

O *fandom* como objeto e os objetos do *fandom*

Fandom as an object and the objects of fandom

Entrevista com MATT HILLS*

Aberystwyth University, Department of Theatre, Film and Television Studies. Aberystwyth, Reino Unido

por Clarice Greco**

Universidade de São Paulo, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. São Paulo-SP, Brasil

MATT HILLS É *Professor* de Film & TV Studies na Aberystwyth University, no País de Gales, e antes foi um *Reader* na Cardiff University. Ele possui mestrado pela Goldsmiths, University of London, e doutorado pela University of Sussex.

Fã autodeclarado da série britânica *Doctor Who*, Hills tem escrito sobre fãs e *fandom* desde o início de sua carreira, especialmente a respeito de *Doctor Who*, *Torchwood*, e *Sherlock* mais recentemente, ao lado de trabalhos sobre audiências de mídia, cinema e TV cult, qualidade da televisão e cultura digital. Seu livro *Fan Cultures* (2002) está entre as mais reconhecidas contribuições aos estudos de fã.

Em seu escritório, cercado por livros, memorabilia de filmes e diversos objetos cult, Matt Hills falou sobre os desafios teóricos e empíricos na definição e estudos dos fãs, a complexidade do termo e os tipos de envolvimento e comportamento no *fandom* online e offline.

MATRIZES: Qual é sua formação acadêmica e como se interessou pelos estudos de fã?

Matt Hills: Tenho sido um fã de diversos programas de TV e filmes por praticamente toda a minha vida. Particularmente – e isso se relaciona ao fato de ter trabalhado bastante sobre isso – quando criança, era um grande fã de *Doctor Who*. A série é uma parte significativa da cultura britânica, certamente durante os anos 1970 e na década de 1980 quando cresci. Ele saiu do ar como um programa de TV ativo ao fim da década de 1980, retornou em 1996 como

* Professor no Department of Theatre, Film and Television Studies da Aberystwyth University. E-mail: mjh35@aber.ac.uk

** Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. E-mail: claricegreco@gmail.com. Esta entrevista foi realizada durante um intercâmbio de pesquisa da doutoranda na University of Nottingham, financiado pela FAPESP - Processo nº 2014/11181-9.

um filme televisivo e então desapareceu de novo. Mas havia um *fandom* que seguiu em frente durante toda aquela época, lidando com histórias originais que eram escritas e uma revista que publicava material novo, revisitando o arquivo de *Doctor Who*. E também vídeos de compilação, de modo que uma geração de fãs que não tinham visto as histórias de TV mais antigas poderiam começar a assistir ao *Doctor Who* anterior em vídeo. Havia, assim, uma cultura de fã local, embora eu não fosse, na verdade, parte de um *fandom* socialmente organizado naquele momento. Eu comprava os livros, vídeos e a revista, estava consciente de uma cultura e de uma comunidade lá, mas como adolescente, realmente não participava muito dela. Apesar disso, cresci totalmente como um fã de *Doctor Who*, e isso foi uma parte verdadeiramente forte de uma autoidentidade. Assim, decidi que não queria estudar literatura antiga quando eu fosse para a Universidade, queria estudar algo que tivesse importância para mim. Desse modo, acabei fazendo Literatura Inglesa com Estudos de Mídia na Sussex University, mas estava muito mais apaixonado pelos estudos de mídia. E creio que foi em meu segundo ano de graduação que descobri os estudos de fã. Encontrei *Textual Poachers* (Jenkins, 1992) um dia e vi a capa – era uma espécie de capa de *Star Trek: The Next Generation* – e folheei o livro e pensei, “Uau, isso parece incrível!”. Levei-o para casa e simplesmente o li inteiro de uma vez. Até este momento, realmente não desejara estudar meu *fandom*. Segui a linha clássica de pensamento: “Bem, sou um fã, mas isso é para mim uma coisa pessoal. Não quero de verdade estudar ou teorizar isso”. Porém, quando li *Textual Poachers*, pensei: “OK, de fato, as pessoas estão levando isso a sério e elas estão estudando o assunto”. Assim não foi antes de meu terceiro ano como graduando que escrevi um primeiro ensaio no qual estava, na verdade, analisando algo de que era um fã, e depois uma espécie de inserção no pensamento acadêmico, sendo capaz de perceber, inesperadamente, que poderia trazer igualmente a versão acadêmica do meu *eu*, isto é, o acadêmico, com partes da identidade que se constituíram por terem estado lá toda minha vida, na condição de fã. Este foi um momento bastante transformador para mim, quando percebi que seria possível manter essas duas coisas diferentes juntas. E eu tinha um professor favorito na Sussex University. Bem, tive diversos professores de que realmente gostei, por eles e por seus trabalhos, mas Roger Silverstone foi uma figura-chave para mim. Quando ele lecionava para os primeiros anistas, o nível da aula era muito similar ao dos estudantes de mestrado. Desse modo, tive aquela sensação de descoberta intelectual e de conceitos sendo introduzidos, manipulados e então expandidos, e você nunca sentia que era tratado de maneira condescendente. Achei isso muito inspirador. Então, estava muito

animado; trabalhei para conseguir uma bolsa de doutorado com Roger sobre *fandom* na Sussex. No meio disso, eu fiz um mestrado, com David Morley e outros na Goldsmiths, em parte porque Roger recomendou que poderia ser bom para mim ir a algum lugar diferente de Sussex, ver formas diversas de trabalho e trabalhar com algumas pessoas diferentes. E gostei do trabalho de David Morley, tanto quanto gostara do de Roger, e pensei em permanecer na Goldsmiths. Isso poderia ter acontecido, mas no fim eu estava muito, muito feliz de voltar a trabalhar com Roger na Sussex. Então, publiquei *Fan Cultures* (Hills, 2002), que era uma versão bastante reescrita de minha tese de doutorado, em 2002, dez anos depois de *Textual Poachers*. Assim, passou-se uma década desde o “Uau, o que é este incrível livro de Henry Jenkins?” para o “Oh, agora escrevi o meu próprio livro”, que tinha uma adorável resenha de Henry na contracapa, que me deixou muito animado.

MATRIZES: Em *Fan Cultures* você destaca uma história das teorias dos estudos de fã. A definição de *fã* é complexa e tem passado por transformações ao longo dos anos. Quais são as principais dificuldades, atualmente, para definir um *fã*? Qual a melhor maneira, em sua opinião, para teorizar as relações entre os fãs e seus objetos de apreço?

Hills: Ainda acredito que uma das principais dificuldades que tentei colocar num plano central no início de *Fan Cultures* permanece um entrave, relacionado com a compreensão generalizada do *fandom*, de modo a que mais pessoas aceitem que elas são fãs hoje, em vez de verem isso como uma identidade estigmatizada, mesmo assim, certos objetos de fã continuam sendo patologizados, e certas culturas de fãs são patologizadas, muito frequentemente os *fandoms* relacionados com fãs jovens e ligados a jovens mulheres fãs, particularmente, assim ainda existe bastante necessidade de uma crítica feminista. Mas mesmo que aceitemos a noção generalizada da concepção principal de *fandom*, acredito que o *fandom* é ainda performativo. Ele se mantém como o pensei em *Fan Cultures* – quer dizer, o *fandom* é realizado de maneira diferente e pode significar diversas coisas em distintos microcontextos, em diferentes momentos de interação social, e até mesmo em plataformas distintas. Ser um fã no Tumblr pode significar uma coisa, ser um fã numa convenção pode significar outra. Pode haver muitos tipos diferentes de *fandom*, indo muito, muito além da noção de (*fandom*) afirmativo versus (*fandom*) transformativo¹ como uma problemática binária. Podem existir todas as espécies de diferentes tipos, modos, níveis e hierarquias de *fandom*, que podem ser desempenhados de formas variadas. Assim, creio que a ideia de que se pode usar apenas uma definição de *fandom* é problematizada pelo fato de que ele se desenvolve em tantas formas diferentes

1. *Fandom Afirmativo vs. Fandom Transformativo* é uma oposição proposta pelo teórico do fã obsession_inc em Dreamwidth.org (2009), que sugere que o *afirmativo* seria uma forma potencialmente masculina de *fandom*, centrada nos criadores sob as regras da comunidade, enquanto o *fandom transformativo* seria ligado à comunidade dominada por mulheres, com democracia de preferências, relacionado a reescrever o texto em função dos objetivos dos fãs.

e em tantos contextos variados. Em vez de focar na definição de *fandom*, nós precisamos pensar sobre como o *fandom* é realizado, para quem, em que contexto e tentar pensar, de verdade, sobre com que tipo de assunto desta vasta categoria global difusa de *fandom* lidamos. É o que Jonathan Gray e Kristina Busse chamam de *fandom* “industrialmente-dirigido”, ou o que Rebecca Williams denomina de *fandom* “pós-objeto”, ou transformativo/afirmativo (se esta dicotomia é aceita), ou *fandom* de culto (*cult fandom*). Há potencialmente tantas diferentes versões, então isso representa uma dificuldade. É possível pensar no *fandom* em relação a distintas plataformas, nas quais ele pode se desenvolver de modo diferente. Em certos fóruns pode haver postagens maiores se comparadas a como a identidade do fã é desenvolvida no Twitter, ou como pode se realizar no Tumblr. Ela pode ser realizada a partir da escrita de fanfics, em comparação com a feitura de réplicas de produtos. Desse modo, é necessário considerar que o *fandom* não é apenas uma variedade de diferentes realizações, ele é uma série de atividades diversas. Há todo um conjunto de dificuldades relacionadas somente com o termo *fã*.

Em função disso tudo, é extremamente improvável que vá existir um único referencial teórico a partir do qual possamos entender melhor o *fandom* de mídia. Voltando a *Fan Cultures*, novamente, estava interessado em parte numa abordagem sociológica para o *fandom* e em parte – e continuo a estar – numa abordagem psicanalítica ou psicossocial, que acredito que possa ser chamada agora de abordagem relações-objeto. Acredito que a abordagem sociológica ao *fandom* tende a ser capaz de dizer mais sobre o capital subcultural e a distinção em seu enquadramento bourdieusiano, porém deixa de fora coisas importantes sobre a vida afetiva do fã. Creio que em muito o *fandom* relaciona-se a representar uma identidade, é sobre um sentido para o eu, sobre afeto, em termos de atuar num nível emocional, subjetivo. E é sobre o indivíduo ser colocado numa comunidade, na qual é preciso uma noção de discurso, bem como emoção. Então, uma das coisas em que estou trabalhando no momento – na qual não estou completamente ocupado, mas é uma das coisas em que estou interessado – é tentar conjugar o trabalho sobre o afeto do fã num sentido não deleuziano, com o trabalho não apenas sobre os discursos do fã, mas sobre os discursos do fã derivados da indústria. Por isso, estou interessado no que Margaret Wetherell, uma psicóloga do discurso, tem chamado de “o discurso-afetivo”, esse tipo de choque entre os dois, mais do que tomá-los separados numa dicotomia, que cria uma posição muito difícil em termos de como analisar as culturas e comunidades de fã. Creio que precisamos de instrumentos mais refinados para integrar o sociológico e o psicanalítico, ou o discursivo e o afetivo.

MATRIZES: Como podemos identificar as diferenças entre *fã*, *espectador* e *audiência*?

Hills: Boa pergunta. Tome o trabalho de Cornel Sandvoss, que algumas pessoas têm criticado por ter uma definição extremamente aberta de *fandom* – junto com alguns de meus trabalhos, ele também se interessou pelos fãs que podem não fazer parte de uma comunidade de fãs. A ideia é que o *fandom* poderia ser adquirido num nível culturalmente mais individualizado. Como já disse, creio que chegar a uma definição de *fandom* é, na verdade, altamente problemático, mas Cornel Sandvoss ousa. E fala sobre o consumo regular, o investimento emocional nas narrativas culturais. A ideia é que ele seria habitual, uma rotina ligada à autoidentidade de algum modo. Porém, isso se situa num nível de envolvimento emocional e sua definição de ser um *fã* pode requerer ambas as coisas. Penso, na verdade, que o termo *fã* – embora seja utilizado, em quaisquer discursos que seja inserido e qualquer tipo ou espécie de *fandom* que seja – simplesmente não pode funcionar como uma categoria ou termo inteiramente delimitado. Creio que o *fandom* é sempre um conjunto ou conceito vago; não há nunca uma demarcação clara dele como uma categoria. Existem gradações que vão das noções de *fã* e *audiência*. Pode haver algumas pessoas que não se considerem elas mesmas como fãs e não fazem parte de uma comunidade ou cultura de *fã*, e não se autoidentificam como um *fã*. Assim, é possível dizer que elas são um membro da audiência ou outra coisa – elas não são um *fã*. Mas se suas atividades são analisadas, como o possível uso de mídia social, o envolvimento da criatividade em certos domínios, seria possível dizer que elas são audiências similares a fãs. Creio que algum trabalho de Sharon Ross aborda a noção de *fandom* dominante ou quase generalizada, na qual as pessoas se envolvem em atividades de mídia social e práticas que mantêm a geração anterior de fãs. Mas onde as pessoas se envolvem em práticas culturais relacionadas sem utilizar o rótulo ou o discurso do *fandom*, então, analiticamente, em termos de continuidades culturais, é possível defender que são parecidas com o *fã*. Na verdade, Sandvoss publicou recentemente um texto escrito com Laura Kearns no *Ashgate Research Companion to Fan Cultures* (Sandvoss e Kearns, 2014) que fala sobre alguma coisa denominada “*fandom* cotidiano”. Os fãs cotidianos são pessoas que talvez não criem textos de *fã*, assim eles não estão necessariamente envolvidos na *produtividade textual* no sentido clássico fiskeano ou da fanfic, e não fazem parte de comunidades de *fã*, mas eles podem simplesmente entrar e sair de espaços digitais, quase como os chamados *lurkers*². Eles podem entrar e sair de fóruns de fãs para destacar suas interpretações de um texto que esteja sendo discutido lá, ler alguma coisa e então sair. Sandvoss e Kearns utilizam o termo “*fandom* cotidiano” que novamente, para mim, parece bastante similar

2. Na cultura da internet, um *lurker* é normalmente um membro de uma comunidade online que observa, mas que não participa ativamente.

ao que se pode chamar de práticas de audiência como fãs, nas quais as pessoas não usam o rótulo, ou o discurso, porém estão fazendo algo que se relaciona com as histórias e as tradições do *fandom* de mídia.

Classicamente, existe uma distinção em Tulloch e Jenkins (1995) entre “fãs versus seguidores”, no livro *Science Fiction Audiences: Watching Doctor Who and Star Trek*. Eles argumentam que a diferença entre um fã e um seguidor é que um fã pode reivindicar uma identidade cultural por meio do seu *fandom*, de modo que vestem camisetas, desempenham o papel de outros – verdadeiros ou imaginários – e também estão envolvidos na produção textual. Desse modo, isso faz de você um fã, enquanto um seguidor pode assistir a certo programa de TV, mas se eles perdem um episódio não se importam. Eles continuarão seguindo, ainda continuam envolvidos com o programa, mas não tem a intensidade de engajamento emocional. E a diferença crucial é que eles não reivindicam uma identidade cultural a partir disso. Assim, podemos consumir uma grande quantidade de mídia, podemos ver *conteúdo* com bastante frequência – em consonância com a definição de Sandvoss – e podemos assisti-la com um nível de envolvimento emocional. Mas e se isso acontece sem que qualquer identidade cultural seja reivindicada a partir da atividade? Isso ainda é *fandom*? Você quase que teria que começar a quantificar o envolvimento emocional, de modo bastante problemático. Qual o limite, o quanto de investimento emocional seria necessário para passar de *seguidor* a *fã*? A verdadeira diferença continua a ser que os seguidores, assim como os membros da audiência – as pessoas que não entram na categoria de fã neste argumento – são audiências que não constroem sua identidade cultural por meio deste consumo de mídia. Por este argumento, onde as *audiências* ou *espectadores* estão consumindo a mídia, elas não estão articulando este consumo de maneira significativa com a autoidentidade representada e vivida. E diria que nós todos fazemos isso em grande parte do tempo. Nós não apenas consumimos os textos da mídia dos fãs apaixonados; nós assistimos a todos os outros tipos de coisas muito frequente ou rotineiramente, mas sem integrar tais coisas de modo profundo em nosso sentido de identidade. Assim, a distinção *fã/seguidor* ainda é provavelmente útil de determinadas maneiras.

Creio que uma das coisas divertidas sobre os estudos de fã é que eles dizem bastante sobre o que pode significar ser um *fã*. E agora nós viramos o disco e começamos a aprender o que poderia significar ser um *antifã*. Porém a categoria de *não fã* continua esta coisa estranha, amorfa que ninguém pode definir de fato. Ninguém estudou empiricamente o que significa ser um *não fã* ou como isso poderia ser possivelmente refinado. Ninguém tem realmente estudado audiências indiferentes, em si mesmas, como um aspecto central. Suspeito que a pressuposição é que estas pessoas não poderiam ter nada interessante a dizer.

Os estudos de audiência/fã talvez continuem assumindo que o não fã, o tipo bastante casual de audiência, não iria ser um *bom* tema de pesquisa: eles não iriam produzir declarações citáveis, que é o que você deseja. Nós parecemos assumir que não há nenhum processo cultural interessante ocorrendo em relação à indiferença ou casualidade. E acredito que sempre há um risco quando se pensa, “Oh, é esta a área interessante de estudo, é onde nós todos devemos concentrar nossa atenção, porque a outra coisa, além disso, é simplesmente óbvia, autoexplicativa e desinteressante”. Mas não é. Quando ela é aberta, não é integralmente óbvia, existem provavelmente todos os tipos de meios produtivos pelos quais se poderia estudar consumidores e audiências indiferentes, entediadas ou desconectadas, por exemplo as pessoas que começam a assistir às séries de TV, mas abandonam após alguns episódios. Esta é uma grande área subexplorada ou inexplorada. Talvez esta seja a próxima grande reviravolta nos estudos de fã – após os fãs e antifãs, nós poderíamos convenientemente nos familiarizar com os não fãs casuais?

MATRIZES: Quais as principais mudanças nos métodos de pesquisa que são necessárias no estudo do comportamento dos fãs hoje, em comparação com vinte anos atrás?

Hills: Esta é uma discussão que tive com alguém recentemente, na verdade. Acredito que há muitos estudos de fã hoje, porque parece mais fácil fazê-los, na verdade, estudar as realizações online da identidade do fã. Porque não é necessário viajar para nenhum lugar, organizar grupos de discussão ou entrevistar pessoas; é possível fazer entrevistas online. Entretanto, isso leva à netnografia, ou etnografia virtual online, como isto costumava ser chamado, ou mesmo ciberetnografia. Há todos os tipos diferentes de rótulo para isso, relacionado com a ascensão dos estudos de mídia digital, ou o que Paul Booth (2010) escreveu a respeito em *Digital Fandom*. Assim, isso é tanto uma benção para os estudos de fã, porque torna tudo isso acessível e pesquisável, quanto também um pouco como uma maldição, porque ao menos alguns dos estudos fundadores do *fandom* foram, na verdade, sobre o estudo de fãs em convenções ou fazendo uma etnografia, sentando e assistindo a *Star Trek* com um grupo de fãs no final da década de 1980. Por isso, acredito que há um perigo em ir muito para o outro lado, no qual podemos estar produzindo trabalho sobre o *fandom* digital enquanto ignoramos outras representações da identidade do fã e histórias, afetos e complexidades do desenvolvimento do *fandom* que podem não estar tão regularmente acessíveis se nós permanecermos no nível de como o *fandom* é realizado dentro da comunidade online. Nós podemos também estar buscando aspectos da cultura do fã mais estreitamente ligados à

cultura material, quer seja o cosplay ou a construção de réplicas de produtos e todas as suas variações. Traços destes aspectos podem ser encontrados online, porém você pode desejar regressar a outras perspectivas na antropologia e etnografia, e fazer etnografia multissituada. Ou você pode querer, na verdade, triangular o *fandom* digital e outra versão dele – como descrevê-lo? – *fandom* experiencial, situado. Por isso acredito que o ponto chave é que muitos de nós podemos ser atraídos pelo fascínio de estudar a mídia social como acadêmicos: haverá um monte de estudos no Tumblr, não tenho dúvida, no próximo par de anos, e começam a existir todos os tipos de estudos no Twitter. Há menos sobre grupos do Facebook, de qualquer modo, não está tão na moda quanto o Twitter e o Tumblr parecem estar. Acredito que precisamos, em termos de métodos de pesquisa, tentar capturar um senso de abordagem multissituada, de modo que nós não estamos fazendo online ou offline ou contrastando-os em outra dicotomia. Porém, em vez disso, podemos examinar uma variedade de espaços culturais diferentes nos quais o *fandom* é exibido, desempenhado, negociado e sancionado.

MATRIZES: Você poderia discutir quais as diferenças entre o comportamento dos fãs online e offline?

Hills: Pode ser difícil dizer com absoluta clareza quais são essas diferenças. Acredito que se você está lidando com, digamos, um fórum de fãs, existem claramente membros que começam a construir o capital cultural de fã e uma persona ao longo do tempo, e começam a agir de certos modos. Assim, é possível se concentrar num gosto cultural particular ou atuar num conflito específico, porque fazer isso é quase assumir uma posição bourdieusiana dentro de um campo de *fandom*; você molda seu pequeno espaço. Você é a pessoa que se identifica com esta especialidade, é quase um espaço relacional para a autopromoção dos fãs. E você pergunta, se estivesse relacionando-se com aqueles fãs numa convenção, ou em diferentes espaços sociais, eles poderiam realizar a mesma forma de estilização autoidentitária? Creio que há talvez menos performances do *self do fã* do que as que se podem encontrar potencialmente em outros ambientes sociais de fãs comparadas a fóruns. Esta é uma reflexão bastante hipotética: creio que é uma questão empírica, na verdade, que é a razão por que é tão importante tentar estudar o *fandom* digital e outros tipos ou modos de *fandom*. Porque, por vezes, se você conversa com um fã ou entrevista um fã com um roteiro semiestruturado de questões, você pode comparar com alguma coisa, obtendo uma noção sobre uma série de outros contextos. Assim, por exemplo, você, por vezes obtém o que eu chamaria de uma fatia mais fina da identidade estilizada online, sem ter acesso à atividade política de uma pessoa,

ou elementos de sua biografia, de sua história de vida. E, conforme o tipo de interações de fãs online em que as pessoas estão envolvidas, em alguns outros casos pode haver bastante discussão de autoidentidade ou relativamente pouca sobre o real objeto do fã. Assim, isto depende da plataforma utilizada, do contexto, do espaço, e das normas que estão discursivamente em ação sobre sexo, idade, e assim por diante. Creio que por vezes é possível estudar a elaboração de identidades de fã articuladas com outros aspectos da identidade cultural de alguém aos quais não se tem acesso tão facilmente online.

MATRIZES: Em seu artigo “Patterns of Surprise” (Hills, 2005), a partir da ideia de *fandom cíclico* você aponta a qualidade cíclica do gosto, sugerindo que as pessoas que são fãs de um programa ou grupo musical podem mudar e parar de ser fã após algum tempo. Quais são as diferenças (ou relação) entre estes tipos de fãs e os fãs de culto (*cult fans*), tais como os fãs de *Star Trek* (os *trekkers*) ou de *Doctor Who* (os *whovians*)?

Hills: Bem, creio que o próprio conceito de *fandom cíclico* deriva de parte de uma pesquisa empírica, na qual fiz semanalmente repetidas entrevistas em profundidade com certo número de pessoas. Realizei conjuntos de entrevistas semanais de cinco horas de duração com os entrevistados. E este foi uma espécie de estudo psicossocial, para refletir sobre o gosto, a distinção e questões sociológicas, mas tentava também pensar a respeito de estruturas afetivas ou padrões que podem ser característicos do envolvimento individual. Ele foi quase um *estudo de caso* freudiano, que idealmente prefere olhar para indivíduos, mais do que para culturas e comunidades de fãs. Então este artigo surgiu a partir de algo que não estava esperando; a teoria bourdieusiana que utilizava não previa que um indivíduo pudesse se envolver neste tipo de *fandom cíclico*. Isto foi, de fato, muito interessante para mim – que houvesse uma experiência vivida de um tipo de *fandom* que não tinha sido diretamente prevista pela teoria naquele momento. E é por isso que acredito que continuam faltando às vezes mais formas de trabalho empírico em profundidade, *descrição densa* na qual se procura e se alcança uma noção, não exatamente holística, mas na qual você tenta colocar as atividades do fã em relação a uma variedade muito mais ampla de contextos sociais e psicodinâmicos do que ocorre com frequência. Este artigo foi todo sobre surpresa, a surpresa do entrevistado e a minha como acadêmico. Este era um tipo de *fandom* que não esperava descobrir. Ele pode ser relativamente marginal, e incomum, mas identifiquei-me parcialmente com ele quando percebi o que estava acontecendo. Era sobre dominar algo novo, que estava ligado à ideia viciante, na qual você apenas mergulha completamente nesta coisa nova e a controla, e depois se dirige para outra coisa.

Você perguntou sobre as diferenças entre este e o *fandom* de culto (*cult fandom*). Pode haver algumas limitações em como eu penso o *fandom* de culto, mas tendo a defender que o *fandom* de culto – e que é por isso diferenciado do *culto nostálgico* em *Fan Cultures* – significa estar vinculado a um objeto da comunidade de fãs ao longo do tempo e no curso da vida. Há uma noção de envolvimento contínuo, de modo que o *fandom* cíclico parece ser definido e vivido em contraste a ele, quase como se reconhecesse um risco no envolvimento. Há um sentimento de contínuo envolvimento, deste modo o *fandom* cíclico parece ser definido e vivido contra isso, quase como se percebesse um perigo no envolvimento. E, possivelmente, não foi por acidente que um fã do sexo masculino (no estudo de caso do *fandom* cíclico), desejou tornar-se apaixonadamente imerso em algo e depois voltou atrás, enquanto os fãs de culto (*cult fans*), por contraste, são muito comprometidos. Eles tendem a ser muito fiéis. Mesmo se ficam aborrecidos por aspectos daquilo de que são fãs – eles podem odiar remakes, reinícios, *prequels* ou o que seja –, eles tendem a não abandonar o objeto do *fandom*. Por vezes, esses tipos de fãs não parecem tirar muito prazer do objeto do *fandom*, eles se apresentam constantemente irritados com o objeto do *fandom* ou infelizes com ele. Como um aparte, não devemos assumir que o *fandom* é inteiramente sobre afeto positivo, no qual você gosta e celebra-o – e que o *antifandom* é o oposto binário, o afeto escuro, negativo, porque existe com frequência um choque marcante do positivo e do negativo na experiência do *fandom*. Henry Jenkins disse que o *fandom* é significativamente sobre fascínio e frustração, que ambas as coisas misturam-se de forma estranha. Mas para o fã de culto, diria que ele tende a ser muito mais sobre não deixar de fazer parte de algo, que é o que teorizo sobre o envolvimento como uma espécie de objeto transicional secundário winnicottiano. É algo que, nesta teorização, você mantém não porque seja como criança ou que não possa suportar abrir mão, mas é, na verdade, um objeto que você carrega ao longo da vida, potencialmente, pois não pode, de fato, imaginar não ser um fã desta coisa, e isso permite manter a si mesmo de maneira criativa. Não posso imaginar não ser um fã de *Doctor Who*, uma vez que estou vivendo e respirando, verdadeiramente. Até se o programa acabar, continuarei com alguma conexão com ele, de qualquer modo. E se você teoriza isso numa perspectiva winnicottiana revisada, como tentei fazer – e tenho regressado a isto recentemente na coleção *Little Madnesses* que Annette Kuhn editou, na qual escrevi sobre as repetidas revisões de *A origem* e *Blade Runner* (Hills, 2013) – em vez de ser regressivo ou estranho, vejo isso sustentando um ser relacionado à boa saúde mental, basicamente. É uma forma de criatividade. E é um fundamento na e da autocontinuidade, que pode ser contraposto à cultura de consumo da *modernidade líquida*, em constante mudança, constante atualização. Os cultuadores (*cultists*) vivem na modernidade

líquida, mas eles querem desacelerá-la, ou eles desejam mantê-la numa linha contínua e consistente nos ciclos dos produtos e remakes, embora a continuidade possa ainda evoluir conforme sua identidade muda, assim ninguém seria um fã de culto do mesmo modo, enquanto um adolescente, mais tarde na vida, na meia idade, ou como um cidadão de mais idade, e assim por diante. A conexão pode, sociológica e semioticamente, modificar-se e desenvolver-se ao longo da vida. Porém, para o cultuador (*cultist*), ela está sempre lá, enquanto o *fandom* cíclico precisa desta noção de ciclo, de movimento e início repetido. E o ciclo, ao menos no estudo de caso explorado, era muito rapidamente repetido; não existia um grande intervalo entre os objetos do fã. Houve um período de repouso, vamos dizer, e então aquele indivíduo particular iria encontrar um novo objeto que lhe causaria impressão, surpreendendo-o, e iniciando o ciclo seguinte de descoberta afetiva. Em contrapartida, você pode ser um cultuador, por exemplo, por trinta anos e depois, por qualquer razão, deixar seu *fandom* de lado. Embora acredite que você provavelmente irá ainda considerar-se como um cultuador ou fã desatualizado, neste caso, você poderia provavelmente manter-se a par com fragmentos de informação de fã. Por exemplo, eu não tenho sido sempre um fã de *Doctor Who*, é como se deixasse meu *fandom* em certos períodos de minha vida e depois voltasse a ele, e isso não é extremamente incomum. Diria que, falando de outros fãs, por vezes eles têm um período ligeiramente obscuro no qual seu comprometimento de fã muda ou enfraquece, mas posteriormente redescobrem a paixão. Assim, pode haver ritmos, não ciclos completos, mas ritmos vividos do *fandom* em relação ao curso da vida, mesmo dentro da noção analítica abrangente de um duradouro compromisso de culto. Sim, portanto, creio que existe uma distinção entre o fã cíclico e o cultuador, mas, como sempre, se você se aprofunda o suficiente nisso, então há modos em que isto não é simplesmente binário. Penso que os fãs de futebol são bastante parecidos com os cultuadores de mídia (*media cultists*); procuro ler uma quantidade adequada do trabalho sobre os fãs de futebol e creio que os estudos de fã sobre o *fandom* de mídia poderiam, realmente, ser beneficiados em tirar mais do trabalho sobre fãs de esportes e fãs de esporte ao longo da vida. Aprecio, de verdade, o trabalho de Gary Crawford (2004) sobre a midiaticização do futebol e como as identidades do fã são representadas em relação a isso: existem todos os tipos de cruzamentos úteis com o *fandom* de mídia *per se*. Por isso, às vezes penso que os estudos de fã precisam não apenas prestar mais atenção aos não fãs, eles precisam também prestar atenção ao *fandom* ao longo de uma tão ampla quanto possível variedade cultural e contextual. Gosto do trabalho de Mark Duffett pela mesma razão, como ele combina o trabalho sobre o *fandom* de música pop com abordagens e linhagens dos estudos de fã.

MATRIZES: Em seu recente capítulo no *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures* (Hills, 2014), você escreveu sobre como o espectador torna-se um fã. O que explica esse vínculo emocional? Como é que o *self* do fã é construído?

Hills: Eu estava interessado no que vários escritores têm chamado de narrativas de *tornar-se um fã*, que pessoas como C. Lee Harrington e Denise Bielby (1995) e Daniel Cavicchi (1998) em uma grande etnografia sobre os fãs de Bruce Springsteen exploraram – esta noção do que significa refletir sobre como você se torna um fã. Creio, novamente, que sabemos muito nos estudos de fã atuais sobre comunidades de fã e *fandom* digital, quando as pessoas estão nestes domínios e se autoidentificam destas maneiras. Porém falando de maneira comparativa, nós ainda sabemos menos sobre como as pessoas ingressam em tais experiências de fã, sobre os mecanismos e processos de *entrar no fandom*. E, na verdade, sabemos muito pouco sobre como as pessoas deixam um *fandom* de longo prazo. Esta é outra coisa que seria interessante pensar mais, empiricamente de uma maneira nuançada e detalhada. Porém, neste texto específico, foquei no *tornar-se um fã*. E sugeri que o trabalho anterior fora bastante sensível à autonarrativa transformacional, transformativa. A ideia padrão é a de que “Eu vi essa coisa, a vivi e ela me surpreendeu completamente”, desse modo o fã conecta-se a um objeto cultural, e abre a si mesmo em algum modo inesperado, isto é, somos transformados. Creio que a comparação-chave, a metáfora crucial, poderia ser se apaixonar. Você sabe, como geralmente não se espera apaixonar-se por alguém: se você planeja isso, então é provável que não funcione. O ponto é que o amor tende a ser algo não antecipado, ele simplesmente acontece; ele é emergente, como um fenômeno, suponho. Assim, a noção de *tornar-se um fã* possui esta descoberta de apaixonar-se por algo, o que muda completamente a noção do eu, o que significa que existe um *antes* e *depois* bastante claro. Este é o tipo de narrativa que estava presente na academia. Esta é apenas uma versão de como alguém se torna um fã, embora a questão que desejei responder naquele capítulo foi: “Não há outras versões disso, que não estejam sendo, de fato, narradas nos estudos de fã?”. E creio que há ao menos outra versão principal, que é, em vez deste momento transformativo de descobrir-se apaixonado, as pessoas podem já ter tido experiência num *fandom*, mas por qualquer que seja a razão, este outro objeto do *fandom* ou este *fandom* pode ter sido insuficiente ou problemático. Então, alguém pode deixar este *fandom* prévio voluntariamente, e depois procurar por outro *fandom* para ingressar. Eles são como um fã sem um objeto de fã. Eles têm as disposições da cultura do fã – um conhecimento autorreflexivo e consciência de como o *fandom* pode ser realizado online e em uma variedade de contextos. E é quase como se eles procurassem pelo próximo *fandom*.

E não é realmente o *fandom* cíclico, contudo, embora seja sequencial. Não exatamente monogamia serial, talvez, mas próximo disso. Assim, a ideia torna-se “Oh, eu cansei deste *fandom*, já tive o suficiente, quero fazer parte de um novo *fandom*”. Esta não é a mesma versão do transformativo *tornar-se um fã*. Em vez disso, há bem mais autocontinuidade, existe uma transferência de *fandom* muito mais reflexiva. Não chega a ser um ciclo, onde você exauriu o objeto anterior e, então, se desliga e vai para outra coisa. É próximo, mas diria que não tem exatamente a coloração de um ciclo: é mais sobre uma sequência do que um grande pico emocional em algum novo *fandom*. Em função do *fandom* cíclico ter o momento de excitação, ele possui o tom da paixão, que reacende novamente, e em seguida você, de fato, reingressa no novo objeto do fã apaixonadamente, antes de ser um caso de “Oh, não, vou sair disso, ir em frente e esperar pela próxima grande paixão”. Em vez disso, considero que as narrativas de *tornar-se um fã* em relação à transferência de disposição de um objeto a outro, na qual transferir um *fandom*, sugiro, pode ser mais gradual. Assim, os fãs cíclicos tem o momento-chave de “Fiquei encantado”, o transformativo *tornar-se um fã* tem o mesmo momento-chave de “Oh, meu Deus, isso é incrível, estou apaixonado por isso”, enquanto fãs transferidos, creio, podem gradualmente tornar-se interessados em alguma coisa: gradualmente desligam-se e reconectam-se. Não completamente imperceptível, mas é uma mudança diferente de algo repentino, e é mais a reinserção de um conjunto de práticas e disposições de fã já estabelecidas, de modo que isso não transforma o self exatamente da mesma forma. Não há esse formidável *antes e depois*, há apenas uma sequência de movimentações entre objetos de fã. E esta é, você sabe, uma das tantas coisas que os estudos de fã poderiam examinar mais no futuro. Outra coisa que continua a intrigar-me, e adoraria fazer um grande projeto financiado sobre ela, é a noção de *transfandom*: pessoas que estão cruzando diferentes *fandoms*, de modo que, em vez de abordar alguém que é um fã de *Sherlock* ou um fã de *Doctor Who*, que tal olhar para os interessados em *Superwholock*, que estão combinando uma série de diferentes textos de fãs dos EUA e do Reino Unido. Ou os fãs de *Inspector Spacetime*, na qual se encontram fãs de *Community* e *Doctor Who* – mais provavelmente misturados, cruzando diferentes formas de conhecimento de fã. Assim, o capítulo que você me perguntou é, na verdade, sobre diferentes modos de ingresso no *fandom*. Mas acredito que nós precisamos também pensar em todas as diferentes formas de deixar o *fandom*, e também nas maneiras de cruzar, combinar e fundir *fandoms*. O *transfandom* é uma grande área na cultura generalizadamente mediada que requer uma abordagem apropriada. Então, há muito ainda a fazer!

MATRIZES: Você teve algum contato com os estudos de recepção brasileiros ou latino-americanos? Este é o nome de uma tradicional e importante linha de pesquisa que tem contribuído com os estudos de fã no Brasil e na América Latina.

Hills: Li algo sobre telenovelas há algum tempo. Não é algo que está atualmente no topo da minha memória, mas certamente li trabalhos sobre isso. Escrevi uma seção em *Fan Cultures* sobre se poderia existir algo como uma soap opera cult, e como a serialidade relaciona-se – ou não se relaciona – à cultificação (*cultification*), e se são necessários intervalos na serialidade para permitir a criatividade do fã. Se você sempre tem outro episódio no dia seguinte, então, quando poderá escrever sua fanfic, ou quando irá pensar sobre a evolução do enredo se há, aparentemente, uma margem bastante estreita para o envolvimento criativo? Já se você tem um suspense e depois um episódio uma semana depois, ou um final de temporada de suspense, ou até um programa que é cancelado, mas que termina de alguma maneira ambígua, desse modo há um grande espaço aberto, por exemplo, por algo como *Twin Peaks*, para a especulação e a criatividade do fã. E, assim, quando estava lendo sobre soaps queria, na verdade, discutir esse ponto – agora não concordo com todas as coisas que disse em *Fan Cultures* – de que provavelmente não poderia haver uma soap opera cult. E lembro de ter lido sobre telenovelas a esse respeito também. Era parte da construção desse discurso, porque minha proposta era que as contínuas soap operas, ou seriados, que possuem uma resolução bastante específica por meio de narrativas entrelaçadas, não dão espaços para os tipos de criatividade de fã que poderiam ser mais predominantes com textos *abertos* ou prematuramente cancelados, ou textos que terminam em um momento de suspense significativo, como diversos programas de TV cult fazem, historicamente. Ou, igualmente, programas que terminam com algum grande quebra-cabeça que outros tipos de serialidade não podem desenvolver – uma singular *hermenêutica continuada*, como eu a chamei. Se existe uma série de diferentes quebra-cabeças narrativos que devem se resolver em diferentes momentos ao longo da série ou da entrelaçada soap, e não há um fim que deixe em aberto um enigma central, você entende, então que esse tipo de textualidade não parece colocar desafios e enigmas narrativos exatamente da mesma forma. De qualquer modo, sim, tenho sido altamente criticado por isso. As pessoas dizem sobre a ideia de que o cult não funciona em relação à soap opera, “Ela não é, na verdade, sexista?” e “Isso não é problemático?”. Há um conjunto de pressuposições nisso que, olhando para trás, não gostaria de assinar neste momento, pensando sobre isso agora. Havia uma injusta premissa binária relacionada com a desvalorização de gênero das soaps, lamento, e realmente deveria ter pensado melhor.

MATRIZES: Você tem algum trabalho em desenvolvimento agora? O que podemos esperar das próximas contribuições de Matt Hills?

Hills: Estou escrevendo um livro para a coleção Palgrave Pivot, uma série de livros que têm entre 30 e 50 mil palavras, com cerca de três ou quatro capítulos, ou metade do tamanho de uma monografia. Estou fazendo um sobre o aniversário de 50 anos de *Doctor Who*, ocorrido em 2013, sob o prisma das lentes da midiaticização e do evento midiático. Por isso, estou interessado na noção de aniversário de mídia/marca e na grande quantidade de paratextos que circulam em torno dele – merchandising de marca, bem como marketing e promoção. Estou analisando isso em relação a teorias do evento de mídia e também em relação a teorias significativas da paratextualidade. Quero participar de um debate crítico com essas duas áreas em relação a *Doctor Who* e seu *fandom*.

O título do meu livro, *Doctor Who: The Unfolding Event*, é uma reminiscência ao primeiro livro acadêmico publicado sobre a série pela Macmillan, em 1983, chamado *Doctor Who: The Unfolding Text* (Tulloch e Alvarado, 1983). Estou sugerindo uma mudança, não apenas numa orientação textual, mas também dizendo que nós devemos avançar nos estudos paratextuais. Nós temos tal variedade de paratextos agora que alguns têm os seus próprios paratextos: existem press releases e notícias divulgando trailers ou *estreias de filme* para os extras de bluray. Assim, estamos de tal modo numa cultura mediada generalizadamente multiparatextual, para-paratextual e interparatextual que você praticamente precisa complexificar a abordagem paratextual para pensar sobre como estas coisas se desenvolvem no tempo, e como a noção de um *evento* é antecipada ou dirigida para ele. Quero explorar e pensar sobre o que acontece se a abordagem paratextual possui um sentido tão preciso, se existem tantos paratextos e cada vez mais paratextos para paratextos, que a abordagem quase limita a si mesma como um foco analítico das relações paratexto-texto, e aonde isso leva.

Depois disso, irei trabalhar em um livro para a I.B. Tauris chamado *Sherlock: Detecting Quality TV*, que irá, em parte, analisar o *fandom* no Tumblr, mas também verificar as noções de *transfandom* em maior profundidade, isto é, as pessoas como fãs de um programa, mas relacionando-o a outros programas e conteúdo de mídia, como ser um fã de Conan Doyle e *Sherlock* de determinadas maneiras. Assim, o que acontece quando os fãs passam por diferentes versões, adaptações e diferentes imaginários para um personagem. Também desejo abordar o trabalho sobre *TV de qualidade*, os discursos de qualidade, da indústria e do *fandom*. A estética da TV tornou-se um tópico central no campo. Meu livro sobre *Sherlock* será bastante parecido com *Triumph of a Time Lord* (Hills, 2010), que destacou certos debates da época, a partir do estudo do *Doctor Who* da BBC do País de Gales. Haverá um capítulo sobre os produtores

de televisão como celebridades, e Benedict Cumberbatch e *Sherlock* como um veículo para o estrelato em relação a Cumberbatch e Martin Freeman... Desse modo, haverá aspectos sobre repensar o estrelato e a celebridade quanto à TV contemporânea de qualidade. Uma variedade de diferentes tópicos, de fato, incluindo os poucos capítulos finais, dirigidos aos estudos de fã. Mencionei antes a ideia do *afetivo-discursivo*, que estou tentando reunir sobre o afeto e o que importa para as pessoas com trabalho sobre a construção discursiva da *qualidade* do drama televisivo. Parte do que o livro sobre *Sherlock* irá fazer é não apenas teorizar a qualidade de um modo particular, mas tentar relacionar isso, de uma maneira inovadora, à noção de *afetivo-discursivo*. Estou trabalhando em várias outras coisas também, mas esses livros são meus principais projetos no momento.

Em longo prazo – e tenho dito isso já há muito tempo, pois desejo dar continuidade a isso, mas continua uma meta para o futuro, já que esses projetos, tais como *Doctor Who: The Unfolding Event* e *Sherlock: Detecting Quality TV*, têm que ser finalizados primeiro –, de qualquer modo, em longo prazo, gostaria de revisar o livro *Fan Cultures* e fazer um livro totalmente novo sobre estudos de fã semelhante a ele; um panorama reflexivo sobre como a área dos estudos de fã tem se desenvolvido e como pode ter outros desenvolvimentos. Assim, esperançosamente, regressarei a *Fan Cultures 2.0*, digamos, ou *Fan Cultures - The Sequel*, em algum ponto. ■

REFERÊNCIAS

- BOOTH, Paul. *Digital Fandom: New Media Studies*. New York: Peter Lang, 2010.
- CAVICCHI, D. *Tramps Like Us: Music and Meaning Among Springsteen Fans*. Oxford: Oxford University Press, 1998.
- CRAWFORD, Gary. *Consuming Sport: Fans, Sport, and Culture*. London and New York: Routledge, 2004.
- HARRINGTON, C. Lee; BIELBY, Denise. *Soap Fans: Pursuing Pleasure and Making Meaning in Everyday Life*. Philadelphia, PA: Temple Univ. Press, 1995.
- HILLS, Matt. Returning to “Becoming-a-Fan” Stories: Theorising Transformational Objects and the Emergence/Extension of *Fandom*. In: DUITTS, Linda; ZWAAN, Koos; REIJNDERS, Stijn. *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures*. London: Ashgate, 2014. p. 9-22.
- . Recoded Transitional Objects and Fan Re-readings of Puzzle Films. In: KUHN, Annette (ed.). *Little Madnnesses: Winnicott, Transitional Phenomena & Cultural Experience*. London: I.B. Tauris, 2013. p. 103-120.
- . *Triumph of a Time Lord: Regenerating Doctor Who in the Twenty-First Century*. London: I. B. Tauris, 2010.

- HILLS, Matt. Patterns of Surprise: The “Aleatory Object” in Psychoanalytic Ethnography and Cyclical *Fandom*. *American Behavioral Scientist*, vol. 48, n. 7, p. 801-821, March 2005. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0002764204273169>
- . *Fan Cultures*. London: Routledge, 2002.
- JENKINS, Henry. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. London and New York: Routledge, 1992.
- OBSESSION_INC. Affirmational *fandom* vs. Transformational *fandom*. *Dreamwidth.org*, 01 de jun. 2009. Disponível em <<http://obsession-inc.dreamwidth.org/82589.html>>. Acesso em: 6 abr. 2015.
- SANDVOSS, C.; KEARNS, L. From Interpretive Communities to Interpretive Fairs: Ordinary *Fandom*, Textual Selection and Digital Media. In: DUITTS, Linda; ZWAAN, Koos; REIJNDERS, Stijn. *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures*. London: Ashgate, 2014. p. 23-34.
- TULLOCH, John; ALVARADO, Manuel. *Doctor Who: The Unfolding Text*. London: Macmillan Press Ltd., 1983.
- TULLOCH, John; JENKINS, Henry. *Science Fiction Audiences: Watching Doctor Who and Star Trek*. London: Routledge, 1995.