

Apontamentos sobre a relação entre cultura pop, fandom e cidadania¹

Giovana Santana CARLOS²

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

Resumo

Este trabalho apresenta alguns apontamentos sobre a cultura pop e a cultura de fãs no que tange a cidadania. A cultura pop circula entre diversos países abordando diferentes culturas em seus conteúdos e estéticas. Um dos expoentes desse consumo resulta na cultura de fã. Pensar a cidadania na atualidade sem considerar essas culturas é problemático, já que expõem problemas e situações dos cidadãos mundiais. Apresentamos dois eixos temáticos para abordar o tema: a) a questão do multiculturalismo (HALL, 2009) e a prática de *whitewashing* no audiovisual, assim como b) ativismos e manifestações políticas que se utilizam do pop (AMARAL, SOUZA E MONTEIRO, 2015). Partindo da definição da cidadania (CORTINA, 2005) e do pop (VELASCO, 2011;), refletimos sobre o consumo/produção dos fãs (CERTEAU, 2014; JENKINS, 2015). Concluímos que mesmo que a cultura pop e a de fãs sejam ligadas ao entretenimento, possuem fator importante para a expressão e reconhecimento do cidadão nos dias de hoje.

Palavras-chave: cultura pop; cultura de fãs; cidadania; *whitewashing*; ativismo.

Introdução

O fluxo de informações e o acesso facilitado de meios de produção resultam atualmente numa variedade de situações e encontros entre diferentes culturas, de questionamentos sobre a própria identidade, de visões de mundos, de direitos e sobre a vida comunitária. Uma preocupação associada a esse contexto é referente à cidadania que, neste trabalho, é pensada a partir da relação com a cultura pop e com a cultura de fãs, já que essas estão tão presentes nos cotidianos dos cidadãos nos dias de hoje principalmente com as facilidades da cibercultura.

¹Trabalho apresentado na DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

² Doutora em Comunicação pela Unisinos, Mestra em Comunicação e Linguagens pela UTP e jornalista pela UPF. E-mail: giovanacarlos@hotmail.com.

O termo cidadania voltou a ser atual na década de 1990, não casualmente, num mesmo momento em que a internet e mídias digitais começam a ganhar força. Conforme Cortina (2005, p. 27-28), “a cidadania é um conceito mediador porque integra exigências de justiça e, ao mesmo tempo, faz referência aos que são membros da comunidade, une a racionalidade da justiça com o calor do sentimento de pertença”. A comunicação associada à tecnologia contribui para essas exigências como expõe Tomás Maldonado (2007) ao afirmar que a técnica atua em problemas éticos, sociais e culturais e mesmo políticos em uma sociedade global. Mais especificamente, Peruzzo (2012, p. 15), defende que “os pressupostos da cibercultur@ se aproximam daqueles da comunicação comunitária e do desenvolvimento participativo; todos estão implicados e comprometidos em processos de mobilização social capazes de provocar a auto-organização comunitária autônoma com vistas à transformação social”.

Devido a esse contexto comunicacional e cibercultural, a cultura pop tem nos últimos anos ganhado contornos além do entretenimento, principalmente a partir de seus fãs. Séries de televisão, filmes, histórias em quadrinhos, músicas e afins são cada vez mais usados de forma política ou como base de discussão e atuação para questões que envolvem a cidadania, como veremos mais adiante. Porém, é difícil definir a cultura pop, pois possui uma pluralidade de sentidos e compreensões.

O fato de que o pop pode ser usado para designar diversas coisas, o que por sua vez torna difícil sua conceitualização, revela que não é possível tentar entendê-lo como algo fechado e estático. O pop está ligado ao movimento, a sensibilidade e possui características agregadoras. [...] Ele pertence à cultura global, sem a uniformização do movimento de transnacionalização econômica, financeira, comunicacional e cultural. É uma cultura de consumo que comporta, ao mesmo tempo, a massificação e a segmentação, a contestação e a afirmação do *status quo*, o profundo e o superficial, o sofisticado e o *kitsch*. (VELASCO, 2011, p. 14)

Aqui abordamos a cultura pop dentro da perspectiva das indústrias culturais que, conforme Hesmondhalgh (2012), abarca a propaganda e marketing, a radiodifusão (televisão e rádio) e as indústrias cinematográfica, da internet e de música. Portanto, a cultura pop abarca uma variedade de produtos midiáticos que partem geralmente de filmes, séries, programas de TV, bandas e artistas, livros, história em quadrinhos entre outros tantos relacionados a essas indústrias.

Para o autor, elas devem ser estudadas, pois fazem parte da economia de diversos países, estando algumas companhias, como a Disney, entre os negócios mais lucrativos do mundo. Essas empresas já não se concentram apenas em uma mídia, mas em várias, ou como

Henry Jenkins (2008) propõe em uma cultura da convergência e em universos transmidiáticos. Além disso, percebemos uma dominância de transnacionais centradas nos EUA, Japão e União Europeia como aponta Mattelart (MALDONADO, 2015).

A seguir, todas essas questões ficarão mais claras com exemplos específicos sobre como a cultura pop e os fãs têm atuado de forma a discutir, pensar e construir uma cidadania cosmopolita, isto é, com referência mundial. Antes, iremos nos debruçar sobre o fã como o caçador nômade de Certeau (2014) e de Jenkins (2015) para entender como ele atua nesses contextos.

O fã como caçador e suas táticas

Michel de Certeau (2014) em sua obra “A invenção do cotidiano”, publicada originalmente em 1980, discute a ideia de passividade dos consumidores em relação às mídias, na tentativa de entender práticas cotidianas. Assim, ele expõe dois tipos de operações: as estratégicas, nas quais se produzem, mapeiam-se, impõem-se e; as táticas, nas quais se utilizam, manipulam-se e alteram-se. Enquanto as operações encontram-se nas empresas e instituições, as táticas são relegadas aos consumidores, num jogo de poderes.

Chamo de *estratégia* o cálculo (ou a manipulação) das relações de forças que se torna possível a partir do momento em um sujeito de querer e poder (uma empresa, um exército, uma cidade, uma instituição científica) pode ser isolado. A estratégia postula um *lugar* suscetível de ser circunscrito como *algo próprio* e ser a base de onde se podem gerir as relações com uma *exterioridade* de alvos de alvos ou ameaças (os clientes ou os concorrentes, os inimigos, o campo em torno da cidade, os objetivos e objetos da pesquisa etc). Como na administração de empresas, toda racionalização “estratégica” procura em primeiro lugar distinguir de um ‘ambiente’ um ‘próprio’, isto é, o lugar do poder e do querer próprios. Gesto cartesiano, quem sabe: circunscrever um próprio num mundo enfeitado pelos poderes invisíveis do Outro. Gesto da modernidade científica, política ou militar. (CERTEAU, 2014, p. 93, grifos do autor).

Já, o que o autor entende por tática é

a ação calculada que é determinada pela ausência de um próprio. Então nenhuma delimitação de fora lhe fornece a condição de autonomia. A tática não tem por lugar senão o do outro. E por isso deve jogar com o terreno que lhe é imposto tal como organiza a lei de uma força estranha. Não tem meios para se manter em si mesma, à distância, numa posição recuada, de previsão e de convocação própria: a tática é movimento “dentro do campo de visão do inimigo”, como dizia von Bullow, e no espaço por ele controlado. Ela não tem, portanto, a possibilidade de dar a si mesma um projeto global nem de totalizar o adversário num espaço distinto, visível e objetivável. (CERTEAU, 2014, p. 94)

Assim, sugere a metáfora do caçador nômade, daquele consumidor que irá caçar em propriedade alheia, usando de sua astúcia, criando surpresas onde não se espera, já que a tática seria a área do fraco nessa relação de poderes. Entendendo esse consumidor como um

leitor, Certeau (2014) descreve a leitura como uma peregrinação por um sistema imposto, da mesma forma que uma cidade é construída e imposta. Cada leitor irá combinar seus fragmentos, criar algo embora não tome o lugar do autor. “São viajantes; circulam nas terras alheias, nômades caçando por conta própria através dos campos que não escreveram, arrebatando os bens [...] para usufruí-los” (CERTEAU, 2014, p. 245), construindo uma espécie de bricolagem.

Para os estudos de fãs, a metáfora do caçador nômade e suas táticas são fundamentais para entender os comportamentos e práticas de fãs. Diferencia-se de um público “comum” por ter uma abordagem específica, geralmente, levando a uma experiência mais aprofundada, numa constante volta ao texto com novas interpretações e novos significados, com apropriação para a sua vida cotidiana, pois conforme Hills aponta, sua identidade cultural é construída a partir dessa apropriação (GRECO, 2015).

Henry Jenkins ao lançar “Invasores do Texto”, originalmente em 1992, retoma a teoria de Certeau fazendo alguns contrapontos. Para Jenkins, a descrição dos leitores é, em essência, como se fossem isolados uns dos outros. “A leitura fã contudo, é um processo social através do qual interpretações pessoais são moldadas e reforçadas através de discussões constantes com outros leitores” (JENKINS, 2015, p. 62). Enquanto Certeau estabelece uma divisão entre autores e leitores, Jenkins explica que em fandoms essa divisão não é tão radical, como se percebe em práticas como a de fanzines e fanfictions³, nas quais os fãs se tornam autores; e em muitos casos as fronteiras entre produtores e consumidores não são tão claras numa cultura participativa. E, por último, “diferente dos leitores que Certeau descreve, os fãs conseguem reter aquilo que produzem dos conteúdos que ‘invadem’ na cultura de massa, e às vezes esses produtos tornam-se fonte limitada de lucro econômico para eles” (JENKINS, 2015, p. 66). É válido ressaltar que a realidade midiática de Certeau era muito diferente de Jenkins enquanto realizavam suas pesquisas e escreviam suas obras, por isso algumas dessas divergências surgem. Além disso, em sua obra, Jenkins aponta o começo da popularidade da internet, que atua com muito mais força atualmente.

De qualquer forma, a relação aprofundada do fã com uma obra e/ou artistas pode e não incomumente resulta em práticas de cidadania cultural, isto é,

além da visão de usos e apropriações como consumo de bens culturais, caracterizando as formas de uso e apropriação na perspectiva da compreensão dos códigos e regras dos bens simbólicos (uso), como nas ações em que reordenamos e nos apropriamos da oferta tecnológica, mas num contexto e materialidades que tornem possível não só a fruição de

³ Fanzines são revistas feitas por fãs e fanfiction são textos escritos por fãs.

bens simbólicos aos quais temos acesso, mas a possibilidade de produção, de criação, de circulação e visibilidade de novos bens pelos sujeitos individuais e coletivos dos diversos campos da sociedade (LACERDA, 2012, p. 9).

Tendo em vista o entendimento de fãs como leitores e consumidores ativos, a seguir exemplificamos alguns casos para se pensar a cidadania no século XXI a partir de casos envolvendo a cultura pop mundial e a atuação de fãs.

Multiculturalismo e a prática de *whitewashing*

A cultura pop nos põe em contato com diferentes culturas, com atores/personagens de diferentes países, com questões implícitas de cada sociedade que alguns podem não entender ou mal interpretar. Além, é claro, de vivências compartilhadas em diversos espaços, como em grandes cidades com população oriunda de diferentes países, assim como a convivência online em grupos na internet. Ao abordarmos o multiculturalismo estamos abordando questões como etnicidade, diáspora, raça e identidade.

Multicultural é um termo qualificativo. Descreve as características sociais e os problemas de governabilidade apresentados por qualquer sociedade na qual diferentes comunidades culturais convivem e tentam construir uma vida em comum, a que mesmo tempo em que retêm algo de sua identidade ‘original’. Em contrapartida, o termo ‘multiculturalismo’ é substantivo. Refere-se às estratégias e políticas adotadas para governar ou administrar problemas de diversidade e multiplicidade gerados pelas sociedades multiculturais (HALL, 2009, p. 50).

As sociedades multiculturais existem há muito tempo, desde antes da expansão europeia a partir do século XV. Migrações e deslocamentos de povos geraram culturas e etnias mistas. Os impérios, por exemplo, são geralmente multiculturais. Mas Hall aponta a emergência do multiculturalismo no pós-guerra, vindo a se alterar e intensificar após a segunda guerra mundial e com a globalização.

Entre os problemas do multiculturalismo está a tentativa de uma cultura tentar dominar a outra, segregá-la ou obliterá-la (HALL, 2009; CORTINA, 2005). Esta tentativa de dominação pode ser percebida no cenário de cultura pop no que vem sendo denominado como “*whitewashing*”: prática de contratar atores brancos para fazerem personagens não-brancos, como negros, árabes e asiáticos em filmes da grande indústria cinematográfica norte-americana conhecida como Hollywood.

O costume de embranquecer os personagens é bastante criticado, principalmente, no que diz respeito às etnias negras e asiáticas, por exemplo. Muitos filmes que se passam no Egito têm sido historicamente representados por elenco branco, como o famoso “Cleópatra” (1963), interpretado por Elizabeth Taylor, ou “Êxodo: Deuses e Reis” (2014), com Christian

Bale entre outros. Em 2016, hollywood encarou uma movimentação a favor da representatividade de profissionais na premiação do Oscar, acusada pela ausência de pessoas negras indicadas⁴. As críticas e tensões em relação à representatividade do multiculturalismo que vivemos é recorrente na cultura pop.

Uma polêmica sobre *whitewashing* asiático envolve a escalção da atriz Scarlett Johansson para o papel de Motoko Kusanagi em “A Vigilante do Amanhã”, adaptação do desenho animado japonês “*Ghost in the Shell*”. A obra é bastante conhecida no fandom de cultura pop japonesa (e mesmo entre a comunidade de nerds e geeks) mundial. Além disso, o problema não seria em específico com a atriz, já que é aclamada por outros papeis, como a Viúva Negra dos filmes dos Vingadores, adaptação cinematográfica dos quadrinhos da Marvel. A revolta dos fãs e atores resultou em uma petição online mundial para parar com o *whitewashing*⁵, explicando que

A indústria de filmes americana já não é amigável com atores asiáticos sem papeis importantes sendo mudados para excluí-los. Uma pesquisa recente descobriu que em 2013, personagens asiáticos totalizavam 4.4% dos papeis falantes em filmes importantes de Hollywood.

Por favor, use esta oportunidade para ajudar atores asiáticos-americanos talentosos recebam reconhecimento por seus trabalhos. Há pouquíssimas oportunidades para eles brilharem em Hollywood, e esse filme seria uma plataforma perfeita. (tradução nossa)

A petição foi assinada por mais de 100 mil pessoas em 2016, como se vê na figura abaixo.

Figura 3: petição contra o *whitewashing*



(FONTE: internet, 2016)

⁴ Em 2019, foi notícia a premiação de sete profissionais como número recorde de negros premiados no Oscar. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/oscar/oscar-2019-premia-artistas-negros-em-numero-recorde-de-categorias>. Acesso: 08 mai. 2019.

⁵ Disponível em: <http://www.thepetitionsite.com/pt-br/683/366/733/dreamworks-dont-whitewash-japanese-films/>. Acesso em 15 mai. 2016

Entretanto, este não foi o único caso. Envolvendo a cultura pop japonesa, também gerou polêmica as adaptações dos mangás e animês “Dragon Ball” (2008) e “Speed Racer” (2009), no qual os protagonistas eram atores brancos. Em Speed Racer, o ator coreano Rain, bastante conhecido pelos fãs de doramas coreanos, foi escalado como o vilão do filme, ou seja, quando escalado, o ator asiático era visto como o inimigo dos mocinhos.

Figura 4: Adaptações japonesas de Dragon Ball e Speed Racer



FONTE: internet, 2019

No Brasil, a telenovela da Globo “Sol nascente” (2016-2017), também causou polêmica na comunidade de fãs e atores por não dar espaço à comunidade nipo-brasileira de atores. Em matéria no site da Folha de São Paulo⁶, é mostrada a preocupação com os estereótipos como o *yellowface* e apresentação da cultura japonesa de forma correta. Vale destacar que o Brasil é o país com mais descendentes de japoneses no mundo. A imigração começou a partir de 1908 e, conforme o “Guia da cultura japonesa” (2004), dos 1,5 milhão de nipo-brasileiros, 70% estão no estado de São Paulo.

Figura 5: Elenco da telenovela “Sol Nascente”



Luís Melo interpreta o patriarca da família japonesa e Giovanna Antonelle é sua filha adotiva.

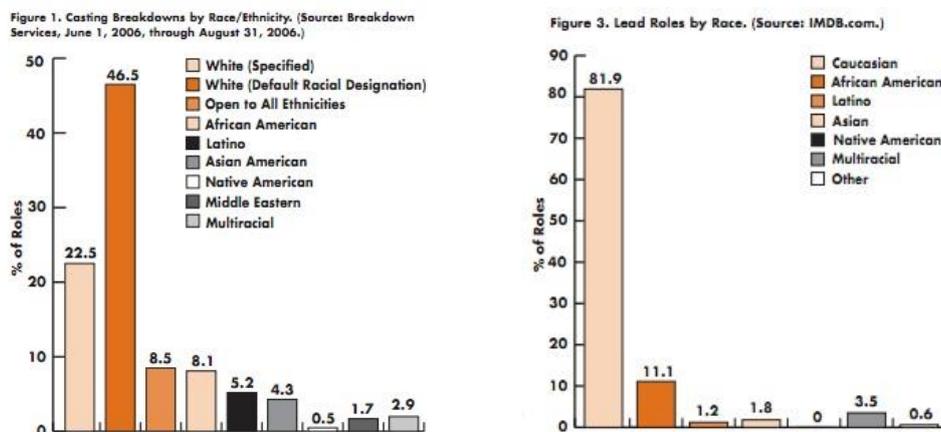
FONTE: internet, 2019.

⁶ Ver mais em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/08/1800063-globo-favorece-atores-ocidentais-em-nucleo-japones-de-nova-novela-das-18h.shtml>. Acesso: 8 mai. 2019.

Em 2018, outra telenovela da Globo casou polêmica pela ausência de atores negros. “Segundo Sol”, que se passa na Bahia, onde há a maior população negra e parda do Brasil, recebeu uma ação judicial da iniciativa da União de Negros pela Igualdade (Unegro)⁷. A produção, para remediar o problema, contou com diversas participações de atores negros durante a trama. No mesmo ano, a reportagem do UOL, fez uma matéria apresentando o dado de que há apenas 7,98% de atores negros trabalhando na dramaturgia das principais emissoras brasileiras (Globo, Record e SBT)⁸.

Na pesquisa feita por Robinson (2006) sobre raça/etnia e gênero em Hollywood, 69% dos atores escalados são brancos, sendo 22,5% especificados como brancos nas chamadas; 8,5% são abertos para todas as etnias; 8,1% para afro-americanos; 5,2% são latinos; 4,3% asiáticos-americanos; 0,5% nativo americano (índio); 1,7% do oriente médio e 2,9% multirracial. Como mostra o segundo gráfico abaixo, quanto aos papéis principais conforme a raça, 81,9% são caucasianos; 11,1% são afro-americanos; 1,2% são latinos; 1,8% são asiáticos; 0% são nativos americanos; 3,5% são multirraciais; e 0,6% são outros.

Figura 6: estatísticas de raça e etnia em Hollywood



FONTE: ROBINSON, 2006.

Todos esses dados e os casos apresentados revelam a soberania de uma cultura branca e seus costumes oprimindo as demais num mundo multicultural em que se deveria buscar por uma ética intercultural, a qual conforme Cortina (2005, p. 11),

não se contenta em assimilar as culturas relegadas à vencedora, nem tampouco com a coexistência das culturas, mas convida a um diálogo entre as culturas, de forma que respeitem suas diferenças e esclareçam conjuntamente o que consideram irrenunciável

⁷ Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/televisao/globo-e-processada-por-ausencia-de-atores-negros-em-segundo-sol>. Acesso: 08 mai. 2019.

⁸ Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2018/05/16/globo-record-e-sbt-tem-em-media- apenas-8-de-atores-negros-em-novelas.htm>. Acesso: 08 mai. 2019.

para construir, a partir de todas elas, uma convivência mais justa e mais feliz. Tendo em conta, por outro lado, que a compreensão de outros obtida por meio da convivência e do diálogo é indispensável para a autocompreensão.

Como aponta Maldonado (2015, p. 229), Mattelart em suas pesquisas mostra a dimensão hegemônica imperialista dos sistemas midiáticos, através da burguesia hegemônica transnacional, a *global businessclass*, em seus interesses econômicos e sociopolíticos, na “concentração produtiva de símbolos em poucas transnacionais da informação e comunicação”. Portanto, a escolha de atores e os produtos finais desses filmes tornam-se relevantes ao pensar o multiculturalismo em uma cidadania deste século, na qual a representação étnica, por exemplo, como demonstra o *whitewashing*, não representa a realidade fielmente.

Lacerda et al (2014) apontam a cultura midiática como um dos principais contextos culturais da atualidade, em um processo de autoalimentação, baseando-se nela própria para as “novas” criações. As representações criadas por elas são importantes pois atuam junto às interações humanas, seja entre duas pessoas ou entre grupos. “Assim, a cultura midiática é um dos agentes do processo de produção e reprodução de representações sociais, assim como pedagogos, cientistas, religiosos etc.” (LACERDA et al, 2014, p. 6).

Como Cortina (2005) explica, para a cidadania acontecer é preciso o sentimento de pertencimento, e nesse sentido, a representatividade na mídia como filmes e telenovelas colabora para um sentimento de comunidade e agir em prol do comunitário. Além disso, Santos (2008, p. 181), ao pensar sobre a América Latina defende que

a alternativa à expansão do fascismo social é a construção de um novo padrão de relações locais, nacionais e transnacionais, baseadas simultaneamente no princípio da redistribuição (igualdade) e no princípio do reconhecimento (diferença). Num mundo globalizado, tais relações devem emergir como globalizações contra-hegemônicas.

É interessante destacar como os audiovisuais e demais obras da cultura pop possam ser relevantes para entender a realidade social, política e cultural, questionando-a e debatendo-a.

Rebollo (2012) destaca o potencial do audiovisual como instrumento de transmissão cultural, de constructo simbólicos e representações sociais (em suas escolhas de representações e em suas interpretações, de como se percebem certas situações sociais ou se constrói a alteridade). Estes textos fílmicos não podem ser vistos apenas em si, mas seus contextos de produção, distribuição e apresentação. Portanto, quando as estatísticas mostram que há uma supremacia branca, num mundo muito mais complexo em termos de raças e

etnias, o papel da acesso à comunicação, principalmente através da internet, é primordial para as petições de fãs e atores, para os debates gerados nos fóruns de fãs, para as práticas realizadas que quebram com a lógica da indústria. É claro que, como Pavan e Veloso (201, p. 13) alertam “como qualquer documento histórico, uma gravação está sujeita a diferentes leituras e interpretações”, por isso é preciso ficar atento aos contextos desses audiovisuais.

Ativismos e mobilizações de fãs

Atualmente, exemplos de fãs agindo por melhoras políticas e econômicas são vistos em lugares incomuns, fora de suas comunidades, os fandoms. Ativismo de fãs pode ser entendido tanto como mobilização social ou como participação política, porém, conforme Amaral, Souza e Monteiro (2015, p. 142)

só no início de 2000 é que a noção de participação cívica e política e as mobilizações sociais adquiriram uma posição constante no debate sobre a organização dos *fandoms*. Jenkins (2008) apontou para essa relação entre fãs, entretenimento e participação política, destacando que é preciso problematizar a suposta divisão entre os mundos do consumo e da cidadania na medida em que formas de ativismo político vêm sendo visibilizadas graças à aprendizagem com práticas de consumo da cultura popular. A “cultura dos fãs” tem muito a dizer sobre a participação política e o exercício da cidadania.

No Brasil, em específico nesse período atual em que diversas manifestações políticas vêm ocorrendo, muitos fãs vão vestidos de seus personagens e escrevem em cartazes ideias e falas de suas obras preferidas que se articulam de alguma forma com as reivindicações feitas.

FIGURA 7 – Imagens de manifestações no Brasil em 2013



Nas fotos referências à cultura pop japonesa: Dragon Ball e Pokemon, respectivamente.

FONTE: internet - 2019

Jacques Filho (2013) explica como as manifestações promovidas pelo Movimento Passe Livre para conter o aumento da tarifa de transporte público, iniciada em São Paulo, tomou grandes proporções em junho de 2013, quando outras cidades também iniciaram passeatas e outros temas em pauta, como a saúde e educação. Analisando as associações dos ativistas com a narrativa ficcional de Harry Potter, o autor explica que

as criações envolvem a menção a personagens, locais e objetos da narrativa. Em todas as fotografias, as referências exigem conhecimento dos livros ou filmes sobre o qual o leitor deverá interpretar a partir do contexto do cartaz. Eles funcionam aparentemente como expressão individual de alguns fãs e põem entre as manifestações dos brasileiros um intertexto com narrativa da cultura popular.

As reclamações são diversas. Na figura 1 a expressão “sermos sugados” e “dementadores” apontam para uma interpretação possível de descontentamento com a classe política brasileira, vista como uma elite exploradora. Também na figura 3 não fica claro o sentido da mensagem, mas o cifrão sugere uma frustração com o preço de algum bem, provavelmente as tarifas de transporte público. Somente na figura 2 é tornado explícito o destinatário. O cartaz menciona Dilma e a coloca no papel de vilã. O texto fala que as *horcruxes* – objetos mágicos que mantinham o vilão original vivo – que ela possui estão acabando, logo seu poder está sendo contestado.

Nos três casos a frustração é política. Podemos dizer que os representantes estão sendo questionados de maneira criativa, o que, por um lado, revela o tom de brincadeira encarnado nos protestos. (JACQUES FILHO, 2013, p. 9-10)

Figura 8: Ativistas e Harry Potter



FONTE: JACQUES FILHO, 2013.

Uma das manifestações políticas com elementos da cultura pop envolve a saga literária e cinematográfica “Harry Potter” e o presidente interino Michel Temer, no cargo devido ao impeachment da presidenta Dilma Rousseff. Os fãs criaram memes com as imagens do Lord Voldemort, vilão da saga. Além disso, devido as proibições de manifestação contra Temer durante os jogos das Olimpíadas, alguns utilizaram-se de substitutos do “Fora Temer” como o “Fora vcs sabem quem”, em referência à forma como o nome do personagem não devia ser pronunciado na história, sendo referido como “aquele que não se deve ser nomeado”, além de outras formas afins como a usada pelos fãs referindo-se a Temer.

FIGURA 9 – Imagens das manifestações nas Olimpíadas 2016

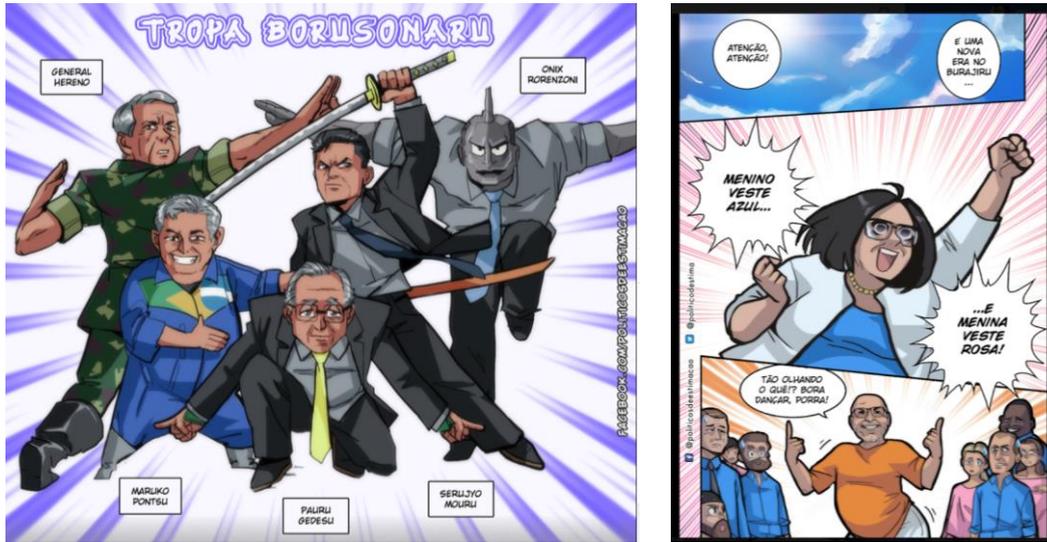


FONTE: <http://jornalggn.com.br/noticia/censura-pro-temer-repercute-no-mundo-enquanto-brasileiros-ironizam-a-repressao>, 2019.

Também surgem questões socioculturais envolvendo assuntos polêmicos da sociedade: sobre os gêneros, principalmente o feminino; sobre Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros (LGBT); questões de performance; e engajamento social. Estas discussões surgem porque, conforme a visão de Jenkins (2006, p. 40), “o fandom é um veículo para grupos subculturais marginalizados (mulheres, os jovens, gays, e etc.) para abrir espaço para suas preocupações culturais dentro de representações dominantes”.

Em 2018, com mais de 80 mil curtidas, a página de Facebook “Meu Político de Estimação - ブラジル” tem se utilizado da estética e repertório das animações e quadrinhos japoneses para apresentar as polêmicas que ocorrem na política desde a disputa para a presidência do Brasil. Nas imagens da Figura 10 é possível ver à esquerda como os ministros escolhidos por Bolsonaro são representados como “Tropa Borusonaru”, o nome do presidente escrito com fonética japonesa, e à direita uma página de quadrinho fazendo referência à polêmica que a Ministra Damares gerou ao dizer cores associadas com gêneros e o caso de Fabrício Queiroz ao ser acusado de ser laranja de Flávio Bolsonaro.

FIGURA 10 – “Meu Político de Estimação”



FONTE: <https://www.facebook.com/PoliticosDeEstimacao/>, 2019.

Como percebemos, a política se tornou espaço para fãs trazerem elementos da cultura pop para as manifestações e como forma de expressão política. Conforme Maldonado (2014, p. 4)

O político está presente tanto nos programas de ficção quanto nos formatos realistas, ele se misturou nas diferentes formas, modelos e realizações midiáticas e comunicativas. Hoje o político não pode ser restrito à vida partidária ou às instituições de governo, tampouco aos poderes macroestruturais. A dimensão política ampliou-se para as suas múltiplas formas de exercício, construção, reprodução, transformação e negação do poder.

Através de Castells (1996), Gohn (2010) pondera como movimentos sociais e culturais fazem parte da construção da sociedade atual ao reagirem ao autoritarismo, lutarem contra as injustiças e buscarem experimentações pessoais, ao questionarem suas bases e rechaçarem valores estabelecidos. Mais do que culturais, trouxeram transformações econômicas e tecnológicas. Gohn (2010, p. 106) explica como num momento anterior, mobilizar era relacionado “com interesse de sua categoria ou classe social. No novo paradigma, mobilizar as pessoas deve ser uma tarefa integral”, no qual insere-se numa comunidade próxima, num espírito comunitário.

Como Moglen (2012, p. 70, tradução nossa) explica, “com a adoção da tecnologia digital, o sistema de produção apoiado em uma cultura de consumo massivo deu lugar a novas condições sociais”. Como já abordamos, a cidadania se faz através de um sentimento de pertencimento, e como vemos aqui, as mobilizações estão relacionadas com mobilizar

corpos e emoções, fazendo com que a expressão através da cultura pop realize tal tarefa, agregando fãs em razão de questões políticas, econômicas e sociais, principalmente pela internet, seja como lugar para convocar e reunir ou como onde alcança visibilidade, como no exemplo das fotos acima, que dão mais força aos movimentos quando circulam pelo ciberespaço. De acordo com Castells (2013, p. 24-25), “a autonomia na comunicação propiciada pela internet tornou possível a difusão viral de vídeos, mensagens e canções que incitaram a fúria e proporcionaram esperança”. Como a identidade também é importante para o desenvolvimento da cidadania, a identidade construída a partir do fandom tem papel fundamental no panorama atual.

Conclusão

Este trabalho procurou apresentar breves apontamentos sobre a relação da cultura pop e da cultura de fãs com a questão da cidadania num contexto multicultural e de ativismos. Tentamos refutar a ideia de que contextos ficcionais e de entretenimento possam pouco dialogar com contextos políticos e econômicos através de exemplos nacionais e internacionais. Entretanto, estamos cientes que trouxemos casos positivos que mostram discussões críticas e construtoras para uma sociedade melhor, com mais representatividade e aceitação. Ficaram de fora os casos em que os fãs utilizam de forma negativa a cultura pop para debater a cidadania. Um exemplo seria a mobilização para boicotar a mais recente trilogia de Star Wars por ter como protagonista uma mulher e apresentar outro personagem importante com um ator negro, assim como boicotar o filme da Capitã Marvel em razão da atriz que a interpreta difundir o feminismo. Estes casos também mostram como a indústria está mais atualizada nas representações em comparação aos fandoms tóxicos que ainda continuam a enaltecer os paradigmas retrógrados à aceitação de uma cidadania multicultural. Enfim, podemos observar as diferentes cidadanias sendo (re)construídas através da cultura pop e fandom.

Referências bibliográficas

- AMARAL, A.; SOUZA, R. V.; MONTEIRO, C. “**De westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira**”. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital. Anais. Galáxia (São Paulo), no. 29, São Paulo, jan./jun, 2015.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. 1. Artes de fazer. 22. Ed. Petrópolis: Vozes, 2014.
- CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania**. São Paulo: Loyola, 2005.

- GRECO, Clarice. **O fandom como objeto e os objetos do fandom.** [Entrevista com Matt Hills] 2015. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/651/pdf>.
- GUIA DA CULTURA JAPONESA. São Paulo: JBC, 2004.
- GOHN, Maria da Glória. **Movimentos sociais e redes de mobilização no Brasil contemporâneo.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais.** Belo Horizonte/Brasília: Editora UFMG/UNESCO, 2009.
- HESMONDHALGH, David. **The Cultural Industries.** 3ªed. New York: Sage Publications, 2012.
- JACQUES FILHO, Edu. **A Narrativa Ficcional de Harry Potter como Objeto de Intervenção Política.** Anais. Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação, Santa Maria, UFSM, 2013 .
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.
- JENKINS, Henry. **Invasores do texto.** Nova Iguaçu, RJ: Marsupial, 2015.
- LACERDA, Juciano de Sousa; ANJOS, Louzianne neves dos; Bezerra Stephanie Bittencout; DANTAS, Susana Maria Miranda, CASTANHA, Sueli Alves. **Lugares de interlocução na publicidade sobre prevenção das DST/Aids: descentralizar vozes para uma cidadania comunicativa.** Mídia e Cotidiano, Niterói-RJ, v. 5, n. 5, (no prelo) Jul./Dez. 2014.
- LACERDA, Juciano. **Apuntes sobre usos y apropiaciones en telecentros y cibercafés comunitários:** perspectivas de una posible ciudadanía cultural. In: MALDONADO, A. E; BONIN, J.A.; ROSÁRIO, N.M. do. Metodologías de investigación en comunicación: perspectivas transformadores em la práctica investigativa. Quito: CIESPAL- QUIPUS, 2013. p. 103-121.
- MALDONADO, A. Efendy. **Epistemología histórica comunicacional transformadora.** In: Alberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre. Epistemología de la comunicación: análisis de la vertiente Mattelart en América Latina. Quito: CIESPAL, 2015, p. 217- 236.
- MALDONADO, A. Efendy. **Perspectivas transmetodológicas na pesquisa de sujeitos comunicantes em processos de receptividade comunicativa.** In: Aberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre. (Org.) Panorâmica da investigação em comunicação no Brasil. 1 ed. Salamanca Espanha: comunicación social Ediciones y Publicaciones, 2014, v. 1, p. 17-40.
- MALDONADO, Tomás. **Memoria y conocimiento:** sobre los destinos del saber en la perspectiva digital. Barcelona: Gedisa, 2007.
- MOGLEN, Eben. **El manifiesto puntoComunista.** In: LAGO, Silvia (Comp). Ciberespacio y Resistencias: exploración em la cultura digital. Buenos aires: HekhtLibros, 2012. P. 69-81.
- PAVAN, Maria Ângela: Veloso, Maria do Socorro. **Identidade, histórias de vida e memória:** um exercício de comunicação audiovisual. In: MALDONADO, A.E; BARRETO, V; LACERDA, J. Comunicação, educação e cidadania: saberes e vivências em teorias e pesquisa na América Latina. Natal-João Pessoa: UFRN-UFPB, 2011, p. 325-340.
- PERUZZO, Cicília. M.K. **A comunicação no desenvolvimento comunitário e local, com cibercultur@.** In: XXI encontro Anual da Compós, 2012. Anais do XXI encontro anual da Compós. Juiz de Fora, MG: Compós, 2012. p. 1-15.
- REBOLLO, J. Grau. **Antropología Audiovisual. Reflexiones teóricas.** 2012. Disponível em: (http://www.urg.es/~pwlac/G21_03Jorge_Grau_Rebollo.html)
- ROBINSON, Russell. **Hollywood's Race/Ethnicity and Gender-Based Casting:** Prospects for a Title VII Lawsuit by Russell Robinson UCLA School of Law. 2006. Disponível em: <http://www.chicano.ucla.edu/publications/report-brief/hollywoods-raceethnicity-and-gender-based-casting>
- SANTOS, Boaventura de Souza. **A gramática do tempo: para uma nova cultura política.** 2. ed. São Paulo: Cortez, 2008.
- VELASCO, THIAGO. **As novas dimensões da cultura pop.** Rio de Janeiro: Luminária academia, 2011.