

A COMPETÊNCIA MIDIÁTICA NA CULTURA DE FÃS: UMA ANÁLISE DO GRUPO THE HANDMAID'S TALE - BRASIL

MEDIA COMPETENCE IN FAN CULTURE: AN ANALYSIS OF THE HANDMAID'S TALE - BRAZIL

DAIANA SIGILIANO

Doutoranda e mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Membro do grupo do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Arte e Literacia Midiática da Universidade Federal de Juiz de Fora e do Grupo de Pesquisa em Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva da Universidade Federal do Amapá. Pesquisadora do Observatório da Qualidade no Audiovisual e Rede brasileira de pesquisadores de ficção televisiva (Obitel).

E-mail: daianasigiliano@gmail.com

GABRIELA BORGES

Mestre e Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, com estágios nas Universidades Autônoma de Barcelona, Dublin Trinity College e Algarve. Pós-doutora pela Universidade do Algarve, em Portugal. Professora e coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. Coordenadora do Observatório da Qualidade no Audiovisual e integrante da Rede Euroamericana de Alfabetização Midiática, sendo coordenadora da equipe brasileira.

E-mail: gabriela.borges@ufjf.edu.br

SIGILIANO, Daiana. BORGES, Gabriela. A competência midiática na cultura de fãs: uma análise do grupo The Handmaid's Tale - Brasil. Revista GEMInIS, São Carlos, UFSCar, v. 9, n. 3, pp.64-79, set. / dez. 2018.

Enviado em: 25 de novembro de 2018 / Aceito em: 20 de dezembro de 2018

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar as dimensões da competência midiática, proposta por Ferrés e Piscitelli (2015), presentes nas publicações da maior comunidade online de fãs da série estadunidense *The Handmaid's Tale* (2017- atual, Hulu) no Brasil. Criado no Facebook em 2017, o grupo *The Handmaid's Tale – Brasil* reúne atualmente mais de 10 mil membros, os *posts* abrangem informações sobre a trama, links para *download* das temporadas do programa, impressões sobre os episódios, entre outros conteúdos. Conclui-se que os fãs não só compartilham suas impressões e dúvidas sobre os desdobramentos narrativos, mas exploraram novas perspectivas da trama, ressignificando os arcos narrativos.

Palavras-chave: Competência Midiática; Cultura de Fãs; *The Handmaid's Tale*.

ABSTRACT

This paper aims to analyze the dimensions of media competence, proposed by Ferrés and Piscitelli (2015), present in the publications of the largest online community of fans of *The Handmaid's Tale* (Hulu) in Brazil. Created on Facebook in 2017, the group *The Handmaid's Tale - Brazil* currently has more than 10,000 members, posts include information about the plot, links to download the seasons of the program, impressions about the episodes, among other contents. It is concluded that the fans share their impressions and doubts about the narrative unfoldings, explore new perspectives of the plot, resignificating the narrative arcs.

Keywords: Media Competence; Fan Culture; *The Handmaid's Tale*.

**Uma versão anterior deste trabalho foi apresentada na III Jornada Internacional GEMInIS (JIG 2018)*

INTRODUÇÃO

As narrativas ficcionais seriadas estadunidenses produzidas a partir da década de 1990 são norteadas por tramas densas e complexas (MITTELL, 2015; JOHNSON, 2012; SILVA, 2015). De modo geral, as séries apresentam três características centrais. São elas a multiplicidade de arcos narrativos, compostos por microestruturas¹ (cena e episódio) e macroestruturas (arcos e temporada); a hibridação de gêneros e formatos e a construção de personagens com diversas camadas interpretativas (MITTELL, 2015; JOHNSON, 2012; SILVA, 2015). Conforme pontuam Johnson (2012) e Régis *at el.* (2008) as séries contemporâneas exigem uma leitura atenta do público, estimulando habilidades cognitivas, voltadas para a percepção e outros aspectos sensoriais e lógicos.

Porém, apesar da complexidade das tramas os telespectadores têm a possibilidade de participarem de comunidades online, através das redes sociais digitais, fóruns e sites especializados, e repercutindo suas impressões sobre os episódios. De acordo com Johnson (2012, p.92) “Assim como os programas ficaram mais complexos, também os recursos para compreender essa complexidade se multiplicaram. Se alguém, se perde na rede social² de *24 Horas*, sempre poderá encontrar orientação na internet”. Dessa forma, mesmo que o público não compreenda a trama em sua totalidade, ele poderá acessar guias e discussões online, ampliando o seu entendimento sobre o universo ficcional.

Segundo Bennett (2014) e Jenkins (2018) as interações sociais e culturais presentes nestas comunidades online ficam ainda mais nítidas e dinâmicas se observarmos as práticas dos fãs³. Os autores pontuam que os *fandons*⁴ adotam, nas plataformas participativas, modos inovadores de organização, distribuição, discussão e ressignificação dos conteúdos midiáticos. De acordo com Jenkins (2008, p. 340), as práticas da cultura de fãs

1 Segundo Silva (2015, p.129) as microestruturas são “[...] cenas unitárias que se articulam na formação do episódio” e as macroestruturas são “[...] arcos transversais que se entrecruzam na formação das temporadas”.

2 Segundo Johnson (2012) o termo rede sociais representa as conexões entre os personagens de uma série.

3 O termo fã se refere ao sujeito que tem uma relação passional e de profunda admiração por algo (uma franquia de mídia, um filme, uma HQ, etc.) ou por uma pessoa pública (JENKINS, 2018)

4 O *fandom* se refere a um conjunto de fãs, em sua tradução literal o termo faz referência há algo como reino dos fãs, pela presença do sufixo dom proveniente de kingdom (reino). Esta subcultura de fãs é caracterizada pelo sentimento de companheirismo e solidariedade por aqueles que compartilham os mesmos interesses.

surgem “[...] do equilíbrio entre o fascínio e a frustração: se a mídia não nos fascinasse, não haveria o desejo de envolvimento com ela; mas se ela não nos frustrasse de alguma forma, não haveria o impulso de reescrevê-la e recriá-la”. Nesse contexto, ao abranger o domínio de conhecimentos, habilidades e o engajamento em relação aos conteúdos, o *fandom* estabelece um diálogo direto com a competência midiática (HIRSJÄRVI, 2013).

A partir deste contexto, este artigo tem como objetivo analisar as dimensões da competência midiática, proposta por Ferrés e Piscitelli (2015), presentes nas publicações da maior comunidade online de fãs da série estadunidense *The Handmaid's Tale* (2017-atual, Hulu) no Brasil. Criado no Facebook em 2017, o grupo *The Handmaid's Tale – Brasil*⁵ reúne atualmente⁶ mais de 10 mil membros, os *posts* abrangem informações sobre a trama, links para *download* das temporadas do programa, impressões sobre os episódios, entre outros conteúdos. Para a reflexão desta questão, monitoramos os *posts* e comentários publicados no grupo durante uma semana. Como iremos detalhar mais adiante, o período de monitoramento e coleta de dados teve início no dia 11 de julho de 2018, dia em que último episódio da segunda temporada de *The Handmaid's Tale*, intitulado *The World*, foi disponibilizado pelo serviço *on demand* Hulu, e se estendeu até o dia 18 de julho de 2018.

AS PRÁTICAS DA CULTURA DE FÃS NA CONTEMPORANEIDADE

Para Lemos (2013) e Recuero (2002) as comunidades online⁷ são comunidades mediadas por computador (CMC) que se estruturam em torno de plataformas conectadas de interação social. Apesar de seus membros estarem separados geograficamente, as comunidades online possuem algumas características semelhantes às comunidades formadas fora do ciberespaço⁸, tais como a colaboração em prol de objetivos em comum, as trocas comunicativas e o sentimento de pertencimento (intelectual e/ou emocional) (PRIMO, 2011). De acordo com Rheingold (1996), a curadoria é um dos pontos centrais das comunidades online. Como pontua o autor,

Quando surge a necessidade de informação específica, de uma opinião especializada ou da localização de um recurso, as comunidades virtuais funcionam como uma autêntica enciclopédia viva. Elas podem auxiliar os respectivos membros a lidarem com a sobrecarga de informação (RHEINGOLD, 1996, p.82).

5 Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/HandmaidsBrasil/>>. Acesso em: 10 mar. 2019.

6 Se refere a agosto de 2018.

7 Alguns autores se referem ao termo como comunidades virtuais, neste trabalho, por conta do aporte teórico usado iremos adotar o termo comunidades online.

8 Conjunto de redes de telecomunicações criadas com o processo digital de circulação de informação (LE MOS, 2013).

No âmbito das narrativas ficcionais seriadas contemporâneas, estes espaços colaborativos se tornam grandes repositórios de informação, com guias minuciosos de cada episódio, análises da composição visual a partir dos *frames* das cenas, compartilhamento de conteúdos relacionados ao universo ficcional, etc. Como destaca Johnson (2012, p.92), “[...] o mundo *on-line* oferece recursos que ajudam a sustentar uma programação mais complexa [...]”.

Twin Peaks (1990-1991⁹, ABC) foi uma das primeiras séries televisivas a ganhar uma comunidade¹⁰ online. Segundo Jenkins (2008), o fórum foi criado semanas após a exibição da *season première* e rapidamente se tornou uma das maiores e mais ativas listas de discussão da época, com 25 mil usuários cadastrados. Desde o gancho central¹¹ de *Twin Peaks* até o perfil dos personagens estimulavam os telespectadores a trabalharem em conjunto para preencherem as lacunas deixadas propositalmente pelos roteiristas Mark Frost e David Lynch. Porém, as capacidades de organização e de trabalho coletivo da comunidade trouxeram mais exigências para a trama. Cada cena exibida na TV era dissecada, levantando teorias que estavam além das elaboradas pelos roteiristas. Segundo Jenkins (2008, p.34), a partir disso “A televisão teria de se tornar mais sofisticada se não quisesse ficar para trás de seus espectadores mais comprometidos”.

Nas últimas duas décadas os conteúdos compartilhados e as discussões propostas nas comunidades online tem sido o principal viés dos estudos das práticas da cultura de fãs (JENKINS, 2018). De acordo Jenkins *et al.* (2014, p. 56) “[...] os grupos de fãs muitas vezes têm sido inovadores quanto ao uso de plataformas participativas para organizar e responder textos de mídia”. As práticas do público ávido¹² envolvem não só a adaptação das novas tecnologias de comunicação e informação, mas a leitura crítica e criativa dos conteúdos (SANDVOSS, 2005; JENKINS, 2018). Como explica Jenkins (2015, p. 73), “Assistir à televisão como fã envolve níveis de atenção diversos e convoca competências diversas de espectador, diferente de quando se assiste ao mesmo conteúdo de forma casual”. Dessa forma, ao se tornar fã de algo e/ou alguém o sujeito midiático passa a se comprometer de outra forma com o conteúdo em questão, diferente, por exemplo, de um telespectador casual. Para Hirsjärvi (2013) a cultura de fãs estimula o desenvolvimento de várias competências, abrangendo o consumo, a produção e a ressignificação.

As reflexões sobre as tradições epistemológicas da competência midiática ressaltam a pluralidade do conceito (POTTER, 2013; SCOLARI, 2016). Conforme pontua

9 Em 2017 o canal pago Showitme produziu uma nova temporada de *Twin Peaks*, composta por 18 episódios.

10 Refere-se ao fórum alt.tv.twinpeaks.

11 Quem matou Laura Palmer?

12 Aquele que possui uma ligação emocional e intelectual com um conteúdo específico.

Borges (2018) além da abrangência conceitual, que iremos detalhar adiante, o termo também apresenta diversas terminologias. Nos estudos realizados nos Estados Unidos e no Reino Unido a competência midiática é denominada como *media literacy*, em Portugal como *literacia dos media* e no Brasil¹³ como letramento midiático ou alfabetização midiática.

Os levantamentos bibliográficos realizados por Potter (2010, 2013) mostram dezenas de definições e perspectivas sobre a competência midiática. Como explica o autor (2013, p.417),

A revisão bibliográfica sobre a competência midiática ressalta um amplo e complexo conjunto de ideias que apresentam uma variedade considerável no modo como o termo é definido. Entretanto, é interessante notar que estas definições são largamente complementares, isto é, variam principalmente no que enfatizam e quanto fornecem detalhes¹⁴ (livre tradução das autoras).

Essa flexibilidade do conceito se dá pela necessidade dos pesquisadores em acompanharem as transformações da comunicação contemporânea. Em outras palavras, o termo busca refletir e se adaptar as características, as possibilidades e os desdobramentos da ambiência midiática na qual está inserido. Porém, como pontuado por Potter (2010, 2013), Scolari (2016) e Borges (2018) apesar desta pluralidade epistemológica, os estudos sobre a competência midiática ressaltam a combinação de conhecimentos e de práticas políticas, sociais e culturais que habilitam os cidadãos a pensar criticamente sobre os meios de comunicação. Neste trabalho iremos adotar a definição de Ferrés e Piscitelli (2015, p. 3), segundo os autores a competência midiática é uma combinação de conhecimentos, habilidades e atitudes consideradas necessárias para um contexto determinado.

De acordo com Bennett (2014), a popularização das redes sociais digitais no início dos anos 2000 propiciou a emergência de novas formas de produção cultural. De acordo com a autora, a comunicação sempre foi um ponto fundamental na cultura de fãs, porém o atual ecossistema de conectividade permitiu o compartilhamento de conteúdos de modo instantâneo. Através das redes sociais, como o Twitter e o Facebook, o público ávido se mobiliza em torno de questões relacionadas ao universo ficcional das tramas.

¹³ Por conta do percurso metodológico usado neste trabalho, iremos adotar o termo competência midiática, dos pesquisadores Joan Ferrés, Alejandro Piscitelli.

¹⁴ The body of literature about media literacy is a large complex patchwork of ideas that displays considerable variety in the way it is defined. However, it is interesting to note that these definitions are largely complementary, that is, they vary principally in what they emphasize and how much detail they provide.

A conversação em rede¹⁵ destacada por Bennett (2014) pode ser observada nos grupos, ou comunidades, de interesse no Facebook. A criação do Facebook, em 2004, foi primordial para a emergência das redes sociais 3.0¹⁶ (SANTAELLA; LEMOS, 2010). De acordo com Santaella e Lemos (2010, p.59) as RSI¹⁷ 3.0 destacam-se por “[...] sua integração com múltiplas redes, plataformas e funcionalidades através do uso de aplicativos e de mídias móveis”. Nesse sentido, o acesso as plataformas se torna ubíquo, não se restringido a pontos fixos no espaço-tempo. As RSI 3.0 também trazem “[...] um deslocamento temporal radical em direção à experiência midiática de um presente contínuo: na era da mídia *always on* o passado importa pouco, o futuro chega rápido e o presente é onipresente” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 61). As características centrais da arquitetura informacional do Facebook propiciam uma dinâmica contínua e coletiva de renovação e propagação de conteúdos (DIJCK, 2013).

Conforme pontua Dijck (2013), o Facebook permite a criação e a participação de grupos de interesse. O autor ressalta que os grupos são direcionados para discussões e compartilhamento de conteúdos mais restritos e direcionados. Ao criar um grupo o usuário se torna administrador e tem acesso as funções: adicionar e bloquear membros; nomear outros usuários como administradores; moderar as postagens e definir o nível¹⁸ de privacidade das publicações. Os grupos apresentam uma estrutura semelhante a das páginas da rede social, ou seja, mural, álbum de fotos, criação de avisos e enquetes, compartilhamento de arquivos, filtragem de tópicos, etc.

No âmbito das narrativas ficcionais seriadas, os grupos do Facebook são usados para a troca de impressões sobre a trama e temas relacionados à mesma, além do compartilhamento de conteúdos, tais como informações, imagens, vídeos, arquivos, *downloads* ilegais, entre outros. Bennett (2014) ressalta que o atual ecossistema de conectividade também propiciou outros desdobramentos às práticas da cultura de fãs. A autora afirma que a convergência midiática impulsionou o conhecimento e criatividade do público ávido. Através das plataformas colaborativas os fãs podem armazenar, catalogar e construir juntos amplos repositórios sobre os universos ficcionais. Bennett

15 A conversação em rede “[...] surge dos milhares de atores interconectados que dividem, negociam e constroem contextos coletivos de interação, trocam e difundem informações, criam laços e estabelecem redes sociais” (RECUERO, 2014, p.19).

16 Segundo Santaella e Lemos (2010) as redes sociais podem ser categorizadas em três modalidades, Redes 1.1 (coordenação em tempo real entre usuários); Redes 2.0 (entretenimento, contatos profissionais, marketing social) e Redes 3.0 (aplicativos e mobilidade).

17 Abreviação para redes sociais da internet.

18 A privacidade dos grupos do Facebook é definida a partir de três níveis. São eles: Público (aberto a todos os usuários do Facebook, as postagens podem ser visualizadas, respondidas e compartilhadas por membros e não membros); Fechado (qualquer usuário pode encontrar o grupo e pedir para participar, porém ao contrário do Público, apenas os membros podem interagir com os conteúdos publicados) e Secreto (para participar o usuário deve ser convidado pelo administrador e o grupo não é localizado em buscas na rede social. Assim como no Fechado os conteúdos publicados só estão disponíveis para os membros)

(2014) explica que além destes espaços possibilitarem a junção de recursos individuais, onde cada fã contribui de um modo distinto para o todo. Como, por exemplo, o grupo *Grey's Anatomy is Life*¹⁹, dedicado a série estadunidense *Grey's Anatomy* (2005-atual, ABC), que disponibiliza semanalmente o episódio da trama transmitido pela ABC. O conteúdo é traduzido com a ajuda dos membros do grupo e postado, na íntegra, 24 horas após a exibição da série nos Estados Unidos. O grupo também reúne as principais informações sobre os episódios (sinopse, vídeos promocionais, fotos, etc.) e repercute os desdobramentos do universo ficcional.

De acordo com Bennett (2014) ao ampliar o acesso e a produção dos conteúdos midiáticos a cultura da convergência estimulou a criatividade dos fãs. Como explica a autora,

A Internet e as redes sociais facilitaram a propagação, o acesso e a resignificação dos conteúdos produzidos pelos fãs. As novas plataformas têm propiciado, especificamente, a produção de novos conteúdos audiovisuais²⁰ (BENNETT, 2014, p.8) (livre tradução das autoras).

Criado durante a exibição da décima temporada de *The X-Files* (1993-2012 / 2016-2017, Fox) o perfil *The XFiles Abridged*²¹ publicava vídeos no Vine que ironizam os acontecimentos dos episódios. Para reproduzir as sequências da trama o fã usava os *figures actions* dos protagonistas Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson). Os vídeos, com em média 1 minuto de duração, parodiavam o principal arco narrativo do episódio que tinha acabado de ir ar e exploravam novas perspectivas da história. Para divulgar os conteúdos o fã também mantinha perfis no Twitter e no Instagram. Dessa forma, a partir do paratexto o telespectador ávido resignificava o universo ficcional da série.

Bennet (2014) afirma que o atual ecossistema de conectividade ampliou a mobilização organizacional e cívica dos fãs. Por meio de campanhas coletivas os *fandons* protestam, por exemplo, contra o cancelamento das séries e mudanças impostas pelas emissoras. Segundo Grossberg (1991), o ativismo na cultura de fãs vai além do universo ficcional e ganha novos desdobramentos em movimentos relacionados ao feminismo, a homofobia, etc. Nesse sentido, ao se identificar com as discussões ideológicas presentes no programa o público ávido estabelece uma correlação entre

19 Disponível em: <<https://www.facebook.com/Greyanatomyislife/>>. Acesso em: 10 mar. 2019.

20 The Internet and social media has fostered the prospect of these activities within fandom to be circulated more easily and quickly than before, potentially reaching larger audiences, with fan studies scholarship similarly continuing a focus on these activities..

21 Disponível em: <<https://vine.co/TheXFilesAbridged>>. Acesso em: 10 mar. 2019.

a ficção e a realidade (GROSSBERG, 1991). Como, por exemplo, os fãs da série *Sense8* (2015-2018, Netflix) que criaram grupos e sites para discutirem e se organizarem em prol dos direitos LGBTQ+. Em suma, as práticas da cultura de fãs se tornam mais dinâmicas na contemporaneidade. Abrangendo novos modos de produção, propagação, colaboração e ressignificação das narrativas ficcionais seriadas.

O FENÔMENO *THE HANDMAID'S TALE*

Produzida pelo serviço de conteúdo *on demand* Hulu, a série *The Handmaid's Tale* (2017-atual) é baseada no livro homônimo, lançado em 1985, da escritora Margaret Atwood. A trama é protagonizada por June (Elisabeth Moss), uma mulher que é capturada ao tentar fugir para o Canadá com seu marido, Luke (O. T. Fagbenle), e sua filha, Hannah (Jordana Blake). Por ser saudável e fértil, a personagem se torna uma aia e passa a se chamar Offred. A série é ambientada na distopia de Gileade, uma sociedade totalitária que foi anteriormente parte dos Estados Unidos. Após a queda drástica na taxa de natalidade, Gilead passa a ser governada um fundamentalismo religioso que trata as mulheres como propriedade do estado. As poucas mulheres férteis são forçadas à servidão sexual como uma última tentativa de repovoar o mundo.

Poucas semanas após a exibição do episódio piloto, intitulado *Offred*, a série conquistou milhares de fãs, se tornando um fenômeno mundial. Através de fóruns de discussão, sites especializados, perfis nas redes sociais, páginas no Wikia, canais no YouTube e grupos no Facebook o *fandom* repercute o universo ficcional, disponibiliza conteúdos da trama e correlaciona o regime totalitário retratado na série com a contemporaneidade (SIGILIANO; BORGES, 2018).

Criado em 2017, o grupo *The Handmaid's Tale – Brasil* reúne atualmente²² 10.513 membros. Para integrar a comunidade o usuário deverá solicitar a participação na página e responder a duas perguntas. São elas: “qual foi o último episódio de *The Handmaid's Tale* que você assistiu?” e “qual é a sua opinião sobre a série?”. Após a aprovação de um dos quatro administradores, o usuário pode acessar e postar conteúdos no grupo.

O *The Handmaid's Tale – Brasil* é pautado por cinco regras, que estão fixadas na seção *Sobre (About)* do grupo e abrangem desde questões ligadas ao universo ficcional da série até a proibição de ofensas e *bullying*. As normas são: 1) sinalizar através de texto e/ou imagem que o conteúdo contém *spoiler*, independente se a postagem for referente ao último episódio lançado ou a primeira temporada, exibida em 2017; 2) não é permitido postar fotos de cenas da série que contenham desdobramentos importantes

22 Se refere ao dia 12 de outubro de 2018.

para a trama; 3) ser educado e gentil com os membros do grupo; 4) não são tolerados comentários degradantes sobre raça, religião, cultura, orientação sexual, gênero e identidade; 5) e as discussões propostas pelos membros devem ser relacionadas ao universo ficcional da série. Porém, apesar das regras todos os comentários publicados no grupo são monitorados pelos administradores,

Como detalhado anteriormente, os conteúdos postados no *The Handmaid's Tale – Brasil* discutem os desdobramentos do universo ficcional, analisam as sequências e os arcos narrativos dos episódios, correlacionam a ficção com a realidade, e disponibilizam links para *downloads* ilegais dos episódios e legendas em português. De modo geral, os posts mais populares²³ são os relacionados à divulgação de links para assistir e/ou realizar o *download* dos episódios e os que refletem sobre as semelhanças entre o fundamentalismo religioso de Gileade e a contemporaneidade.

Para analisar as dimensões da competência midiática que estão em operação no *The Handmaid's Tale – Brasil* monitoramos as atividades do grupo durante uma semana, de 11 de julho de 2018, dia em que último episódio da segunda temporada da série, foi disponibilizado pelo Hulu, até o dia 18 de julho de 2018. A abordagem metodológica de coleta e mineração dos dados adotada neste artigo é composta por duas etapas (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011; SIGILIANO; BORGES, 2017). Inicialmente monitoramos todos os *posts* e comentários publicados no grupo, nesta etapa foram coletamos, manualmente, 52 *posts* e 5.103 mil comentários. Posteriormente, os dados foram minerados, manualmente sem a ajuda de *softwares*, a partir do seu contexto de conversão, agrupando os conteúdos de acordo com suas idiossincrasias, em busca de similaridades, dissimilaridades, padrões e peculiaridades.

Para operacionalizar metodologicamente as discussões sobre a competência midiática, Ferrés e Piscitelli (2015, p. 8-14) definiram seis dimensões, são elas a linguagem, a ideologia e valores, a estética, a tecnologia, os processos de interação e de produção e difusão, a partir das quais os indicadores são elaborados. Estes indicadores se relacionam tanto com a forma como as pessoas recebem e interagem com as mensagens (âmbito de análise), quanto ao modo como as mensagens são produzidas pelas pessoas (âmbito de expressão). É fundamental ressaltar que as dimensões estabelecidas pelos autores estão inter-relacionadas, dessa forma esta separação é feita para que possamos analisar didaticamente cada uma delas.

Apesar da análise apresentada neste artigo se aprofundar nas dimensões da ideologia e valores e da tecnologia, as outras quatro dimensões propostas por Ferrés e Piscitelli (2015) também estão presentes no *The Handmaid's Tale – Brasil*. A linguagem

23 Com maior número de comentários e curtidas.

permeia todos os conteúdos publicados no grupo, desde a repercussão dos fãs sobre os episódios até as intertextualidades dos memes. Os processos de interação podem ser observados no constante monitoramento dos administradores e nas regras de conduta que são adotadas pelos membros do grupo. Em relação à dimensão dos processos de produção e difusão podemos destacar as discussões sobre os desdobramentos narrativos e o processo colaborativo que envolve a disponibilização de links para *download* dos episódios. Por fim, a estética está presente nas análises realizadas pelos fãs e nas correlações com outros conteúdos tais como filmes, documentários e a obra literária de Margaret Atwood.

A IDEOLOGIA E VALORES E A TECNOLOGIA NO GRUPO *THE HANDMAID'S TALE* – BRASIL

De acordo com Ferrés e Piscitelli (2015, p.13) no âmbito da análise a dimensão da ideologia e valores se refere à capacidade de detectar os estereótipos, sobretudo de gênero, raça, etnia, classe social e religião refletindo criticamente sobre suas causas e consequências. A capacidade de gerir as próprias emoções em função da ideologia e valores que estão presentes nos conteúdo midiáticos e também de reconhecer os processos de identificação com os personagens e as situações das histórias. No âmbito da expressão Ferrés e Piscitelli (2015, p.14) pontuam a capacidade de usar as “[...] novas ferramentas comunicativas para transmitir valores e contribuir para a melhoria do ambiente em que vivemos, como uma atitude de compromisso social e cultural” e de se comprometer como cidadão de modo responsável na cultura e na sociedade.

Um dos temas mais abordados no grupo é a proximidade do universo ficcional de *The Handmaid's Tale* com a contemporaneidade. De acordo com Grossberg (1991) o engajamento dos fãs em torno de histórias ficcionais vai além do paratexto e envolve também as reflexões ideológicas exploradas no conteúdo. A partir de notícias factuais o público correlacionava os arcos narrativos da série com questões relacionadas ao machismo, ao sexismo, ao feminicídio, etc. Como, por exemplo, a publicação feita em 12 de julho de 2018, que destacava a declaração do atual prefeito da cidade do Rio de Janeiro, Marcelo Crivella. Na reportagem, o político diz que apenas o “Brasil evangélico é que vai dar jeito nessa pátria”. Na trama do Hulu, várias cidades dos Estados Unidos são dominadas pelo fundamentalismo religioso de Gileade. Nos comentários da publicação, os fãs criticaram a postura de Crivella e postaram a imagem de June (Elisabeth Moss) com a palavra *Resist* (resista no português). A protagonista de *The Handmaid's Tale* se tornou um dos símbolos do movimento feminista e é constantemente usada em manifestações (SIGILIANO; BORGES, 2018).

Figura 1: Os fãs correlacionam a fala do pastor e prefeito do Rio de Janeiro Marcelo Crivella com o universo diatópico de *The Handmaid's Tale*.



Fonte: Dados da Pesquisa / *The Handmaid's Tale* – Brasil (2018).

Os fãs também compartilharam notícias sobre feminicídios juntamente com trechos da obra de Margaret Atwood, memes ironizando o presidente estadunidense Donald Trump e imagens de uma reportagem de 1955, intitulada “O guia da boa esposa” (livre tradução) da revista *Housekeeping Monthly* que dava dicas de como ser uma esposa “exemplar”. Dessa forma, os fãs estabeleciam uma relação intrínseca entre os principais temas explorados na série e as notícias atuais. Os conteúdos publicados não só correlacionavam a ficção e a realidade, mas ampliavam e ressignificavam a trama. Isto é, a figura e trajetória das personagens da atração eram usadas pelos telespectadores para exemplificar as possíveis motivações e consequências das notícias. Os fãs também criaram memes com as fotos de Donald Trump e Melania Trump, fazendo referências ao emblemático traje vermelho das aias.

Figura 2: Os fãs ironizam Donald Trump e comentam sobre a reportagem da revista *Housekeeping Monthly*.



Fonte: Dados da Pesquisa / *The Handmaid's Tale* – Brasil (2018).

Outro ponto que dialoga com a dimensão da ideologia e valores são os dobramentos das postagens no grupo. A partir dos contextos das notícias os fãs refletiam juntos sobre diversos temas relacionados à história da série (atitudes dos personagens, diálogos, cenas, etc.) e também discutiam sobre outros acontecimentos (notícias, reportagens, etc.) nacionais e internacionais próximos as temáticas abordadas na publicação. Nesse sentido, as postagens estimulavam o debate colaborativo, em que cada fã contribuía para a ampliação do universo ficcional de *The Handmaid's Tale*.

Segundo Ferrés e Piscitelli (2015, p.10) a dimensão da tecnologia no âmbito da análise abrange a “[...] compreensão do papel que a tecnologia da informação e da comunicação desempenha na sociedade e os seus possíveis efeitos” e a habilidade para interagir de maneira significativa em ambientes digitais conectados possibilitando uma comunicação multimídia e multimodal. Os autores pontuam a dimensão no âmbito da expressão se refere à capacidade de manusear, adaptar, elaborar e editar conteúdos midiáticos em um ambiente hipermidiático e multimodal (FERRÉS; PISCITELLI, 2018).

Como ressaltamos anteriormente o grupo *The Handmaid's Tale – Brasil* é pautado por cinco regras, duas delas estão diretamente relacionadas aos pontos discutidos por Ferrés e Piscitelli (2015). Segundo as normas do grupo é fundamental que o fã indique no início da postagem que o conteúdo contém *spoiler* e que todas as discussões estejam relacionadas ao universo ficcional da série. Dessa forma, os administradores e, conseqüentemente, os membros que seguem estas regras compreendem a importância das medidas para o bom funcionamento do grupo.

De modo geral, os 5.103 mil comentários analisados durante o período de monitoramento exploravam diversos recursos tais como textos, imagens, *hiperlinks*, vídeos e *gifs*. Os fãs também produziam conteúdos que ressignificavam a trama do Hulu. Os memes apresentavam camadas interpretativas que relacionavam o universo ficcional com questões como, por exemplo, o feminismo, o sexismo, o direitos das mulheres e da igualdade de gênero.

Presente em grande parte dos *posts* publicados pelos fãs, o compartilhamento de *downloads* ilegais e legendas dos episódios de *The Handmaid's* ressalta não só a capacidade curadoria dos membros, mas de compreensão do ambiente digital. Horas após o lançamento do episódio pelo Hulu os fãs criavam *posts* com os principais links para *download* e sites que disponibilizavam o conteúdo para ser assistido online. Dessa forma, os membros selecionavam as melhores opções para consumir a série. As legendas eram postadas cerca de três dias após o lançamento, alguns fãs hospedavam o arquivo em suas contas pessoais de serviços de armazenamento e sincronização (Google Drive, Dropbox, Hubic, etc.) para facilitar o acesso dos membros do grupo.

Figura 3: Os fãs tiram as dúvidas de outros fãs sobre como acessar os episódios da série.



Fonte: Dados da Pesquisa / *The Handmaid's Tale* – Brasil (2018).

Nos *posts* também eram publicados pequenos tutoriais com passo a passo de como realizar o *download* dos conteúdos. Os fãs sistematizavam as principais dúvidas e dicas de como acessar os episódios. Dessa forma, as postagens do *The Handmaid's Tale – Brasil* ajudavam os membros ao adaptarem os recursos do grupo a partir de suas necessidades, explorando diversos formatos e linguagens. As publicações relacionadas aos *downloads* também reforçavam a compreensão do acesso a conteúdos ilegais, buscando soluções para assistir ao episódio, já que o Hulu não está disponível no Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os conteúdos publicados no *The Handmaid's Tale – Brasil* durante o período de monitoramento reforçam o diálogo entre a competência midiática e as práticas da cultura de fãs. Isto é, as postagens ressaltam a compreensão crítica e a produção criativa dos telespectadores ávidos. Nesse contexto, os fãs conhecem profundamente o universo ficcional, e repercutem sobre os acontecimentos da trama e os desdobramentos dos arcos narrativos. As publicações também chamam a atenção para a leitura crítica do público que correlaciona o mundo ficcional com a contemporaneidade, aprofundando temas pertinentes como o feminicídio e a igualdade de gênero.

Os fãs de *The Handmaid's Tale* ressignificam a série através de memes e montagens. As imagens e *gifs* apresentam diversas camadas interpretativas e exploram novas perspectivas da atração. Além da leitura crítica e da produção criativa, os fãs também realizam a curadoria e tutorias que facilitam o acesso aos episódios da série. Os *posts* tiravam as dúvidas e indicavam a melhor forma de assistir ao conteúdo, cada dificuldade dos fãs eram prontamente respondidas pelos membros do grupo. Dessa forma, o *The Handmaid's Tale – Brasil* tem amplo entendimento das capacidades multimodais e colaborativas do ambiente digital.

REFERÊNCIAS

BENNETT, L. Tracing Textual Poachers: reflections on the development of fan studies and digital fandom. In **Journal of Fandom Studies**, v. 2, n.1, p.5-20, 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/2Gywpfh>>. Acesso em: 10 mar. 2019.

BORGES, G. **A literacia midiática no campo da comunicação.**

In Aula Magna, Universidade Federal Fluminense, Niterói. Programa de Pós Graduação em Mídia e Cotidiano, 2018.

DIJCK, J. V. **The culture of connectivity: a critical history of social media.** Oxford University, 2013.

FRAGOSO, S; RECUERO, R; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, 2011.

GROSSBERG, L. Is There a Fan in the House? The Affective Sensibility of Fandom. Lewis, Lisa (Org). **The adoring audience: fan culture and popular media.** Routledge, UK, p.50-68, 1992.

HIRSJÄRVI, I. Alfabetización mediática, fandom y culturas participativas. Un desafío global. In **Anàlisi Monogràfic**, n.48, p. 37-48, 2013. Disponível em: < <https://ddd.uab.cat/record/112869>>. Acesso em: 10 mar. 2019.

JENKINS, H. **Cultura da convergência.** 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, H. *et al.* **Cultura da Conexão - Criando Valor e Significado por Meio da Mídia Propagável.** São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, H. Fandom, Negotiation, and Participatory Culture. In BOOTH, P. (Ed.). **A Companion to Media Fandom and Fan Studies.**Oxford: John Wiley & Sons,p. 38-55, 2018.

JOHNSON, S. **Tudo que é ruim é bom para você: como os games e a TV nos tornam mais inteligentes.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

LEMOS, A. **Cibercultura - tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** 6 ed. Porto Alegre: Sulina, 2013

MITTEL, J. **Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling.** New York: NYU Press, 2015.

POTTER, J. The State of Media Literacy. In **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, v. 54, n.4, p. 675-696, 2010. Disponível em:

<<https://bit.ly/2q6yVyW>>. Acesso em: 10 mar. 2019.

POTTER, J. Review of Literature on Media Literacy. In **Sociology Compass**, Oxford, v. 7, n.6, p.41-435, 2013. Disponível em: <<https://bit.ly/2EAX0ws>>. Acesso em: 10 mar. 2019.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador** - comunicação, cibercultura, cognição. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RECUERO, R. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

RECUERO, R. **Comunidades virtuais** - Uma abordagem teórica. DORNELLES, B. (Org.). Mídia, imprensa e novas tecnologias. Porto Alegre: Edipucrs, 212-240, 2002.

RÉGIS, F. *et al.* Seriados de TV e desenvolvimento de competências cognitivas: uma análise das séries “Perdidos no Espaço” e “Lost”. In **Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 6, n.2, p. 160-173, 2008. Disponível em: <<https://bit.ly/2S3IAE0>>. Acesso em: 10 mar. 2019.

REINGOLD, H. **A comunidade virtual**. Lisboa: Gradiva, 1996.

SANDVOSS, C. **Fans: The mirror of consumption**. Cambridge: Polity, 2005.

SANTAELLA, L; LEMOS, R. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.

SCOLARI, C. A. Transmedia Literacy: Informal Learning Strategies and Media Skills in the New Ecology of Communication . In **Revista Telos** - Cuadernos de Comunicación e Innovación, 2016, 1-9. Disponível em: <<https://goo.gl/1KtnZD>>. Acesso em: 10 mar. 2019.

SIGILIANO, D; BORGES, G. Competência midiática: O ativismo dos fãs de *The Handmaid's Tale*. In **Comunicação & Inovação**, São Caetano do Sul, v.19, n.40, p. 106-122, 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/2PeuX58>>. Acesso em: 10 mar. 2019.

SILVA, M. Origem do drama seriado contemporâneo. In **Matrizes**, v.9, n.1, p. 127-143, 2015. Disponível em: <<https://bit.ly/2R2gcj0>>. Acesso em: 10 mar. 2019.