento sobre os assuntos que começaram a serem representados na prática informacional da negociação da capacidade.

5.2.3 Negociação de Capacidade

Nesta subcategoria a entrevista abordou questões sobre o processo de criação do conteúdo, envolvendo atividades que vão desde o planejamento até o uso de ferramentas que auxiliam no processo de produção. Na negociação da capacidade os fãs aplicam as informações e o conhecimento adquiridos nas práticas de negociação de estética e de controle, para a elaboração do conteúdo.

Figura 11 – Negociação de Capacidade



Fonte: Adaptado de Harlan (2012)

Conforme a Figura 11, essa prática envolve a experiência da informação como processo, ela tem a ver com o desenvolvimento da capacidade de criação dos fãs e as maneiras com que eles transformam o conhecimento em algo físico, um produto, seja ele um texto, um vídeo, uma *fanart*, entre outros. Isso é feito pelos fãs nesta negociação por meio de ações como: cópias, composição e modelagens, que podem desencadear em ação de coleta de informações ou terem sido desencadeadas por ela, bem como envolve ações de planejamento e reflexão durante o processo de criação.

Dependendo do conteúdo, geralmente a gente faz um roteiro, tem roteiro em que é preciso reassistir umas cenas da série, outros fazemos uma grande pesquisa, assistimos outros vídeos. O Roteiro é sempre uma base do que vamos falar, tópicos sobre o que falar. No caso do podcast, lemos o capítulo do livro e escrevemos o roteiro do que precisamos falar. (ENTREVISTADA 2)

A experiência da informação como processo da entrevistada 2, deriva das ações de coleta e composição. As atividades de busca de informação que vão desde a releitura de capítulos de livros, rever episódios da série, até a execução de pesquisas mais extensas em outros sites ou fóruns. O material coletado servirá como base para as ações de criação através da composição dos tópicos do roteiro, tudo isso resultará na corporificação do conhecimento da entrevistada num formato textual que lhe auxiliará durante as gravações de vídeos ou do podcast.

Da mesma forma, o entrevistado 5 inicia seu processo de criação de conteúdo por meio da ação de coleta de informações, em seu caso existe um detalhamento maior em sua fala sobre todas as ferramentas que ele utiliza durante esse processo.

Começo pela pesquisa eletrônica, porque é mais rápida. Acesso sites como asearchofficeandfire.com, books.google.com ou uso a pesquisa avançada do google para concentrar os resultados nos sites Forum of Ice and Fire, Reddit, Notablog (grrm.livejournal.com ou georgerrmartin.com/notablog/) e Gelo & Fogo. Também utilizo uma ferramenta de pesquisa personalizada para as declarações de George R. R. Martin (So Spake Martin), criadas pelos usuários do Forum of Ice and Fire . Em seguida, uso cópias em pdf dos livros em português e inglês para capturar o contexto maior em que o objeto de pesquisa está inserido. E no final consulto os livros em papel para garantir que vou citar o texto com fidelidade. (ENTREVISTADO 5)

A negociação da capacidade está presente no aperfeiçoamento das habilidades do entrevistado 5 para uma busca de informação com resultados precisos, bem como no uso de ferramentas criadas por outros membros da comunidade. A experiência da informação como processo é justamente o desenvolvimento da capacidade do fã de encontrar a informação necessária e a aplicação dessa habilidade em seu processo de criação e compartilhamento de conteúdo.

Conforme Harlan (2012), para a criação e compartilhamento de conteúdos os fãs precisam selecionar e aprender a usar algumas ferramentas, sendo essa uma forma de experienciar a informação como processo. Isso pode envolver desde ferramentas de edição de material, até ferramentas criadas pela comunidade para um propósito específico, que é o caso da ferramenta *So Spoke Martin* criada por fãs que fazem parte do *Forum of Ice and Fire* e que foi citado pelo entrevistado como uma das suas ferramentas de coleta de informação.

Uma das características apontadas por autores como Jenkins (2006, 2015), Fiske (2010) e Sandvoss, Gray e Harrington (2017) é o caráter emancipatório da produção dos fãs com relação à obra original. Recuero (2015) destaca a existência de produções dentro do *fandom* voltadas para o cânone da obra, nesse sentido é importante para os fãs que produzem esse tipo de conteúdo a garantia da autenticidade das informações.

Esse fator apareceu por vezes diluído em algumas falas dos entrevistados em relação a suas atividades de criação de conteúdo, destacando a necessidade de utilizar informações de fontes confiáveis, com máximo de veracidade possível. Aqui, se destacam as respostas de dois entrevistados ao serem questionados sobre o grau de confiabilidade de suas fontes de informação:

Também é um caso de experiência. Nessa altura do campeonato, é relativamente fácil para nós ler qualquer manchete sobre George R. R. Martin e já ter uma boa ideia se se trata de uma matéria confiável

ou não. Isso acontece porque já lemos praticamente tudo o que o autor disse em entrevistas, e as falas recorrentemente se repetem, então já podemos ter uma ideia razoavelmente segura sobre as coisas que ele diz e como se comporta em entrevistas. De qualquer forma, quando a questão envolve o Martin ou qualquer outro assunto relacionado, sempre busco encontrar a fonte primária da informação que chega até mim, para conferir se não houve deturpação ou mesmo mentira (o que ocorre com frequência). A busca é sempre pela informação mais crua possível. Também já sabemos que existem algumas pessoas que têm histórico extremamente confiável quando noticiam coisas /relacionadas ao nosso assunto. (ENTREVISTADO 4)

O entrevistado atribuiu à experiência a capacidade de distinguir quais as informações que são confiáveis ou não, da forma como foi colocado é possível perceber como esse processo faz parte da negociação da capacidade. Os fãs adquirem a capacidade de diferenciar a confiabilidade de suas fontes na medida em participam do processo de criação de conteúdo.

Eu procuro fontes com alta reputação no fandom, procuro declarações do próprio autor em seu site e na mídia e sempre verifico e cruzo informações antes de publicá-las. Por fim, sempre indico em meus textos o grau de certeza que tenho sobre determinada informação. Por outro lado, sigo à risca o sistema de canonicidade cunhado pela Wiki of ice and Fire. (ENTREVISTADO 5)

Já no caso do entrevistado 5 a experiência da informação como processo está na habilidade desenvolvida por ele para garantir a veracidade das informações utilizadas para a criação de conteúdo. Além da utilização do sistema de canonicidade estabelecido na wiki, que é algo construído pelos fãs.

Para as análises, depois que eu fiz toda a pesquisa possível, eu faço um esboço do texto, se for de alguma teoria eu tento trazer os contextos dos livros que sustentam a teoria, coloco o que achei de outras fontes de informação. Muitas vezes, eu releio e refaço os textos várias vezes, faço pesquisas adicionais, porque faltou alguma informação, até o texto final realmente ficar “pronto”. (ENTREVISTADO 3)

A negociação da capacidade no caso do entrevistado 3 é representada pelo ato físico da criação do texto, sua forma de experienciar a informação como processo é através do desenvolvimento da sua capacidade de criar que envolve por vezes a reelaboração do mesmo texto várias vezes, até que ele o considere pronto. Harlan (2012) destaca que a negociação da

capacidade é a prática informacional da repetição, assim, os fãs aprendem durante o processo de produção a aperfeiçoarem suas habilidades criativas.

Outro ponto da negociação da capacidade do entrevistado 3, é que em seu processo de criação, ele acaba identificando outras necessidades informacionais e se engajando em novos processos de busca de informação. Algo semelhante ao que é colocado pelo entrevistado 2:

Quando eu tenho uma ideia, eu tento coletar o máximo de informação sobre o tema, vejo o que já tem produzido sobre isso, a partir daí, eu planejo como vai ser esse conteúdo, traço alguns pontos importantes que o desenho precisa refletir; às vezes releio alguma cena que seja referente ao conteúdo que vou desenhar. Não dá pra publicar qualquer coisa, por isso, às vezes é necessário refazer o desenho várias vezes [...] retiro algum detalhe, acrescento outros, por vezes acabo refazendo todo o planejamento. (ENTREVISTADO 1)

Em seu processo de criar fisicamente o conteúdo que deseja, o entrevistado acaba por experienciar a informação como processo nas ações que desenvolve para transformar sua ideia inicial em um material que esteja dentro dos padrões que ele estabeleceu para o seu conteúdo. Desse modo, ele desenvolve ações de compreensão ao planejar como o produto final deve ser e na medida em que ele tenta reproduzir o que imaginou em algo físico, acabam surgindo novas necessidades informacionais que o leva a novos processos de busca de informação, todas essas ações o levam a refazer várias atividades na busca pelo aperfeiçoamento de sua capacidade de criação.

Conforme Harlan (2012), na medida em que os fãs se envolvem com as atividades de criação de conteúdo eles compreendem o que sabem, seus conhecimentos sobre o tema, mas também como se sentem em relação à criação desses conteúdos.

Resumindo, é na prática da negociação da capacidade que os fãs dão corpo aos conhecimentos que construíram nas outras práticas, como eles compreendem as suas inspirações e ideias que surgiram na negociação da estética e ganham competência sobre o conhecimento que foi desenvolvido de maneira coletiva na negociação de controle. Nesta prática eles aprendem a selecionar e usar ferramentas, bem como a desenvolver estratégias para o desenvolvimento de suas criações.

As habilidades e capacidades desenvolvidas durante essa prática são essenciais para que na próxima prática eles possam representar esse conhecimento em um artefato, de maneira a colaborar com a construção do conhecimento coletivo da comunidade.

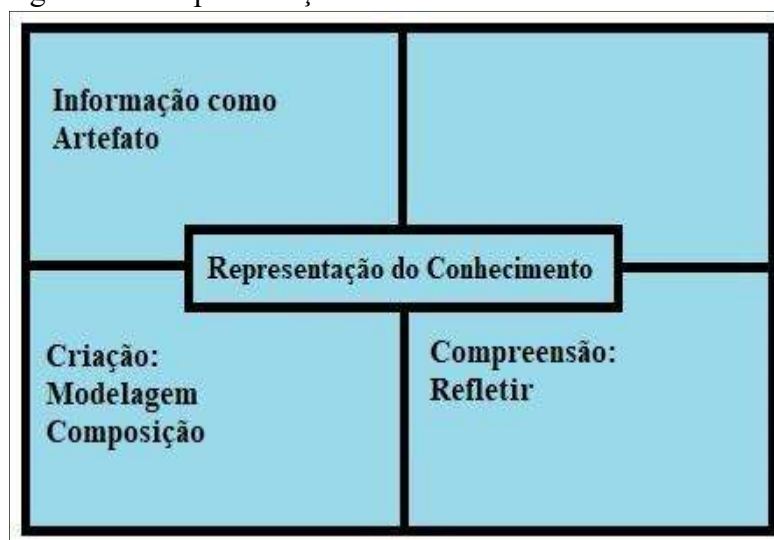
As práticas de negociação abrem um precedente para que seja possível conceber como o *fandom* consome e se apropria das informações. Essas práticas, abrem espaço para ações de mediações, entendendo-se nesse sentido a mediação na perspectiva de Orozco Gómez (2017) como uma negociação de sentidos que possibilita ao fã certa autonomia para ressignificar suas obras favoritas.

Assim, as formas pelas quais os fãs experienciam as informações e as ações desenvolvidas por eles nas práticas de negociação possibilitam a eles não apenas a aprendizagem do que foi construído pelo autor da obra original, mas que eles negociem suas interpretações e as apropriações feitas a partir desse conteúdo.

5.3 Representação do Conhecimento

Para esta categoria, a entrevista abordou questões relacionadas ao conteúdo criado, as expectativas geradas por esse artefato, os sentimentos dos fãs em relação ao conteúdo e a receptividade dos outros membros do *fandom*. Conforme o modelo de Harlan (2012) a prática da representação do conhecimento envolve a experiência da informação como artefato através de ações de reflexão, modelagem e composição, como exposto na Figura 12.

Figura 12 – Representação do Conhecimento



Fonte: Adaptado de Harlan (2012).

Assim nesta prática os fãs representam o conhecimento que conquistaram ao longo das práticas de negociação ao aplicá-los na construção de um artefato, através de ações de modelagem e composição.

Acho que não apenas o meu conteúdo, mas tudo que os outros fãs produzem é uma forma mais independente de complementar a história, por mais que se procure manter a veracidade e a canonicidade dentro do conteúdo produzido, acho que tudo que fazemos reflete um pouco do nosso toque pessoal, do nosso background, porque a gente estudou esse conteúdo e produziu ele com isso em mente. (ENTREVISTADO 6)

Na perspectiva do entrevistado 6, os artefatos produzidos pelos fãs se apresentam como complementares a obra original, tendo em vista que mesmo aqueles trabalhos onde os fãs apresentam conteúdo que seja relacionado ao cânone oficial da obra, ele é fruto das interpretações e das percepções que os fãs elaboraram.

Esses artefatos representam as informações que os fãs coletaram em práticas anteriores, mas representam também como os fãs incorporaram essas informações com o conjunto de noções que eles já possuíam. Essa configuração da representação acontece pela forma como os fãs constroem seus conhecimentos acerca dos objetos que lhe são queridos. Jenkins (2006) ressalta que as apropriações dos fãs são feitas numa tentativa de aproximar esse conteúdo do que eles já conhecem e, portanto, do próprio eu deles.

Ao fazerem essas releituras a partir de um conjunto de valores já estabelecidos e conhecidos por eles, os fãs rompem a barreira entre a cultura de massa e a cultura popular, eles reconhecem a importância do trabalho original, mas em suas interpretações acabam colocando novas perspectivas para esse trabalho e os colocando dentro de um espectro da cultura popular.

Sendo a cultura popular entendida aqui como propõe Canclini (1987) e Certeau (2012) como a cultura que é feita pelo povo ao interagir com os objetos que lhe são ofertados por uma parcela dominante da indústria cultural. Algo similar é colocado também pelo entrevistado 7:

Eu tento fazer um conteúdo que consiga refletir o que eu compreendi, tento compor algo que também possa ajudar outros na comunidade. A leitura dos livros não é fácil, e acho que ajuda bastante saber que tem outras pessoas dispostas a compartilhar as perspectivas delas. (Entrevistado 7)

A experiência da informação como artefato para o entrevistado 7, acontece por meio das ações de refletir e composição, nas quais ele busca criar um produto que represente seu conhecimento e através desse artefato contribuir para o desenvolvimento do conhecimento da comunidade. Para Harlan (2012), a ação de refletir nesta prática é essencial, já que é por

intermédio das reflexões feitas que o fã irá transformar a ideia que foi negociada na experiência da informação como inspiração, em um artefato.

Assim a prática da representação do conhecimento permite aos fãs mostrarem seus conhecimentos de forma concreta, por meio da criação de um produto que reverbera o que ele aprendeu e desenvolveu durante as práticas de negociação. Harlan (2012) expressa que o artefato que é produzido nesta prática representa tanto o conhecimento adquirido quanto as habilidades desenvolvidas pelos fãs.

Os fãs também podem utilizar essa prática para compreenderem seu papel dentro do *fandom*, além de expressarem sua identidade através dos artefatos criados, como expressam os entrevistados 3 e 8:

[...]criar e compartilhar conteúdos, me ajudou a ter uma perspectiva maior de quem eu sou enquanto fã, eu acho, quando eu comecei a interagir e fazer conteúdos, foi a forma de entender de fato o que tinha lido, e contribuir um pouco ao poder ajudar outros fãs nesse mesmo processo. (ENTREVISTADO 3)

Durante o processo de transformar seu conhecimento em um produto, o entrevistado 3, passou a assimilar seu papel dentro do *fandom* e sua própria identidade enquanto fã por intermédio da sua ação de reflexão, ele pôde também identificar o que de fato havia aprendido na medida em que usava isso no processo de composição do seu conteúdo.

Ao negociarem sua estética pessoal através da criação dos artefatos, os fãs acabam por adquirir certas habilidades e competências que utilizam para consumir as informações relacionadas ao *fandom*, para Thompson (1998) uma vez que elas são desenvolvidas elas passam a fazer parte das características das formas de aquisições sociais desses fãs.

Por isso ao criarem um material ou falarem sobre a criação dos artefatos, os fãs acabam por agregar seus valores aos objetos, como uma forma de demonstrarem seu próprio poder sobre essas criações. O fã possui uma bagagem cultural anterior e isso se reflete em suas formas de produção. Ainda nesse sentido a entrevistada 8 expressa que:

Criar as fanfics para mim é uma forma de homenagear o mundo que o autor criou, tem ainda a essência do mundo que eu li, mas eu coloco meus personagens, meu entendimento sobre alguns fatos, minhas interpretações, tem a minha identidade na história, não é uma cópia do que o autor fez. (Entrevistada 8)

Em seu entendimento as *fanfics* criadas por ela expressam sua personalidade,

ainda que possuam certa essência do que existe na obra original. Ela negociou sua estética pessoal na criação dos personagens e sua composição representa suas inspirações e o conhecimento obtido. Nessa prática, os fãs compartilham não apenas suas identidades, mas também sua cultura, tendo em vista que a cultura do indivíduo conforme Geertz (2008) é o que conforma as suas ações.

Dessa forma, ao criar uma fanfics à entrevistada 8 não está tentando reproduzir algo que já foi criado pelo autor, mas assegurar seu próprio entendimento sobre aquela obra. Ainda que ela esteja utilizando algo do autor, esse material serve mais como uma base para suas próprias interpretações e criações.

Essas práticas interpretativas dos fãs são consideradas por Jenkins (2015) como fortalecedoras, no sentido de que elas exaltam como os fãs assimilam os textos em seus contextos particulares. Por mais que a entrevistada 8 esteja consumindo o texto original, suas criações dependem mais das formas como ela negocia essa obra com sua base cultural.

Outra forma como os fãs podem ter a experiência da informação como artefato, segundo Harlan (2012) é pelo retorno dos outros membros da comunidade sobre o conteúdo:

Eu até tenho um feedback legal, principalmente quando é de alguém que também faz fanart, a opinião deles para mim, é que mais vai me ajudar a melhorar minhas habilidades, né. Porque eles conseguem fazer críticas que vão ajudar na forma que eu desenho, nas comunidades mais gerais, geralmente, as pessoas só elogiam ou então compartilham as imagens, o que também é bom porque aí meu trabalho tem um alcance maior do que teria se eu restringisse ele a apenas um local. (ENTREVISTADO 1)

As respostas dos membros da comunidade ajudaram o entrevistado 1 a aprimorar seu trabalho através de sugestões e dicas, isso também serviu para que ele detectasse necessidades informacionais para futuros projetos ou habilidades que precisa melhorar para desenvolver novos conteúdos. A experiência da informação como artefato se junta à experiência da informação como colaboração, pois por intermédio do *feedback*, o entrevistado é capaz de desenvolver ainda mais suas habilidades de criação.

O entrevistado 1 ressalta, também, em sua fala a importância dessas comunidades para a divulgação de seu trabalho, algo que só é possível graças às formas com o *fandom* tem se apropriado das diversas plataformas midiáticas disponíveis na internet. Algo que a entrevistada 2 também ressalta em sua fala:

[...] entender sobre aquele universo e as teorias criadas dentro, sendo que isso vem sendo facilitado com a internet. Não é como antigamente que não tinha como a gente fazer isso, não era como se houvesse uma enciclopédia sobre esses assuntos. (ENTREVISTADA 2)

Ao falar sobre a recepção com relação ao seu conteúdo, a entrevistada destaca a importância da internet no modo como os fãs interagem com as obras de seus interesses, desenvolvem material e consomem conteúdos produzidos por outros fãs. Essa importância é destacada por Jenkins (2009) e Fiske (2010) ao atribuírem a internet e a cultura da convergência a valorização da produção cultural dos fãs.

A produção de conteúdo, muitas vezes, deriva de processos de erros e acertos e a internet vem facilitando essa ordem ao permitir que os fãs possam compartilhar com outros o processo de criação, além de terem acesso aos conteúdos produzidos pelos fãs ao mesmo tempo em que consomem o conteúdo da obra original. Outra colocação em relação ao retorno dos outros membros da comunidade é do entrevistado 5:

Quanto ao conteúdo que eu crio, os brasileiros preferem corroborar ou atacar conteúdo, mas não o meio termo, que seria problematizar, complementar ou apresentar uma leitura pessoal. Enfim, comentar e debater de verdade. Isso não acontece em comunidades internacionais. Mas talvez isso se deva às comunidades lusófonas sobre as obras de Martin sejam extremamente pequenas. Por exemplo, no subreddit, atualmente o número de upvotes/downvotes gira em torno de 10% da quantidade de membros, enquanto que o número de comentários varia entre 2% a 5% do número de membros. No twitter, a quantidade é ainda menor. "Curtidas" (lá chama-se "favoritos", acredito) giram em torno de 4%, enquanto a média de comentários é menor que 1%. (ENTREVISTADO 5)

No caso do entrevistado o retorno acontece, mas não de uma forma que possa contribuir para o crescimento do conhecimento coletivo da comunidade, que seria o modo como ele gostaria que isso acontecesse. O retorno dos membros nesse caso ou ratifica ou condena o conteúdo produzido. No caso, o entrevistado 5 atribui isso ao fato de que ainda existe pouco engajamento do *fandom*, em relação ao tipo de conteúdo. Algo semelhante é expresso pelo entrevistado 6 ao afirmar que:

[...] tem muita gente que entrou na comunidade por conta da série de tv, mas não tem um interesse tão profundo assim em conhecer e discutir com profundidade as teorias e as análises do livro. Essa parte do fandom, tá mais interessada nas comunidades que são voltadas

para zoeira e memes, não é que isso seja ruim, mas seria legal se todos os membros participassem mais dessa outra parte do conteúdo também. (ENTREVISTADO 6)

Nas colocações dos dois fãs existe uma preocupação com o engajamento dos fãs com relação aos seus conteúdos, o entrevistado 6 destaca, ainda, que o interesse por conteúdos voltados para o entretenimento não é algo ruim, seu desejo é que a participação desses membros fosse além disso. Com relação a isso tanto Jenkins (2006) quanto Hills (2012) frisam que apesar dos fãs se reunirem pelo interesse comum a um objeto, suas relações com não são homogêneas, o que se observa na fala dos entrevistados é o retrato das diferentes formas de consumo realizadas pelos fãs.

Sobre o uso das diferentes plataformas midiáticas dentro do *fandom* o entrevistado 4 coloca que,

Ao longo do tempo, as redes (Facebook e Twitter) acabaram por se tornar primordialmente um meio de divulgação dos conteúdos do site (que ainda é o carro-chefe), embora ainda as utilizemos para fazer comunicados e esclarecimentos curtos eventualmente. A Wiki é uma plataforma colaborativa, na qual funcionamos como administradores. (Entrevistado 4)

Ao longo de sua experiência com a criação de conteúdo, o entrevistado acabou por detectar as melhores formas de utilizar as diferentes mídias sociais para a divulgação do material produzido, esse entendimento é fruto da junção da negociação da capacidade com a representação do conhecimento. Pois, à medida que o fã experiencia a informação como processo, através do desenvolvimento de sua capacidade em relação ao uso dessas plataformas para a criação de conteúdo, ele experiencia a informação como artefato através do retorno obtido com o produto final.

A Wiki é uma ferramenta colaborativa do *fandom* representando assim, a inteligência coletiva dele, sendo construída por todos os membros e os responsáveis pelo site são apenas administradores. Ela tem papel fundamental no processo de agregação dentro do *fandom*, a partir da fala do entrevistado 4 destaca-se a importância da atividade de modelagem e de composição para a criação de conteúdo:

A Wiki é uma das seções mais acessadas do site, e sem dúvida tem papel crucial para a difusão de informações sobre o fandom de Gelo e Fogo, às vezes até maior que o próprio site. Por ela apresentar os conteúdos em forma de artigos específicos e com textos basicamente

objetivos e sem viés (no cenário ideal, é claro), muitas vezes é exatamente o que o membro do fandom (e falo isso por experiência própria enquanto fã) procura para sanar uma dúvida, ao invés de ir diretamente aos livros (embora os artigos sejam todos referenciados com base em informações canônicas). (Entrevistado 4)

Por ter uma modelagem acessível e ser algo colaborativo, a *wiki* tem papel crucial na difusão de informações dentro do *fandom*. A forma como a *wiki* é utilizada pelos fãs reflete bem o funcionamento da prática da representação do conhecimento. Conforme Harlan (2012) ela simboliza o começo e o fim da prática da comunidade de aprendizagem.

Assim, a *wiki* é utilizada por membros do *fandom* para busca de informações que possam suprir alguma necessidade informacional, ao mesmo tempo o conteúdo da *wiki* é aumentado a partir do conhecimento que eles absorveram e produziram, que podem inicialmente serem frutos de ações de coleta de informações na própria *wiki*.

A representação do conhecimento constitui-se como o fim do ciclo da criação de conteúdo, já que é nessa prática que os fãs vão compartilhar com os membros da comunidade os objetos criados a partir do conhecimento que foi obtido dentro do *fandom*, ao mesmo tempo, esse saber simboliza o início de novos processos, pois são os artefatos produzidos nessa experiência que alimentam a inteligência coletiva do *fandom* e que vão auxiliar novos membros no processo de participarem da comunidade.

Ela é o fruto da junção das práticas de negociação, de como os fãs projetam sua estética pessoal, as informações compartilhadas e as habilidades desenvolvidas, para criarem um artefato que possa refletir sua identidade e também sua cultura.

5.4 Cultura Participativa no *Fandom*

Nesta categoria, abordam-se questões sobre a cultura participativa dentro do *fandom* a partir das perspectivas dos fãs que são produtores de conteúdo, de forma a identificar se eles percebem se o material que produzem pode causar algum impacto no processo de manutenção e estruturação do *fandom*.

Com relação às repercussões da produção de conteúdo dos fãs dentro da comunidade, alguns fãs destacam a impossibilidade de colocar isso em um número específico como destacado pelo entrevistado 6:

Acho que o impacto da produção de conteúdo para o fandom, não é algo que possa ser medido tão facilmente, porque as estatísticas de acesso são só números fora de um contexto, em termo de impacto isso pode não dizer muito. Porque, por exemplo, pode ter alguém que os

comentários são poucos, mas se as pessoas que estão comentando, estão realmente interessadas em conversar e aprender sobre o tema, então acho que essa pessoa pode dizer que aquele criador teve um impacto na perspectiva de fã dele. Mas acho que esse impacto existe sim, e é possível perceber isso pela forma como o fandom tem se expandido em toda a rede e lógico, os comentários de alguns membros da comunidade acabam expressando isso vez ou outra. (ENTREVISTADO 6)

O entrevistado 6 ressalta que medir essa influência pela quantidade de números de acessos não garante a existência de uma influência, ao mesmo tempo em que afirma que a existência dessa influência só pode ser avaliada pelos membros da comunidade que consomem o conteúdo produzido pelos fãs. Apesar disso, o fã afirma que existe uma repercussão sobre esse conteúdo em alguns comentários feitos pelos membros da comunidade e que pode ser percebida também pela forma que o *fandom* vem crescendo em diferentes plataformas.

Dessa forma compreende-se que essa influência pode não aparecer de forma explícita, mas ela existe. Isso fica comprovado pela colocação de Jenkins (2006, 2009) ao afirmar que no âmbito da cultura de fãs, o consumo acontece de forma coletiva.

Outro ponto que reforça a existência dessa influência é a forma como a primeira prática informacional discutida nessa análise opera na forma como os fãs constroem seu conteúdo, as falas que foram analisadas na primeira categoria revelam que os fãs utilizam as informações disponibilizadas dentro do *fandom* para envolverem-se nas atividades da comunidade, conhecer e estudar sobre o tema, dessa forma o conteúdo produzido dentro do *fandom* resultou na forma como os fãs que foram entrevistados geravam o próprio material.

Com relação ao mesmo assunto o entrevistado 4 expressa que:

Através apenas das estatísticas de acesso não podemos ter certeza do quanto nosso trabalho influi no fandom propriamente dito, porque não conseguimos determinar se os usuários que acessam o site são realmente "parte" do fandom ou se são casuais que procuraram apenas uma coisa específica e acabaram caindo no site (embora também possamos discutir se essas pessoas também seriam incluídas no fandom). (ENTREVISTADO 4)

Além de destacar que apenas as estatísticas de acesso não são suficientes para determinar se o conteúdo produzido influi no fandom o entrevistado, ainda lança o questionamento acerca de se é possível determinar que todos que acessam o site são fãs ou apenas visitantes ocasionais.

Para Jenkins (2015) o fã é determinado pelo envolvimento emocional com uma obra assim, da mesma forma que é não é possível afirmar a existência de uma influência pela quantidade de acessos, não é possível determinar se alguém é fã ou não de uma obra, porque não mantêm certa frequência na forma como busca conteúdo. Para Hills (2012) a definição de fã é algo complexo e existem níveis diferentes de envolvimento. Assim, nada impede que alguém que comenta ou acessa pouco nas comunidades possa ser chamado de fã.

Jenkins (2009) expressa ainda que não é possível para todos os fãs desenvolverem os menos níveis de participação, algo que fica explícito na fala do entrevistado 7:

O material produzido pelos fãs é bem detalhista e minucioso, claro que tem algumas exceções porque o fandom é composto por muita gente, né? tem aqueles fãs que não são tão fervorosos, não acompanham as coisas com frequência, mas ainda assim são fãs, acaba que normalmente tem gente que procura só o material de entretenimento e tá tudo bem. Muitos desses trabalhos que não tem um contexto tão profundo sobre a obra acabam por agregar bastante gente ao fandom, que pode ir desenvolvendo outros interesses aos poucos, conforme ele vai conhecendo mais o fandom e o que é produzido. (ENTREVISTADO 7)

Em sua fala o entrevistado destaca as qualidades que considera o diferencial do conteúdo produzido pelos fãs, destacando a importância da diversidade de conteúdo para que ele possa suprir as necessidades dos diferentes níveis de envolvimento dos fãs, ademais o entrevistado destaca que alguém que não tem um envolvimento tão profundo com a obra pode acabar por desenvolver isso, ao entrar em contato com outros conteúdos produzidos pelos fãs.

Essa diversidade é possibilitada pela forma como as diferentes plataformas midiáticas foram sendo aproveitadas pelo fandom, Jenkins (2009) apresenta que cada uma dessas plataformas supre a necessidade de um grupo diferente dentro do fandom e que isso não segrega o grupo, mas promove a diversidade de conteúdo e das formas de consumo.

O entrevistado 9, fala sobre sua experiência com o conteúdo produzido pelos fãs, para explicar como compreendeu a importância do material produzidos pelos fãs, para a estruturação e a manutenção do fandom:

Minha experiência com o site começou ainda na época em que ele existia com outro nome, e foi o meu primeiro contato com o fandom do Martin. Está do lado de cá, tendo noção do que ele foi, que eu comecei consumindo conteúdo e hoje eu estou produzindo, me faz ter uma percepção do quanto aquilo é importante. Porque quando eu comecei e acho que isso acontece com muita gente que talvez não

esteja tão familiarizado com a fantasia épica, essa estrutura de literatura, é confusa, é pesada e ter um guia, tu saber que tem pessoas que se dedicam para quilo ajuda muito, ajuda até mesmo a consumir melhor o material, aproveitar melhor a leitura. (ENTREVISTADO 9)

O site onde o entrevistado 9 hoje atua como colaborador foi seu primeiro contato com o *fandom*. Para ele ter pessoas disponíveis para criar materiais que possam auxiliar os fãs é muito importante, tanto para entender quanto para aproveitar a leitura da obra original, tendo em vista que este tipo de literatura não é de fácil assimilação se o indivíduo nunca leu nada dentro desse estilo.

A cultura da convergência, conforme Jenkins (2009), permite que os fãs se unam em uma comunidade onde possam não apenas compartilhar seus interesses, mas trocar informações e desenvolver seus conhecimentos sobre um assunto específico. É por isso, que o conteúdo criado pelos fãs acaba por contribuir para a forma como o *fandom* tem se estruturado, pois esse conhecimento é utilizado pelos membros da comunidade para se engajarem dentro do grupo e assim os novos conhecimentos que são forjados nesse engajamento retroalimenta a comunidade.

Para Santaella (2003) as novas formas de participação dos fãs com suas obras de interesse têm se modificado, graças ao surgimento das novas mídias. Se antes os fãs eram restringidos a um espaço pequeno na mídia (JENKINS, 2015), com essas novas plataformas, a forma como esses fãs consomem conteúdo tem mudado drasticamente. Assim, os fãs tem ganhado cada vez mais reconhecimento pelas apropriações que tem feito dos produtos da indústria cultural. Ainda nessa perspectiva o entrevistado 5 coloca que:

No caso específico de As Crônicas de Gelo e Fogo, há uma experiência que só é atingida com releituras e debates. Os livros são escritos para que o leitor fique ignorante do que está para acontecer na trama e não tenha certeza sobre o que realmente aconteceu. Portanto, a comunidade eletrônica de pessoas compulsando as obras magnifica a experiência do leitor individual, de modo que praticamente ninguém escapa a essas leituras complementares. (ENTREVISTADO 5)

Para ele, a leitura da obra sem o contato e o debate com os outros membros do *fandom*, acaba por deixar o fã ignorante sobre a história. Em seu entendimento, a leitura de materiais complementares que são produzidos por fãs se torna algo compulsório para que o leitor compreenda o que realmente aconteceu na obra original. Com relação a isso, Fiske (2010) e Jenkins (2015) esclarecem que muitas obras produzidas dentro da lógica da indústria

cultural encorajam tanto a identificação quanto a participação dos seus fãs.

Assim, os fãs atribuem cada vez mais significado as obras que consomem na medida em que destrinçam essa obra em fragmentos cada vez menores e estudam minuciosamente cada um deles. O leitor passa então, não apenas a buscar os significados que o autor colocou, mas a projetar seus próprios significados na obra, os aproximando do seu contexto particular. E por vezes, pode utilizar isso para compreender situações que fogem do universo do *fandom*, como colocado pelo entrevistado 3:

Eu tento respeitar aquilo que foi criado pelo autor, ao mesmo tempo em que tento abordar as teorias e aquele conteúdo de uma forma mais digerível para o fandom. Outra coisa que eu acho interessante de fazer é utilizar esse material do George para explicar situações políticas reais, tem muito material, em que podemos contextualizar com a situação política tanto do Brasil e do mundo. (ENTREVISTADO 3)

Dessa forma, as apropriações que os fãs fazem não apenas visam o aumento do conhecimento coletivo da comunidade sobre a obra, mas eles buscam aproximar esse conteúdo de suas realidades. Nesse ponto, os fãs não são apenas consumidores de uma obra, mas membros que podem participar da construção de novos significados a partir dos seus valores e contextos pessoais.

A participação dos fãs sempre existiu, o que muda no cenário atual de acordo com Jenkins (2009) é que isso tem sido aumentado exponencialmente, por isso foram identificados inúmeros grupos e plataformas dedicados a uma obra específica como colocado pelo entrevistado 9:

Com certeza existem propostas diferentes, né? Enfim, tem que ter espaço para todo mundo, é claro que eu vou me identificar mais com uns espaços do que com outros, mas tem que ter a clareza sobre o que tu é e o que tu tá fazendo, quando criar um grupo, ou uma comunidade. Eu sei que tem grupos gigantesco dentro do facebook que são mais dedicados a série, eles vão ter de tudo lá dentro, enquanto tem outros grupos mais localizados, mesmo dentro do grupo de leitores tem perfis diferentes, a gente tem o grupo de leitores mais analíticos, que é talvez mais tradicional, tem o grupo de leitores que tem mais ligação com as fanfics, esse tipo de coisa, então cada um tem seu perfil. (ENTREVISTADO 9)

Para o entrevistado é importante à existência dessas diversas plataformas, pois o público não é homogêneo, então cada grupo existente pode atender à necessidade

informativa de um nicho específico dentro do *fandom*. O controle que os fãs têm adquirido sobre as obras abrange tanto aqueles conteúdos que tem maiores relações com os significados mais próximos das ideias autorais, quanto conteúdo que foge dessa lógica do cânone. Para Jenkins (2015) é preciso reconhecer o poder dessas outras formas de interpretação e consumo. Para Fiske (2010), essas outras formas de apropriações têm acontecido com maior frequência dentro das produções de fãs, agregando valores culturais a esse conteúdo.

O *fandom* é composto por indivíduos com diferentes visões que se unem em torno de um interesse comum e como em toda e qualquer relação social existe conflitos, Jenkins (2009) destaca que essas tensões no *fandom* são normalmente causadas pelas interpretações feitas pelos fãs que não se encaixam dentro do cânone da obra original, isso é ilustrado na fala do entrevistado 4, ao falar sobre a divulgação de conteúdos produzidos por fãs dentro do site:

Embora não exista uma seção específica com uma listagem delas, fanarts são divulgadas por nós em um bloco da página principal chamado "Ilustração da Semana". O site não possui e nem possuirá seção dedicada à publicação de fanfics, por conta da postura de George R. R. Martin a respeito desse tipo de produção. Como o autor é expressamente contrário à criação de conteúdos derivados não-autorizados de seus trabalhos, consideramos que, enquanto um site dedicado às obras e ao autor, seria uma contradição ética disponibilizarmos fanfiction em nosso portal. (ENTREVISTADO 4)

Apesar de publicarem *fanarts*, o site não publica nenhum material que seja derivado da obra original que não seja autorizado pelo autor, para respeitar o posicionamento dele em relação a esse tipo de conteúdo. Conforme a entrevistada 8, isso acaba por afastar uma parte do *fandom* desse conteúdo:

Parte do fandom acaba por ser indiferente as fics, mas isso nunca me impediu de escrever então... eu recebo muitos comentários e interajo bastante com pessoas que acabam nem sendo do fandom, mas que costumam ler fics. O grande fator motivador para isso, é que muitos deles acham que os autores das fics, estão tentando copiar o autor, ou desvalorizando o trabalho dele, e isso é algo que o próprio Martin endossa, eu já vi uma entrevista em que ele fala que não entende bem, porque alguém leria fanfics se existe a obra original no qual ele se esforçou... ele claramente não entende que as fanfics tão aí não para copiar a obra original, todo o meu processo de escrita é baseado nas minhas ideias, eu não fico repetindo a história do livro, até porque se alguém faz isso, não vai continuar muito tempo escrevendo, o fato de eu usar o mundo criado por ele, é um detalhe... para mim escrever fics é uma forma tanto de homenagear e aproveitar melhor a obra,

bem como de melhorar minhas habilidades para escrita.
(ENTREVISTADA 8)

Na visão da entrevistada 8 o posicionamento do autor e dos outros membros do *fandom* indica certo grau de desconhecimento sobre a forma como esse conteúdo é feito. Em sua visão, as histórias criadas por fãs não foram feitas para competir ou desmerecer o trabalho do autor. Em contrapartida, a entrevistada 8 coloca sua visão de que as fanfics são uma forma que o fã tem para demonstrar seus interesses e ideias, além de mostrar o seu entendimento sobre a obra do autor.

Com as plataformas midiáticas, os modos pelos quais os fãs tem se apropriado das obras tem sido bastante divergentes, cada vez mais eles ganham “liberdade” para realizar essas apropriações, porém é também preciso compreender que esse apoderamento dos fãs é feito de uma perspectiva “marginalizada”, já que eles não são detentores dos direitos autorais das obras e isso acaba por causar conflitos em suas relações dentro do *fandom*. No caso da entrevistada 8, ela relata que a indiferença de alguns fãs em relação ao seu conteúdo não a impede de continuar produzindo o conteúdo, do que em sua perspectiva é uma forma vantajosa de usufruir da obra original.

Apoiando essa visão da importância de todas as formas de apropriação realizadas pelos fãs, destacam-se Bourdieu (1983), Certeau (2012) e Jenkins (2015), na visão desses autores as formas de significação e apoderamento de uma obra não podem ser determinadas pelos seus autores originais e sim pelos fãs que estão consumindo essa obra. Por isso, o mesmo material pode ganhar diferentes interpretações dos seus leitores e isto não é algo ruim, pois mostra como os fãs utilizam daquele conteúdo para suas articulações culturais dentro da vida cotidiana.

Conforme as discussões entende-se que a cultura participativa é de certa forma algo intrínseco a forma como os fãs se engajam e atuam dentro do *fandom*, para Jenkins (2009) a participação acontece porque o homem é impelido culturalmente a isto. Essa noção fica ainda mais explícita a partir do entendimento de Geertz (2008) de que o homem utiliza o que aprende na cultura para conformar e orientar suas ações, dessa forma compreendeu-se que todas as ações realizadas pelos fãs dentro do *fandom*, partem de uma percepção de que eles precisam ter conhecimento sobre o ambiente em que estão para desenvolverem suas habilidades de se movimentarem por ele.

Através das discussões, observou-se como os fãs produtores de conteúdo, agem como sujeitos ativos num processo de recepcionar e ressignificar o conteúdo que recebem, e

que é fruto daquilo que muitos entendem como parte de uma cultura de massa. O conteúdo elaborado por esses fãs, ainda que mantenha laços com a obra original e o seu cânone, acaba por refletir de alguma forma, os valores e a cultura dos fãs que o elaboraram.

Apesar de não ser possível determinar a forma como esse conteúdo repercute dentro do fandom por meio de estatísticas de acesso, os fãs entendem que esse conteúdo acaba por ajudar outros fãs, em seus processos de assimilação da obra original e em suas movimentações dentro das comunidades do fandom. Eles avaliam isso, a partir das próprias experiências enquanto fãs e pelas colocações dos membros do fandom.

Enquanto um dos fãs levantou o questionamento se os acessos ao site refletiam, a participação dos fãs, ou apenas visitas ocasionais, outros entrevistados refletem que os níveis de envolvimento e, portanto de participação, podem variar bastante de fãs para fãs, e que todas as plataformas utilizadas pelo fandom para comunicação cumprem o papel de oferecer conteúdo para um grupo específico dentro da comunidade.

Na perspectiva das práticas informacionais, o homem é um ser culturalmente colocado, que irá buscar, compartilhar e gerar informações a partir do contexto em que ele está inserido. Dessa forma, compreende-se que as práticas informacionais realizadas pelos fãs que foram identificadas no decorrer desta análise, são fundamentais para seus processos de participação e geração de conteúdo, que serão a base para o surgimento da cultura de fãs e da cultura participativa.

CONCLUSÃO

Longe de serem sincopáticos, os fãs afirmam ativamente seu domínio sobre os textos de produção massiva que servem de matéria-prima para suas próprias produções culturais e base para suas interações sociais. Assim, os fãs deixam de ser meramente audiência desses textos; ao invés disso, tornam-se partícipes da construção e circulação de significados textuais.

(Henry Jenkins)

As discussões desenvolvidas nesta pesquisa tiveram como foco compreender a forma pela qual as práticas informacionais que são estabelecidas pelos fãs se relacionam a cultura participativa dentro do fandom.

No decorrer do trabalho buscou-se conhecer de que forma os processos de busca, uso e compartilhamento da informação eram realizados fora de um ambiente informacional tradicional. Para isso, foi feito inicialmente uma revisão bibliográfica de forma a assimilar o desenvolvimento dos conceitos de práticas informacionais, cultura participativa e cultura de fãs. Os Estudos de usuários desenvolveram-se a partir da década de 1940 e tem como foco a interação entre informação e usuário, sendo uma das subáreas de grande tradição da Ciência da Informação. Assim como outros campos, os EU foram progredindo suas pesquisas a partir do desenvolvimento das abordagens da CI, dentre essas perspectivas destacou-se o conceito de Práticas Informacionais como uma noção proveitosa para o estudo da informação e do sujeito situados em um contexto e, portanto, capaz de consolidar o desenvolvimento teórico prático da abordagem sociocultural da CI.

Esse conceito foi construído com base em teorias sociais, entre elas a Teorias da Prática Social de Bourdieu e a Teoria da Estruturação de Giddens, que se propunham a entender o indivíduo a partir das suas relações com o contexto em que ele se inseria, Bourdieu por meio do conceito de *habitus* e Giddens da noção de reflexividade. Dessa forma, Práticas Informacionais foram entendidas como todas as atividades que são desenvolvidas pelo indivíduo no processo de busca, criação, uso e compartilhamento da informação, a partir de um determinado contexto. Esses estudos passaram então a compreender que o indivíduo utiliza a informação em diferentes aspectos da sua vida, e que ela é construída socialmente por esse sujeito. Nessa perspectiva foram criados alguns modelos para o desenvolvimento desses estudos e dentre eles foi destacado na pesquisa o modelo desenvolvido por Mary Ann Harlan que o utilizou para interpretar os processos informacionais de adolescentes criadores de conteúdo ao adentrarem nas comunidades digitais, sendo esse o modelo aplicado a

pesquisa por tratar de um objeto que se inseria dentro de um contexto similar.

Já os conceitos de Cultura Participativa e Cultura de Fãs surgem numa perspectiva de estudar e compreender como os indivíduos que consomem artefatos produzidos em uma lógica industrial passaram a ser visto como receptores ativos, capazes de se apropriarem e ressignificarem esses objetos em seu dia a dia. Percebeu-se que o surgimento desses conceitos só foi possível graças a uma compreensão da cultura de um ponto de vista mais antropológico, como aquilo que molda o homem e que condiciona seu olhar sobre o mundo, ao mesmo tempo em que possibilita que ele atualize essa cultura através da mediação, sendo ela as articulações, trocas e negociações que o homem faz ao consumir os produtos culturais.

A ideia de Cultura Participativa foi assimilada a partir da discussão de três fatores, a forma como os meios de comunicação digital têm não apenas criado os objetos culturais na perspectiva da indústria cultural, mas ampliado às formas de consumo; as comunidades de conhecimento como um espaço criado pelo público com os mesmos interesses que se unem para discutir, compartilhar e construir o conhecimento sobre esse assunto; e a inteligência coletiva como fruto dessa comunidade, representando todo o conhecimento que foi construído por eles coletivamente a partir das interações que fizeram. Assim, o conceito de cultura participativa foi entendido como as formas pelas quais os consumidores são instigados a agirem de forma ativa no processo de criação e compartilhamento de conteúdos, a partir dos objetos culturais de seu interesse, sendo facilitado pelas novas mídias digitais. As discussões sobre esses conceitos foram essenciais para a compreensão do fandom e da cultura de fãs.

A cultura de fãs foi compreendida aqui como todas as ações que esses sujeitos praticam no processo de apreender e ressignificar os objetos culturais com os quais desenvolveram um laço afetivo. Os estudos sobre essa cultura tiveram início a partir das ideias de Certeau sobre as formas de apropriação que a população faz da cultura dominante, a partir dessa perspectiva os fãs passaram a serem compreendidos como indivíduos capazes de realizarem diferentes, e por vezes inesperadas, leituras e interpretações dos objetos culturais que eram de seus interesses.

A assimilação e a discussão dessas concepções foram essenciais para o desenvolvimento deste estudo que tem como objetivo geral: analisar as práticas informacionais dos fãs criadores de conteúdo no ciberespaço e sua relação com a cultura participativa, para isso foi traçado um caminho investigativo a partir de quatro objetivos específicos: Compreender a relação entre cultura participativa e cultura de fãs; Identificar as plataformas midiáticas usadas pelo *fandom*; Caracterizar e descrever as práticas informacionais dos criadores de conteúdo digital do *fandom*; Analisar a partir da perspectiva

dos criadores o consumo de conteúdo produzido pelo *fandom* e sua disseminação. Todos os objetivos foram atendidos como descritos nos próximos parágrafos.

Com relação à compreensão da relação entre cultura participativa e cultura de fãs, o objetivo foi atingido a partir das discussões propostas no capítulo 3 e no tópico 5.4 das análises. Entendeu-se que essas culturas se relacionam na medida em que são as atividades que os fãs desenvolvem para participar das comunidades, tais como trocas, interações e compartilhamento de conhecimento, que possibilitam as práticas de apropriação e significação que eles estabelecem na cultura de fãs. Ela se relaciona com a cultura de fãs na medida em que é a partir do conceito de participação que as produções de fãs começaram a ser reconhecidas como formas culturais. Assim tem-se que a cultura participativa é algo intrínseco as atividades do *fandom* e, portanto, da cultura de fãs. Pois essa participação conforme discutida no capítulo 3 e no tópico 5.4 é uma necessidade para os fãs, algo que eles são incentivados a praticar culturalmente.

A identificação das plataformas midiáticas que são utilizadas pelo *fandom* foi cumprida nos tópicos 3.3.1 e no tópico 4.1, inicialmente foi feito um apanhado das plataformas que são utilizadas pelo *fandom* internacional, dentre as mídias digitais utilizadas, destacou-se o site *westeros.org*, como principal site de fãs, que também é responsável pela administração do *Forum Ice and Fire* e da *Wiki Ice and Fire*, sendo que esses espaços chegaram a ser citados pelos fãs entrevistados como algumas das principais fontes de informação sobre o tema. Os espaços que foram identificados como pertencentes ao *fandom* brasileiro apareceram no tópico 4.1 da metodologia, dentre os espaços identificados, destacam-se o site Gelo & Fogo, criado por fãs brasileiros, que já conta com mais de 11 anos, sendo também responsável pela administração da *Wiki Gelo e Fogo*, a maior *wiki* com conteúdo em português sobre o tema, além desses espaços ressaltou-se a importância das inúmeras comunidades no *facebook* e o *twitter* como espaço para interação entre os fãs, dos canais no *Youtube* que produzem conteúdo sobre o assunto e o mais recente espaço aberto foi um fórum no site *reddit* chamado *r/valíria*.

A descrição e a caracterização das práticas informacionais dos fãs criadores de conteúdo foram apresentadas no capítulo 5, referentes a interpretação dos dados coletados nas entrevistas. As práticas informacionais dos fãs foram apresentadas conforme o Modelo de Harlan, e eram efetuadas por eles uma vez que se inseriam dentro do *fandom* e iniciavam o processo de interpretar e se apropriar do conhecimento acerca dos objetos dos quais gostam. Na prática da comunidade de aprendizagem os fãs salientaram a importância de suas primeiras interações dentro do *fandom* para a compreensão e o estudo do material do qual eles

gostavam, nela eles também identificavam como se estruturavam os espaços utilizados, ao mesmo tempo em que não conseguiram definir um conjunto de regras único para todos, o que se deve ao fato de que o *fandom* não é algo homogêneo e se divide em diversos microgrupos em cada plataforma. Através de ações observação e avaliação alguns fãs conseguiram identificar a necessidade de criação de novos espaços para a criação de conteúdo, ou mesmo quais são os tipos de conteúdo que alguns dos microambientes compartilhavam. Dessa forma essa prática serve para o acesso inicial ao *fandom*, oferecendo aos fãs o conjunto de noções e conhecimentos necessários para que ele possa se familiarizar com esse espaço.

As práticas de negociação referem-se ao conjunto de atividades que os fãs executam no processo de elaboração de um conteúdo. Na negociação da estética os fãs vão construir suas perspectivas estéticas sobre a produção de conteúdo, os entrevistados relataram nessa prática como eles obtinham as ideias para a criação dos seus materiais, expondo que muitas vezes elas surgiam em situações cotidianas que podiam nem estar relacionadas ao tema em questão. O surgimento dessas ideias levava os fãs às ações de reflexão e análise que eram necessárias para que eles iniciassem o processo de dar forma a suas criações. É a partir desse processo que eles iniciam a negociação de controle uma vez que a partir das ideias obtidas eles vão poder trocar informações com outros membros que servem como uma espécie de mentor quanto à determinação de como o conteúdo é feito dentro daquele espaço do *fandom*. É nessa prática que os fãs compreendem e ganham controle sobre as ideias que obtiveram sobre os objetos dos quais são fãs através do conhecimento compartilhado.

Essa apropriação que os fãs fazem é o que dará origem a negociação da capacidade, prática na qual eles irão iniciar a criação de seus conteúdos por meio do desenvolvimento de habilidades e capacidades, que podem envolver desde o uso de ferramentas para criação e compartilhamento, até o desenvolvimento de procedimentos e planejamentos para a produção do material. Compreendeu-se que essas práticas são permeadas por ações de mediações, pois possibilitam aos fãs autonomia para desenvolver suas interpretações e significações que resultaram na produção de um objeto.

A prática da representação do conhecimento é a culminação de tudo que os fãs desenvolveram nas práticas anteriores, assim eles apresentam para a comunidade o que aprenderam de forma concreta por meio de um artefato. Além disso, observou-se também como os fãs utilizam essa prática para aprimorarem suas habilidades no processo de criação através dos retornos obtidos, além de refletirem sobre suas identidades de fãs.

Com relação à análise do consumo de conteúdo produzido pelo *fandom* e sua disseminação a partir da perspectiva dos criadores, inferiu-se a partir das colocações, nos

tópicos 5.3.3 e 5.4 das análises, que apesar de não ser possível determinar como os fãs tem recebido o conteúdo produzido por meio de números de acesso, os criadores salientaram que era possível determinar esse consumo e a disseminação através dos comentários e dos compartilhamentos que acabavam por agregar mais pessoas ao fandom. O retorno gerado pelo conteúdo que foi compartilhado nem sempre acaba sendo aquele que os criadores esperam, mas eles ressaltaram a importância dessa etapa para que o *fandom* possa desenvolver o seu conhecimento.

Concluiu-se que o objetivo geral foi atingido no capítulo 5, onde se abordou como os fãs utilizam as práticas informacionais tanto para interagirem e participarem do *fandom* como para criar conteúdo que servirá como base para que novos fãs consigam exercer sua participação dentro das comunidades. Se a participação pode ser entendida como algo intrínseco aos fãs, o mesmo vale para todos os processos que levam esses membros a coleta e ao uso de informações. Algo que é salientado pelos próprios fãs no tópico 5.4 ao expressarem que os livros dos quais gostam, instigam os leitores a procurarem e trocarem informações nos ambientes do *fandom*. Assim, foi concluído que as práticas informacionais que os fãs desenvolvem são fundamentais para o estabelecimento da cultura participativa.

Com relação à problemática, concluiu-se que ela foi respondida o capítulo 5, com destaque para os tópicos 5.3.3 e 5.4 que falam sobre a representação do conhecimento e sobre a cultura participativa no fandom respectivamente. As práticas informacionais que os fãs executam na produção de conteúdo vão servir como base para que outros membros da comunidade possam participar ativamente do fandom, isso fica claro no tópico 5.4 onde os fãs utilizam suas experiências pessoais para destacarem a importância que o material compartilhado dentro dos grupos teve tanto em suas identificações enquanto fã, como para que eles pudessem aprender e trocar informações sobre seus objetos de interesse. Ainda de acordo com os relatos das experiências dos fãs ressalta-se a importância dessas práticas para a manutenção da estrutura do *fandom*, como os mecanismos que auxiliaram os fãs em seus processos de interpretação, apropriação e atribuição de significados que darão origem aos materiais que serão disponibilizados na comunidade como fontes de informação para os fãs.

Para a Ciência da Informação as discussões elaboradas no decorrer da pesquisa mostram que é possível perceber que existem outros níveis de complexidade ao tratar a informação no cotidiano dos indivíduos; fazendo conexões desses processos com estudos desenvolvidos em outros campos. Além disso, o estudo contribui para a subárea dos Estudos de Usuário apresentando a aplicação do Modelo de Práticas Informacionais que foi desenvolvido por Harlan.

Através da realização do estudo foi possível apreender melhor alguns conceitos estabelecidos pela autora dentro do seu modelo. Algumas das práticas informacionais estabelecidas foram mais fáceis de detectar do que outras, tais como a prática da comunidade de aprendizagem e a prática da negociação de controle. Na medida em que os fãs falaram sobre o seu processo de criação de conteúdo foi possível obter uma melhor perspectiva do que a autora entende como corporificação, principalmente nos relatos sobre a prática da representação do conhecimento. Outro ponto que é importante ressaltar, é que foi possível identificar todas as atividades relativas às ações e experiências de informação durante o processo de análise, algo que pode ter acontecido por conta da proximidade entre os públicos pesquisados.

REFERÊNCIAS

- A FORUM of Ice And Fire. 2019. Disponível em: <https://asoiaf.westeros.org/>. Acesso em: 22 maio 2019.
- A WIKI OF ICE AND FIRE. **About**. 2019. Disponível em: https://awoiaf.westeros.org/index.php/A_Wiki_of_Ice_and_Fire>About. Acesso em: 22 maio 2019.
- ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural**. 3. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977. p. 287-295.
- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas. In: ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 2-74.
- ALBRECHTSEN, Hanne; HJØRLAND, Birger. Information seeking and knowledge organization: the presentation of a new book. **Knowledge Organization**, vol. 24, n. 3, p. 136-144, 1997. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/275028453_Information_Seeking_and_Knowledge_Organisation_The_Presentation_of_a_New_Book. Acesso em: 26 mar. 2019.
- ALVES, Ana Carol. Guia de episódios. **Gelo & Fogo**. [2018c]. Disponível em: <https://www.geloefogo.com/got/guia-de-episodios>. Acesso em: 31 jul. 2019.
- ALVES, Soraia. **Game of Thrones**: Brasil é o segundo país mais engajado no twitter durante a estreia da série. 2019. Disponível em: <https://www.b9.com.br/106450/game-of-thrones-brasil-e-o-segundo-pais-mais-engajado-no-twitter-durante-estrela-da-serie/>. Acesso em: 20 maio 2019.
- ALTO VALIRIANO. Rotina de conteúdo. **r/Valíria**. 2019. Disponível em: https://www.reddit.com/r/Valiria/comments/d702ap/vota%C3%A7%C3%A3o_rotina_de_cont%C3%BAdo/. Acesso em: 20 set. 2019.
- ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Estudos de usuários: pluralidade teórica, diversidade de objetos. Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 9., 2008, São Paulo, **Anais eletrônicos**...São Paulo: ANCIB, 2008. Disponível em: <http://enancib.ibict.br/index.php/enancib/ixenancib/paper/view/3027/2153>. Acesso em: 30 jan. 2019.
- ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. O que são práticas informacionais?. **Informação em Pauta**, Fortaleza, v. 2, n. Esp, p. 217-236, out. 2017. Disponível em: <http://periodicos.ufc.br/informacaoempauta/article/view/20655/31068>. Acesso em: 20 jun. 2018.
- ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. O sujeito informacional no cruzamento da Ciência da Informação com as Ciências Humanas e Sociais. In: Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, 15, 2013, Florianópolis, **Anais eletrônicos**...Florianópolis: ANCIB, 2013. Disponível em: <http://enancib2013.ufsc.br/index.php/enancib2013/XIVenancib/paper/viewFile/142/263>.

Acesso em: 10 out. 2018.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BERTI, Ilemar Christina Lansoni Wey; ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Estudos de usuários e práticas informacionais: do que estamos falando?. **Informação & Informação**, v. 22, n. 2, 2017. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/31462/22020>. Acesso em: 29 Jun. 2018.

BINI, Felipe. Guia dos Livros: As Crônicas de Gelo & Fogo. **Gelo & Fogo**. [2018c]. Disponível em: <https://www.geloefogo.com/livros/guia>. Acesso em: 20 maio 2019.

BOURDIEU, Pierre. Esboço de uma teoria da prática. In: ORTIZ, Renato (Org.) **Pierre Boudieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983. p. 46-81.

BOURDIEU, Pierre. **Os usos sociais da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: Editora Unesp, 2004.

BORGES, Mônica Erichsen Nassif et al. Estudos cognitivos em ciência da informação. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, Florianópolis**, v. 8, n. 15, 2003. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/1518-2924.2003v8n15p1>. Acesso em: 10 out. 2018.

BROOKES, Bertram C. The foundation of Information Science: part. I philosophical aspects. **Journal of Information Science**, vol. 2, p. 125-133, 1980.

CÂMERA, Rosana Hoffman. Análise de conteúdo: da teoria a prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações. **Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia**, v. 6, n. 2, p. 179-191, jul./dez. 2013. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/gerais/v6n2/v6n2a03.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2019.

CANCLINI, Nestor Garcia. Ni folklórico ni masivo ¿qué es lo popular?. **Dialogos de la comunicación**, Mendelín, n. 17, 1987. Disponível em: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/17-revista-dialogos-ni-folklorico-ni-masivo.pdf>. Acesso em: 24 out. 2018.

CAPURRO, Rafael. **Foundations of Information Science: reviewing and perspectives**. 2017. Disponível em: <http://www.capurro.de/tampere91.htm>. Acesso em: 03 fev. 2019.

CAPURRO, Rafael; HJØRLAND, Birger. O conceito de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 12, n. 1, p. 148-207, jan./abr. 2007. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/54/47>. Acesso em: 02 abr. 2019.

CARAS DIGITAL. **Fãs se revoltam com ‘Game of Thrones’ e fazem petição para que a temporada seja refeita**. 16 maio 2019. Disponível em: <https://caras.uol.com.br/tv/fas-se-revoltam-com-game-of-thrones-e-fazem-peticao-para-que-a-temporada-seja-refeita.phtml>. Acesso em: 20 maio 2019.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e**

cultura. v. 1. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CASTRO, Míriam. Tudo sobre Game of Thrones. **Canal Mikannn**. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLkQ1HWydujXaEXEFoTdBfjQVsCXgfEvvE>. Acesso em: 28 dez. 2019.

CAVALCANTE, Lidia Eugênia; BENTES PINTO, Virginia. Pesquisa Bibliográfica e Documental: o fazer científico em construção. In: BENTES PINTO, Virginia; Vidotti, Silvana Aparecida Borsetti Gregório; CAVALCANTE, Lidia Eugênia. **Aplicabilidades Metodológicas em Ciência da Informação**. Fortaleza: Edições UFC, 2015. p.15-34.
BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano: as artes do fazer**. 18. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural?**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

COSTA, Maria de Fátima Oliveira. **Estudos de usuários da informação: ensino e aprendizagem no Brasil**. Fortaleza: Edições UFC, 2016.

COX, Andrew M. An exploration of the practice approach and its place in information science. **Journal of Information Science**, v. 38, n. 2, p. 176-188, 2012. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0165551511435881>. Acesso em: 02 abr. 2019.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2.ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

CRONIN, Blaise. The sociological turn in Information Science. **Journal of Information Science**, vol. 34, n. 4, p. 465-475, 2008. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0165551508088944>. Acesso em: 10 out. 2018.

DERVIN, Brenda; NILAN, Michael. Information needs and uses. **Annual review of information science and technology**, v. 21, p. 3-33, 1986. Disponível em: http://www2.hawaii.edu/~donnab/lis670/dervin_nilan.pdf. Acesso em: 02 abr. 2019.

DIAS, Rubia. Porque gosto de ler Alta Fantasia?. **Blog Perplexidade e Silêncio**. [2016]. Disponível em: <http://perplexidadesilencio.blogspot.com/2016/07/por-que-gosto-de-ler-alta-fantasia.html>. Acesso em: 20 maio 2019.

DUARTE, Adriana Bogliolo Sirihal; ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila; PAULA, Claudio Paixão Anastácio de. Práticas Informacionais: desafios teóricos e empíricos da pesquisa. **Informação em pauta**, Fortaleza, v. 2, número especial, p. 111-135, out/2017. Disponível em: <http://periodicos.ufc.br/informacaoempauta/article/view/20650/31063>. Acesso em: 20 maio 2019.

EQUIPE GELO E FOGO. **Sobre o Gelo e Fogo**. [2018c]. Disponível em: <https://www.gelofogo.com/sobre-gelo-e-fogo-e-game-of-thrones-br>. Acesso em: 22 maio 2019.

FADUL, Anamaria . Indústria Cultural e Comunicação de Massa. In: Anamaria Fadul. (Org.). **Linguagem e Linguagens**. São Paulo: Série Idéias, 1993. p. 53-60.

FIGUEIREDO, Nice. **Estudo de uso e usuários da informação**. Brasília: Ibict, 1994.

FISKE, John. The cultural economy of fandom. In: LEWIS, Lisa A. **The adoring audience: fan culture and popular media**. London: Routledge, 1992. p. 30-49.

FISKE, John. **Understanding popular culture**. 2. ed. Londres: Routledge, 2010.

FONTANELLA, Bruno José Barcellos; RICAS, Janete; TURATO, Egberto Ribeiro. Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, p. 17-27, jan, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/csp/v24n1/02.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2019.

FROHMANN, Bernd. **Taking information policy beyond information science: applying the actor network theory**. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.521.6657&rep=rep1&type=pdf>. Acesso em: 21 maio 2019.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias; COSTA, Sely Maria de Souza. Evolução teórica-metodológica dos estudos de comportamento informacional de usuários. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 39 n. 1, p.21-32, jan./abr., 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v39n1/v39n1a02>. Acesso em: 10 out. 2018.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

GIDDENS, Anthony. **A constituição da sociedade**. 2. ed. São Paulo Martins Fontes, 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GONZÁLEZ TERUEL, Aurora. La perspectiva del usuario y del sistema en la investigación sobre el comportamiento informacional. **Education in the Knowledge Society (EKS)**, Salamanca, v. 12, n. 1, p. 28 - 46, mar. 2011. Disponível em: <http://revistas.usal.es/index.php/eks/article/view/7822>. Acesso em: 28 mar. 2019

HALL, Stuart. Note on deconstructing 'the popular'. In: GUINS, Raiford; CRUZ, Omayra Zaragoza (Eds.). **Popular culture: a reader**. London: SAGE Publications. 2005. P. 64-71.

HARLAN, Mary Ann. **Information practices of teen content creators: the intersection of action and experiences. A grounded theory study**. 2012. 231f. Thesis (Doctor of Philosophy) - School of Information Systems, Science and Engineering Faculty, Queensland University of Technology, Queensland, Australia, 2012. Disponível em: https://eprints.qut.edu.au/57125/1/Mary_Harlan_Thesis.pdf. Acesso em: 30 abr. 2019.

HARLAN, Mary Ann; BRUCE, Christine; LUPTON, Mandy. Creating and sharing: teens' information practices in digital communities. **Information Research**, v. 19, n. 01, mar. 2014. Disponível em: http://informationr.net/ir/19-1/paper611.html#.XPO_DohKjIU. Acesso em: 30 abr. 2019.

HILLS, Matt. **Fan cultures**. London: Routledge, 2012.

HJØRLAND, Birger. Theoretical development of Information Science: a brief history.

University of Copenhagen, Copenhagen, 2017. Disponível em: [https://research.ku.dk/search/?pure=en%2Fpublications%2Ftheoretical-development-of-information-science-a-brief-history\(b94a5382-3c13-455f-8417-8a2b024af4b9\).html](https://research.ku.dk/search/?pure=en%2Fpublications%2Ftheoretical-development-of-information-science-a-brief-history(b94a5382-3c13-455f-8417-8a2b024af4b9).html). Acesso em: 30 jan. 2019.

HJØRLAND, Birger; ALBRECHTSEN, Hanne. Toward a new horizon in Information Science: domain-analysis. **Journal of the American Society for Information Science**, vol. 46, n. 6, p. 400-425, 1995. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/%28SICI%291097-4571%28199507%2946%3A6%3C400%3A%3AAID-ASI2%3E3.0.CO%3B2-Y>. Acesso em: 26 mar. 2019.

JANOTTI JÚNIOR, Jéder. Cultura pop: entre o popular e a distinção. SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério. **Cultura pop**. Salvador: EDUFBA, 2015. p. 45-56.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. **Fans, bloggers and gamers: exploring participatory culture**. New York: NYU Press, 2006.

JENKINS, Henry. **Invasores de texto: fãs e cultura participativa**. Nova Iguaçu, RJ: Marsupial Editora, 2015.

JENSON, Jolie. Fandom as pathology: the consequences of characterization. In: LEWIS, Lisa A. **The adoring audience: fan culture and popular media**. London: Routledge, 1992. p. 9-29.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. 14. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. **Inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 5.ed. São Paulo: Loyola, 2007.

MARTELETO, Regina Maria. Cultura informacional: construindo o objeto informação pelo emprego dos conceitos de imaginário, instituição e campo social. **Ciência da Informação**, v. 24, n. 1, 1995. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/viewFile/613/615>. Acesso em: 12 abr. 2019.

MARTIN, George R. R. An Ending. **Not a Blog**. 2019. Disponível em: <http://georgermartin.com/notablog/2019/05/20/an-ending/>. Acesso em: 21 maio 2019.

MCKENZIE, Pamela J. A model of information practices in accounts of everyday life information seeking. **Journal of Documentation**, v. 59, n. 1, p. 19-40, 2003. Disponível em: <https://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/00220410310457993>. Acesso em: 12 abr. 2019.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.) **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 31. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

MOLINA, Juan Carlos Fernández; MOYA-ANEGÓN, Félix. Perspectivas epistemológicas

humanas en la documentación. **Revista Española de Documentación Científica**, vol. 25, n. 3, set. 2002. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/45363788_Perspectivas_epistemologicas_humanas_en_la_documentacion. Acesso em: 30 jan. 2019.

MOREIRA, Carol. Game Of Thrones. **Canal Carol Moreira**. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PL0AHYOvtm6rqjalcp0S7qf3SoWlUuocZn>. Acessado em: 03 jun. 2019.

MOREIRA, Flávia Morais; DUARTE, Adriana Bogliolo Sirihal. O abordagem social da informação e as teorias sociais: relações e contribuições. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, João Pessoa, v. 11, n. 1, p. 169-178, 2016. Disponível em: <http://bogliolo.eci.ufmg.br/downloads/ABSD%20MOREIRA%202016.pdf>. Acesso em: 10 out. 2018.

NUNES, Jefferson Veras; ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. A Etnografia como ferramenta metodológica para a pesquisa de redes sociais na internet. In: BENTES PINTO, Virginia; Vidotti, Silvana Aparecida Borsetti Gregório; CAVALCANTE, Lidia Eugênia. **Aplicabilidades Metodológicas em Ciência da Informação**. Fortaleza: Edições UFC, 2015. p. 49-72.

ØROM, Anders. Information science, historical changes and social aspects: a nordic outlook. **Journal of Documentation**, vol. 56, n. 1, p. 12-26, jan. 2000. Disponível em: <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/EUM0000000007133>. Acesso em: 11 fev. 2019.

OROZCO GOMEZ, Guillermo. **Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo**. Madrid: Ediciones La Torre, 1996.

OROZCO GOMEZ, Guillermo. “Mapas nocturnos” e “ideias fuera de lugar” de Jesús Martín Barbero. In: MORAGAS, Miquel de; TERRÓN, José Luis; RINCÓN, Omar (Eds). **De los médios a las mediaciones de Jesús Martín Barbero, 30 años después**. Barcelona: InCom – UAB publicacions, 2017. p. 149-151.

ORTIZ, Renato (Org.) **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

PADIGLIONE, Cristina. ‘Game of Thrones reuniu 115 milhões de impressões no twitter em um só episódio. **Folha de São Paulo**, 23 maio 2019. Disponível em: <https://telepadi.folha.uol.com.br/game-thrones-reuniu-115-milhoes-de-impressoes-no-twitter-em-um-episodio/>. Acesso em: 30 maio 2019.

RECUERO, Raquel. À guisa de introdução: problematizando fãs e fan fictions 20 anos depois. In: JENKINS, Henry. **Invasores de texto: fãs e cultura participativa**. Nova Iguaçu, RJ: Marsupial Editora, 2015. p. 3-12.

RENDÓN ROJAS, Miguel Ángel. Relación entre los conceptos: información, conocimiento y valor. Semejanzas y diferencias. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 52-61, maio/ago.2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28555.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2019.

RHEINGOLD, Howard. **A comunidade virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2011.

ROCHA, Janicy Aparecida Pereira; DUARTE, Adriana Bogliolo Sirihal; PAULA, Cláudio Paixão Anastácio. Modelos de práticas informacionais. **Em questão**, Porto Alegre, v. 23, n. 1, p. 36-61, jan/abr. 2017. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/67014/39098>. Acesso em: 10 out. 2018.

SANDVOSS, Cornell; GRAY, Jonathan ; HARRINGTON, Lee. Why study fans. GRAY, Jonathan; SANDVOSS, Cornell; HARRINGTON, LEE (Eds.). **Fandom: identities, communities in a mediated world**. 2. ed. New York: New York University Press, 2017. p. 1-28.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SAVOLAINEN, Reijo. Everyday life information seeking: approaching information seeking in the context of “way of life”. **Library & Information Science Research**, Amsterdam, v. 17, n. 3, p. 259-294, 1995. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0740818895900489>. Acesso em: 20 jun. 2018.

SAVOLAINEN, Reijo. Information behavior and information practice: reviewing the umbrella concepts of information-seeking studies. **The Library Quarterly**, vol. 77, n. 2, p. 109-132, abr. 2007, . Disponível em: <https://www.journals.uchicago.edu/doi/pdfplus/10.1086/517840>. Acesso em: 10 out. 2018.

SHERA, Jesse. Epistemologia social, semântica geral e Biblioteconomia. **Ciência da Informação**, Rio de Janeiro, vol. 6, n. 1, p. 9-12, 1977. Disponível em: http://www.brapci.inf.br/_repositorio/2010/04/pdf_dde99ac1c9_0009749.pdf. Acesso em: 26 mar. 2019.

SILVA, Jonathas Luiz Carvalho; FARIAS, Maria Giovanna Guedes. Reflexões teóricas sobre a construção paradigmática da Ciência da Informação: considerações acerca do(s) abordagem(s) cognitivo(s) e social. **Biblios**, n. 51, p. 42-56, 2013. Disponível: http://www.repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/17751/1/2013_art_mggfarias.pdf. Acesso em: 26 mar. 2019.

SOARES, Jéssica. Quem são os fãs que colaboram com o autor de Game of Thrones?. **Superinteressante**, 04 jul. 2018. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/quem-sao-os-fas-que-colaboram-com-o-autor-de-game-of-thrones/>. Acesso em: 20 maio 2019.

TABOSA, Hamilton Rodrigues; TAVARES, Derek Warwick da Silva; NUNES, Jefferson Veras. História e epistemologia da Ciência da Informação: abordagem social em foco. **Revista Interamericana de Bibliotecologia**, v. 30, n. 3, p. 289-300, set./2016. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/rib/v39n3/0120-0976-rib-39-03-00286.pdf>. Acesso em: 10 out. 2018.

TALJA, Sanna. Constituting information and user as research objects: a theory of knowledge formations as an alternative to the information man-theory. In: VAKKARI, Pertti; SAVOLAINEN, Reijo; DERVIN, Brenda. **Proceedings of an international conference on**

Information seeking in context. London: Taylor Graham, 1997. P. 67-80.

TALJA, Sanna. The domain analytic approach to scholar's information practices. In: FISHER, Karen E.; ERDELEZ, Sanda; MCKECHNIE, Lynne. **Theories of information behavior**. 2. Ed. New Jersey: ASIS&T, 2006. p. 123-127.

TANUS, Gabrielle Francine S. C. Enlace entre os estudos de usuários e os abordagens da Ciência da Informação: de usuário a sujeito pós-modernos. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 144-173, jul./dez. 2014. Disponível em : <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/290/384>. Acesso em: 10 out. 2018.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

TRAER, Miles. The geology of Game of Thrones. **Blog Miles Traer**: pop scientist at large. Califórnia, 22 jun. 2016. Disponível em: <http://milestraer.com/the-geology-of-game-of-thrones/>. Acesso em: 28 abr. 2019.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 2013.

TUOMINEN, Kimmo; SAVOLAINEN, Reijo. A social constructionist approach to the study of information use as discursive action. In: VAKKARI, Pertti; SAVOLAINEN, Reijo; DERVIN, Brenda. **Proceedings of an international conference on Information seeking in context**. London: Taylor Graham, 1997. p. 81-96.

TUOMINEN, Kimmo; TALJA, Sanna; SAVOLAINEN, Reijo. The social constructionist viewpoint on information practices. In: FISHER, Karen E.; ERDELEZ, Sanda; MCKECHNIE, Lynne. **Theories of information behavior**. 2. Ed. New Jersey: ASIS&T, 2006. p. 328-333.

VINUTO, Juliana. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, Campinas, v. 22, n. 44, p. 203-220, ago/dez. 2014. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/cd8e/3ecb215bf9ea6468624149a343f8a1fa8456.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2019.

WESTEROS.ORG. **About**. 2019. Disponível em: <https://www.westeros.org/About/>. Acesso em: 22 maio 2019.

WILSON, Thomas D. Human information behavior. **Informing Science**, Sheffield, vol. 3, n. 2, p. 49-55, 2000. Disponível em: <http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf>. Acesso em: 10 out. 2018.

WILSON, Thomas D. On user studies and information needs. **Journal of Documentation**, vol. 62, n. 6, p. 658-670, 2006. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/c402/314407034f3670ce1db0a41d07cee0349a1e.pdf>. Acesso em: 10 out. 2018.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. Como virou fã da obra? Como descobriu as comunidades de fãs?
2. Qual a importância do *fandom* para o seu dia a dia? Se ele não existisse o que mudaria na sua experiência enquanto fã?
3. O que te motivou a produzir e compartilhar conteúdos para o fandom?
4. Na sua opinião, o que é necessário para a criação de conteúdo dentro do fandom?
5. Como surgem as ideias ou no que você se inspira para a criação de notícias ou conteúdos do site?
6. Como ocorre a busca por informação para a produção de conteúdo do site?
7. Como você consegue identificar se as fontes de informações que utilizam para a produção de conteúdo são confiáveis ou não?
8. Descreva as suas atividades pré-produção de conteúdo.
9. Descreva como você produz o conteúdo.
10. Qual a importância do conteúdo produzido pelos fãs para o desenvolvimento do *fandom*?
11. Você consegue identificar a importância do conteúdo para a continuidade ou estruturação do fandom?
12. Através das estatísticas de acesso do site e das outras plataformas digitais você consegue medir ou ter uma ideia do impacto do conteúdo produzido por vocês para o fandom? Em sua opinião, qual o papel dessas várias mídias para o fandom?

APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa intitulada "PRÁTICAS INFORMACIONAIS NA ESTRUTURAÇÃO DA CULTURA PARTICIPATIVA DO FANDOM: UMA ANÁLISE DE AS CRÔNICAS DE GELO E FOGO" da Universidade Federal do Ceará (UFC), esse estudo está sendo desenvolvido por mim, Rafaela Pereira de Carvalho, mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFC, sob a orientação do Professor Dr. Jefferson Veras Nunes. Cujo objetivo geral se concentra em analisar as práticas informacionais dos fãs e sua relação com a cultura participativa.

Destacamos que, a qualquer momento, você poderá recusar a continuar participando desta pesquisa e que também poderá retirar seu consentimento, sem que isso lhe traga qualquer prejuízo. Suas respostas serão utilizadas exclusivamente para fins científicos. Asseguro manter a integridade e o sigilo quanto às informações prestadas, e, seus dados pessoais ou de contato não estão sendo coletados, portanto, não há quaisquer dados que possam identificá-lo(a). Ainda assim, garanto que os dados serão anonimizados e não serão divulgadas informações que estejam relacionadas à sua intimidade. Caso aceite participar, não haverá qualquer prejuízo para você em face das informações fornecidas.

Os resultados desta pesquisa serão publicados em minha dissertação de mestrado a ser defendida na UFC, e, após a defesa, esta estará disponível no Repositório Institucional (<http://www.repositorio.ufc.br/>). Outras formas, tais como comunicação a ser apresentada em congresso e publicações científicas (artigos, livros e capítulos) poderão ser produzidas a partir dos resultados deste estudo.

Declaro que fui devidamente esclarecido(a) sobre a pesquisa e dou o meu consentimento. Estou ciente que receberei uma cópia deste documento.

Fortaleza, _____ de _____ de 2019.

Assinatura do Pesquisador

Assinatura do Participante (entrevistado/a)