

Mulher-Maravilha no Brasil: fãs, feminismo e práticas nas redes sociais^[*]

Wonder Woman in Brazil: fans, feminism and social media practices

Nayara Carla Domingos^[**]
nayarac.domingos@gmail.com

Clarice Greco^[**]
claricegreco@gmail.com

RESUMO

O artigo analisa as atividades de fãs da Mulher-Maravilha nas redes sociais. A partir do conteúdo criado e compartilhado pelos fãs em duas comunidades no Facebook, observamos parâmetros na circulação de conteúdo voltado à personagem e à cultura pop, bem como as interações dentro do *fandom*. Em exploração argumentativa, utilizamos exemplos de postagens, sites e redes sociais que contribuem com a análise de comportamento dos fãs em relação à interação digital, como criação de conteúdo (*fanfics e fanarts*), emancipação feminina e outras relações de afeto. Utilizamos autores como Booth (2010) e Jenkins (2009 e 2015), dentre outros que nos auxiliarão a compreender a cultura participativa dos fãs da Mulher-Maravilha.

Palavra-chave: fãs; Mulher-Maravilha; cultura popular; redes sociais.

ABSTRACT

The article aims to analyze the online activities of Wonder Woman fans in Brazil. The analysis comes from two communities created by Brazilian fans on Facebook. Based on the content created and shared by fans in these communities, we will analyze the circulation of content focused on the character and pop culture, as well as the interactions within the fandom. We also use some other examples of websites and social networks that contribute to the analysis of fan behavior in relation to digital interaction, such as content creation (fanfics and fanarts), women empowerment and other types of affection. We use authors like Booth (2010) and Jenkins (2009 and 2015), among others that will help us understand the participatory culture of Wonder Woman fans.

Keyword: fans; Wonder Woman; Facebook; collecting; social network.

^[*] Este artigo é um recorte das pesquisas desenvolvidas em projeto de pesquisa mais amplo, intitulado “O consumo cultural de fãs: Produtos audiovisuais, cosmopolitismo e juventude”, desenvolvido com Auxílio Regular FAPESP, Processo n. 2018/11635-0.

^[**] Universidade Paulista (Unip). Praça Dom José Gaspar, 30 - República - São Paulo/SP.

Introdução

Este artigo traz reflexões sobre a participação de fãs em comunidades dedicadas a uma das principais personagens femininas das Histórias em Quadrinhos: a Mulher Maravilha, da DC Comics. Se de início sua única mídia eram as HQ's, hoje a personagem ganhou outros espaços, inclusive no cinema, com o primeiro longa da Mulher-Maravilha que alcançou boas críticas e aumentou ainda mais o entusiasmo dos fãs.

Com o objetivo de compreender as práticas de interação e de consumo dos fãs do universo da Mulher-Maravilha, nos dedicamos a verificar o comportamento dos fãs, os conteúdos que são publicados na rede social Facebook e em outras redes sociais que possam contribuir com o estudo. A proposta deste artigo é realizar uma exploração argumentativa, a fim de demonstrar as diversas atividades de fãs nas redes sociais, suas relações e significados. Para a construção do argumento, traremos exemplos de postagens retiradas de duas comunidades criadas pelos fãs brasileiros na rede social Facebook: Mulher-Maravilha Brasil e Mulher-Maravilha Brasil Fãs.

Para a seleção das duas comunidades buscamos títulos que destacassem o *fandom* brasileiro da Mulher-Maravilha, por este critério duas comunidades do Facebook se destacaram: Mulher Maravilha Brasil (9.022 membros) e Mulher Maravilha Brasil Fãs (4.383 membros). Embora existam outras comunidades, algumas mantêm pouca interação, tem poucos membros ou são dedicadas exclusivamente às atrizes que interpretaram a personagem e/ou ao filme lançado em 01 de junho de 2017 (data de lançamento no Brasil). A frequência de postagens e a participação dos fãs também foram levadas em conta. Em relação a esse critério, houve acompanhamento diário durante sete meses (de outubro de 2019 até abril de 2020).

Nossa pesquisa buscou ainda articular o *fandom* brasileiro com a trajetória da personagem. Para tanto, observamos publicações que relacionam a história da personagem de modo geral e os movimentos dentro do *fandom*: fanfics: *fanarts*, *cosplays*, colecionismo e tantos outros vínculos que os fãs demonstram com a personagem favorita.

Para a compreensão dos processos e práticas na comunidade de fãs recorreremos a autores como Hills (2002), Booth (2010), Fiske (2017) e Jenkins (2009 e 2015). Fiske e Jenkins nos auxiliarão a compreender as práticas dos fãs da Mulher-Maravilha à luz dos Estudos Culturais. Superadas as definições de fãs como indivíduos obsessivos ou 'fanáticos', o olhar sobre o fã foi ganhando um novo sentido ao longo dos anos, graças aos Estudos

Culturais, e, distante de comportamento patológico, essa nova compreensão está relacionada às práticas dos fãs e como elas carregam significados e contribuições culturais (Jenkins et al., 2015). A produção de sentidos entre os fãs da Mulher Maravilha foi analisada a partir de exemplos de práticas diversas comumente endereçadas nos estudos de fãs, a saber: a produção de conteúdo (criação de fanfics, *fanarts*, etc), performances (*cosplay*, colecionismo) e interação (compartilhamento de informações).

Esta pesquisa tem como base a Cultura Participativa dos Fãs (Jenkins et al., 2015) e a linha de pesquisa é exploratória, argumentativa e qualitativa, uma vez que a intenção foi realizar um estudo interpretativo em relação aos comportamentos, hábitos e costumes dos fãs da Mulher-Maravilha (Dezin e Lincoln, 2006). Como apoio dessa interpretação também se fez necessárias as teorias de gênero, já que os fãs da Mulher-Maravilha a interpretam intermediando ideologias feministas, que representam o poder, a coragem e a força da mulher em diferentes quadros sociais. São atributos que compõem a heroína desde as HQ's e concomitantemente representam também uma forma de emancipação e empoderamento das mulheres.

A origem e os atributos da personagem

Desde 1941, ano em que foi criada, a Mulher-Maravilha representou a inclusão feminina no mundo das HQ's. Leitoras passaram a se ver representadas por uma personagem forte, guerreira, inteligente e com outros atributos que eram frequentemente atribuídos apenas aos super-heróis, e, conseqüentemente, ao público masculino. Embora a personagem tenha sido constantemente relacionada às ideologias feministas, seus primeiros traços traziam algumas características masculinas (imagem 1).

A personagem subverte a ideia de donzela em perigo e é protagonista quando o assunto é proteger os mais fracos, sendo inclusive a melhor guerreira de Temiscira, ilha onde nasceu. O local é tão representativo quanto a personagem, já que a ilha é ocupada apenas por mulheres, e, dessa forma, estariam protegidas do patriarcado.

Ao longo de sua história, a Mulher-Maravilha passou por várias transformações. No início, suas características eram mais masculinizadas, muito por conta da ideologia dominante da época. No entanto, a cultura popular tem papel de suma importância nas inovações da heroína, pois é a cultura popular que viabiliza relações dinâmicas entre os fãs e os objetos de afeto. Tais relações vão além de uma simples circulação de produtos ou de colecionismo,



Imagem 1. Primeiros traços – Mulher-Maravilha.

Image 1. First traits - Wonder Woman.

os fãs promovem negociações e novos significados para a personagem, fruto da identidade e do envolvimento que os fãs criam com seu objeto de afeto (Fiske, 2017).

A primeira protagonista da DC foi criada por William Moulton Marston e Harry G. Peter. Os autores almejavam criar uma personagem que lutasse pelo amor e pela paz. A princesa da Amazona, como também é conhecida a personagem icônica da Mulher-Maravilha, ganhou vida durante a Segunda Guerra Mundial. O intuito dos autores era criar uma personagem que não usasse apenas a força bruta. Surge então um dos seus principais acessórios: o laço da verdade. O acessório é inquebrável, com elasticidade infinita, sua função é de controlar as pessoas para que confessem verdades que jamais seriam confessadas de maneira natural.

Muitas referências da vida de Marston foram levadas para a história da Mulher-Maravilha. Marston nasceu em Massachusetts em 1893, foi psicólogo, filósofo, acadêmico e inventor do polígrafo (que é referenciado na história da Mulher-Maravilha pelo laço da verdade). Além disso, ele teve uma vida completamente fora dos padrões da época, muito por conta do seu relacionamento bígamo com Sarah Elizabeth Holloway e Olive Byrne.

Elizabeth estudou na faculdade Mount Holyoke,

em Massachusetts. Primeira faculdade feminina dos Estados Unidos. Sadie, como era conhecida Elizabeth, se interessava muito por mitologia grega, que inspirou características de origem da Mulher-Maravilha. De acordo com a mitologia grega, as Amazonas eram mulheres fortes, guerreiras e independentes, governadas pela rainha Hipólita. Sadie trouxe tais características de independência e “rebeldia” para a própria vida, quando em 1911 associou as Amazonas a qualquer mulher que deixara o ambiente doméstico para ir à faculdade (Lepore, 2017, p. 188).

Olive Byrne, segunda esposa de Marston, também era muito ligada ao movimento feminista, assim como o próprio Marston e Elizabeth Holloway. Olive era sobrinha de Margareth Sanger e filha de Ethel Byrne. Quando ainda no movimento Sufragista as mulheres lutavam pelo direito ao voto, Margareth Sanger e Ethel Byrne já pensavam em causas feministas que iam além. Elas criaram a primeira clínica de controle de natalidade dos Estados Unidos.

Marston, Elizabeth e Olive também foram muito influenciados pela vida acadêmica. Marston era professor em Harvard, e fazia questão que suas salas fossem formadas por mulheres. Em uma das palestras que Marston assistiu próximo ao campus, estava Emmeline Parkhurst, uma das fundadoras do movimento Sufragista.

Emmeline discursou sobre a falta de direitos das mulheres comparando a submissão às amarras e correntes impostas pelo patriarcado. 30 anos depois, amarras e correntes também foram levadas para a história da Mulher-Maravilha, que é sempre amarrada em posições exóticas, também fruto da liberdade que Marston e suas esposas não só defendiam, mas praticavam, já que eram também adeptos da amarração erótica (Lepore, 2017).

Além do laço da verdade, dentre suas forças e poderes, se destaca o bracelete da vitória, que é capaz de desviar balas, raios e outros projéteis. O bracelete também foi influência de sua esposa Olive, que tinha o hábito de usar o acessório (Lepore, 2017).

Marston e suas esposas eram defensores dos direitos das mulheres e estavam muito envolvidos com os primeiros movimentos feministas. Todas essas referências influenciaram a criação e a trajetória da Mulher-Maravilha.

Filha da rainha Hipólita, criada a partir do barro, graças aos deuses gregos, que conceberam o dom da vida, Mulher-Maravilha é a primeira Amazona que não foi concebida por um homem. O aspecto familiar merece destaque na história da Mulher-Maravilha, se compararmos a sequência de criação da DC, em 1938 foi lançado o Super-Homem, em 1939 o *Batman* e na sequência, em 1941 foi lançada a Mulher-Maravilha. Tanto o Super-Homem



Imagem 2. Mulher-Maravilha – Acessórios e habilidades.
Image 2. Wonder Woman – Accessories and Skills.

quanto o *Batman* são órfãos. O primeiro, afastado de seu planeta ainda criança, enquanto *Batman* fica órfão após um assalto em que seus pais são assassinados. A Mulher-Maravilha é a única personagem dessa sequência que tem o aspecto familiar forte, a personagem é construída de maneira muito ligada à sua identidade e ao seu povo.

Enquanto algumas características de sua origem se mantiveram, outras foram alteradas. Nas HQ's dos Novos 52, Daiana passa a ser filha de Hipólita e Zeus, o que alterou a ideia de a personagem ser concebida do barro. É também nessa nova fase que a Mulher-Maravilha se envolve com o Super-Homem, diferente da HQ original na qual Mulher-Maravilha se apaixonava por Steve Trevor, um piloto que após sofrer um acidente e cair na ilha Themyscira é salvo por ela.

Produção e interação dos fãs nas redes sociais: performances e práticas

Desde o ano em que foi criada, a Mulher-Maravilha não parou de crescer e de conquistar cada vez mais fãs, principalmente as mulheres, por ser construída como personagem que representa o poder feminino. Por isso, é comum vermos o nome de Diana Prince, a Mulher-Maravilha, ligado aos atributos de uma personagem forte, guerreira e independente.

Deve-se considerar que a sociedade foi por muito tempo exclusivamente embasada nas configurações do patriarcado. Nesse contexto histórico-social, a mulher era

figura voltada especificamente ao ambiente privado, onde deveria cuidar da casa e dos filhos. Ainda nesse sentido, no século XVIII, se propagou a ideia de que o amor materno deveria ser primordial, e por muito tempo, acreditou-se que a mulher só seria completa ao constituir matrimônio e exercer a maternidade (Coutinho, 2008).

No entanto, as demandas sociais e econômicas foram se transformando. Em um primeiro momento, os homens ficaram encarregados de ir às guerras, o que provocou a saída das mulheres do ambiente privado. Dessa maneira, elas ocuparam pela primeira vez posições nas fábricas e indústrias. Contudo, após o fim das guerras, os maridos voltariam aos seus postos, o espaço público. Em contrapartida, as mulheres deveriam retornar ao espaço privado, cuidar dos filhos e da manutenção da família. Os homens ocupariam novamente o papel de provedor (Simões e Hashimoto, 2012).

Décadas depois, o modelo de vida da mulher mudaria mais uma vez, resultado de muitos anos de luta, e novas demandas do mercado. Se da primeira vez, por conta das Guerras Mundiais, as mulheres saíram do ambiente privado, dessa vez as configurações se tornaram mais complexas, visto que exercer uma profissão na figura de mulher contemporânea significa encarar dupla ou tripla jornada: as mulheres devem cuidar da família, estudar e desempenhar suas profissões. Profissões muitas vezes definidas como “adequadas às mulheres”, categorização que exprime resquícios da imposição histórica que as mulheres sofreram.

A esse respeito, levantamos algumas profissões exercidas pela personagem da Mulher-Maravilha sob a identida-

de secreta de Diana Prince. A personagem se coloca em diferentes profissões: enfermeira, secretária, agente do Departamento de Defesa e dona de uma boutique de moda.

Destacamos aqui a profissão de enfermeira, já que no fim do século XIX era uma das únicas profissões autorizadas para as mulheres. Segundo Costa (2018), um dos motivos para tal imposição é que historicamente, quando as mulheres pertenciam exclusivamente ao espaço privado, elas também deveriam cuidar das pessoas mais velhas e/ou doentes, e isso se estendeu ao mercado de trabalho nas primeiras experiências femininas.

Com mudanças contínuas, vale também salientar que a presença da mulher no mercado de trabalho, na política e em lugares que antes eram ocupados apenas pelos homens, acarreta aspectos positivos e negativos. No que tange aos pontos positivos, desempenhar uma profissão não deixa de ser uma atividade emancipatória. A ocupação profissional confere às mulheres o poder de escolha em diferentes sentidos: se casar ou não; ter filhos ou não, e mais do que isso, a mulher participa de ambientes sociais e culturais construindo e ocupando cada vez mais posições igualitárias.

Por outro lado, a entrada da mulher nessas esferas sociais não foi proporcional ao aumento da participação masculina nas atividades domésticas e familiares. Portanto, essa ampliação da participação da mulher traz sobrecargas psíquicas, físicas e emocionais, visto que, como mencionado, muitas vezes as mulheres exercem dupla ou tripla jornada. Além de questões como a diferença salarial por gênero, ainda evidente. Esses são apenas alguns exemplos de desigualdade de gênero na contemporaneidade (Costa, 2018). Com isso, a referência à mulher sobrecarregada como ‘Mulher Maravilha’ ou ‘Guerreira’ carrega em si uma distorcida ideia de empoderamento.

Nas HQ’s, essa igualdade pode ser representada pelos atributos da personagem, uma heroína tão forte quanto os super-heróis, capaz de se proteger, de se sustentar e de tomar decisões sobre sua vida privada. Além disso, a Mulher-Maravilha encontra meios de simbolizar “o que é ser mulher” (segunda onda do feminismo). Levando em conta que os fãs transitam por diferentes mídias e praticam diferentes formas de consumo, seja enquanto leitores, espectadores e/ou internautas, eles também fazem diferentes leituras do mesmo objeto, muitas vezes associando-o às questões sociais, políticas e culturais (Cancelini, 2015). A partir disso, os próprios fãs atrelam a Mulher-Maravilha à ideologia do feminismo, e, além disso, utilizam as redes sociais para dar continuidade a essa mobilidade política de maneira cada vez mais expansiva, conectando a per-

sonagem aos recortes da terceira onda do movimento (mulheres negras\inclusão da comunidade LGBT).

Um dos exemplos comuns de produção desses fãs são as *fanfictions*, ou *fanfics*, como são popularmente conhecidas. Inicialmente, as *fanfics* eram publicadas em *fanzines* e, com a expansão da internet, as narrativas passaram a ser publicadas em *blogs*, sites e outras plataformas digitais. Além da interação com outros fãs, a rede social amplia a interação dos fãs com seu objeto. Nesse sentido, a carga simbólica que a Mulher-Maravilha carrega estimula diferentes vinculações nas redes sociais, que, por sua vez, provocam o ativismo dos fãs em busca de direitos civis e representação.

Além da relação fãs-objeto, existe a relação usuários-rede social, já que as ações e reações são mediadas pelo Facebook. Vale salientar que enquanto instituição, o Facebook cria cada vez mais meios que impulsionam usuários a interagir com outros usuários e com a própria rede.

De acordo com Mark Zuckerberg, um dos fundadores do Facebook, o site tem como missão construir uma web onde “o padrão é social” para tornar o mundo mais aberto e conectado (Dijck, 2013, p. 22). Para cumprir esse propósito, o Facebook disponibiliza diversos recursos que reconstróem as relações sociais trazendo-as para o ambiente digital.

Ainda sobre isso, vale considerar que as estratégias de usabilidade, ou seja, a disposição dos recursos também infere na relação cotidiana dos usuários com a rede. Desenvolvedores e designers pensam em estratégias que garantam o bom posicionamento dos recursos a fim de que a navegação seja facilitada ao máximo, pois essas estratégias tendem a aumentar interatividade dos usuários e a circulação de conteúdo (Bucher e Helmond, 2018).

No entanto, a liberdade proporcionada no Facebook também é limitada. Embora o site permita a criação de perfis e a facilidade em personalizá-los com fotos, descrições; criar uma rede de amigos, onde é possível adicionar, excluir e bloquear, dentre outros recursos (...) existe também o outro lado, onde impera a privacidade: quanto mais os usuários ficam conectados, quanto mais os recursos do Facebook são utilizados, mais dados esses usuários fornecem aos administradores da rede.

Portanto, a interação e a interconectividade no Facebook alcançam duas instâncias: o compartilhamento de informações públicas, aquelas que a interface deixa visível, e aquela privada, que diz respeito ao controle de informações (Dijck 2013).

Em suma, como explica Dijck (2013, p. 2) “as mídias sociais estão longe de serem plataformas neutras, elas estão

afetando as condições e as regras de interação social. Portanto sua lógica merece ser examinada em detalhes para compreender melhor seu impacto em vários domínios”.

Nesse sentido, a interconectividade se dá por relações complexas. Como analisado, os incentivos e as estratégias obedecem diferentes lógicas. No que diz respeito ao Facebook, desenvolvedores e *designers* traçam estratégias que estão ocultas, e que dizem respeito à lógica de programação, processos que envolvem algoritmos que de alguma forma direcionam a interação dos usuários em diferentes instâncias. Embora alguns usuários usem o Facebook de maneira mais comedida, a intenção dos desenvolvedores é a de que seu uso seja cada vez mais atrativo, afinal é a interação e a circulação de conteúdo que garantem ao Facebook o capital social.

Nesse cenário de diferentes maneiras de se relacionar, o Facebook oferece aos usuários recursos mais convencionais (curtir, comentar e compartilhar) e também experiências mais completas: usuários participam de eventos sociais criados no Facebook; de diversas comunidades, ou ainda, interagem por meio de atividades mais pessoais criando *stories* ou atividades que ficam visíveis no *status*. Essas interações também estão relacionadas às estratégias discursivas e performativas, obedecendo à lógica de comunicação e de sociabilidade do Facebook (Dijk, 2013).

A esse respeito, a cultura participativa tem um importante papel dentro do *fandom*, e que reflete no modo como os fãs utilizam as redes sociais. É interagindo com outros fãs, gerando e compartilhando conhecimento que o *fandom* adquire tal distinção. Essa distinção é vista também no processo criativo, uma vez que os fãs incluem particularidades em suas produções colocando em prática a espontaneidade e a imaginação. Tais experiências reforçam o engajamento dentro do *fandom*, além de criar significados que atravessam os valores culturais e influenciam o fluxo de comunicação. Ou seja, a forma de produzir e receber conhecimento se torna mais abrangente (Negus e Pickering, 2004).

Essa complexidade nas relações entre os fãs de determinado produto ou bem cultural leva alguns pesquisadores a tratar essas práticas como ‘engajamento’. O conceito de engajamento reúne duas perspectivas sobre as atividades de fãs: aquela da concepção inaugural do termo, como apontado por Grohman (2018), relacionada às lutas políticas e de resistência, que também embasam a noção de fãs na primeira onda de estudos (Sandvoss, 2013) e aquela que Grohman (2018) aponta ter sido ressignificada a partir da ideia de alinhamento de mercado, que busca engajar o público, envolvê-lo emocionalmente, com fins comerciais.

De acordo com Evans (2019), engajamento consiste em um tipo de comportamento, que observa o grau de envolvimento dos fãs, os tipos de envolvimento e seus sentidos (emocionais, cognitivos ou até mesmo múltiplos), o investimento ao qual o fã está disposto, tanto de tempo quanto financeiro. Dessa maneira, o significado de engajamento é amplo e ocorre de diferentes maneiras, o que influencia também nas estratégias da indústria, já que elas criam diferentes acessos e experiências à audiência. A compra de um ingresso para assistir ao filme, o lançamento de um jogo e outras estratégias econômicas criam valores culturais e, ao mesmo tempo, esse ‘engajamento’ resulta em retorno financeiro, bem como, *feedback* para trabalhos futuros” (Evans, 2019, p.13).

No entanto, ao tratarmos de engajamento é importante ressaltar que além da participação criativa ele também diz respeito à produção e distribuição de conteúdo, o que também cria diferentes experiências aos fãs. Como observaremos nos exemplos adiante, as atividades de fãs da Mulher Maravilha aparecem tanto relacionadas a questões de resistência e empoderamento feminino quanto ao consumo de bens culturais incentivadas pelo mercado. Portanto, falar em engajamento é pertinente para a compreensão das dimensões de sentido presentes nas comunidades observadas.

O engajamento está relacionado aos vínculos que os fãs colocam em prática ao conectar-se com o *fandom*: eles criam *fanfics*, fanarts, *shipp*s, e/ou interferem fazendo diferentes leituras e associações. Tal prática dialoga com valores ideológicos e representações simbólicas (Boltanski e Chiapello, 2009). Portanto, o engajamento aqui analisado está relacionado a todos esses envolvimento que são colocados em prática na rede social e no *fandom*.

O site *spiritfanfic.com* é um desses exemplos. O site funciona como uma rede social voltada para *fanfics*. Muitas vezes as *fanfics* são histórias íntimas e/ou eróticas, por isso é comum que os fãs mantenham o anonimato.

Na maioria das vezes, os usuários utilizam *nicknames* (apelidos), e é possível encontrar os mais diversos gêneros, desde romances até literatura erótica (*slash fanfics*). Antes de ter acesso às *fanfics* o site permite que sejam lidas as descrições, espaço destinado aos alertas em relação à faixa etária indicativa e o tipo de conteúdo. Além disso, existe um aviso que diz respeito à propriedade intelectual, alertando que as *fanfics* são histórias criadas de fãs para fãs, sem fins lucrativos e sem comprometer a obra original.

Um dos exemplos é a história com o título “Mulher-Maravilha e Mulher Gavião: O despertar”, a narrativa é criação de uma fã identificada com o apelido de “Amazo-

na”. Destacamos essa *fanfic* porque além de ser uma das mais visualizadas desde 2017, quando foi iniciada, outros aspectos tanto qualitativos quanto quantitativos mostram-se bastante relevantes, como analisado abaixo:

Nessa história, a Mulher-Maravilha se mostra cansada das decepções amorosas e decide passar um fim de semana em uma ilha com sua amiga Shayera. Diana está desapontada com Bruce e Shayera com John, as duas desabafam e após um mergulho no mar o clima entre as duas amigas fica diferente, em instantes Diana revela para a amiga que é bissexual (...). A história tem o total de seis capítulos, conta com 3.298 visualizações, 33 comentários, foi incluída em 15 listas de leitura, teve seu início em 15/10/2017 e foi finalizada em 26/10/2017. Histórias como esta inserem a personagem em uma discussão progressista sobre identidade sexual, bastante comum no universo das *fanfics*, que tem como característica explorar, mas também transgredir os universos canônicos.

Por meio das *fanfics* os fãs criam narrativas que misturam ficção e realidade, como descreve Booth (2016, p. 18): “os fãs são pessoas que investem tempo e energia pensando e interagindo com seus objetos de afetos”. São diferentes interpretações e conexões cada vez mais íntimas. Além disso, as escritas, leituras e/ou releituras criam novas interações e novas práticas dentro do *fandom*.

A discussão acerca do *fandom* acaba sendo muito mais que uma dedicação para criar/produzir conteúdo. Ao produzir, os fãs encontram um caminho propício para construir engajamentos com sentidos e vinculações políticas (Amaral, 2014). O imaginário dos fãs, a relação de afeto com a heroína, e, além disso, o espaço característico das redes sociais asseguram a liberdade dos fãs. O mundo digital se mostra como um espaço propício para o encontro entre os fãs e, além disso, um espaço vantajoso para que os fãs tenham liberdade de criar suas *fanfics*, misturando gêneros e personagens. Todo trabalho produzido pelos fãs funciona como uma brincadeira levada a sério onde não pode faltar diversão. (Booth, 2016, tradução nossa). Nesse mundo, concomitantemente sério e lúdico, é possível expor ideias, conteúdos e diversos objetos de consumo. Ou seja, o objeto de afeto, no nosso caso a Mulher-Maravilha, une seus fãs de diferentes maneiras, o que garante, além de espaço, o direito dos fãs na cultura participativa (Jenkins, 2009).

A *fanfic* mencionada anteriormente é um desses exemplos, a fã aproveita o espaço das redes sociais para expor aquilo que, provavelmente, ela gostaria de ver nas produções da Mulher-Maravilha, seja nas HQ's, nas séries ou nos filmes. Portanto, a narrativa da *fanfic* cria uma representação daquilo que

não é visto no *mainstream* (corrente dominante).

Embora uma das bandeiras entre as fãs da Mulher-Maravilha seja a favor de que a heroína mantenha sua autonomia, não cabendo um par romântico em sua narrativa, as HQ's de sua origem trazem um personagem importante, o piloto de avião que após um acidente se torna a primeira presença masculina na ilha. Steve Trevor, piloto americano, foi primeira paixão da Mulher-Maravilha.

Vale ressaltar que a independência e a força tão aclamadas pelos fãs da Mulher-Maravilha não eram tão sólidas no início das HQ's da heroína. A exemplo disso, em um dos exemplares a Mulher-Maravilha necessita da ajuda do *Batman* para acabar com um vilão. Nasceria aí a primeira parceria do casal. Além de características frágeis que representaram a Mulher-Maravilha naquele exemplar, a personagem ainda teve uma crise de ciúmes provocada por *Batman* e *Batgirl*. Embora a relação entre o *Batman* e a Mulher-Maravilha tenha rendido algumas narrativas e confusões de sentimentos, a conclusão geral entre os fãs é de que os dois são apenas bons amigos. Além de propor um par romântico com Bruce (o *Batman*), em algumas narrativas a Mulher-Maravilha também despertou sentimentos no Super-Homem.

Com todos esses possíveis romances, os fãs ficaram receosos com a probabilidade de diminuir o protagonismo da personagem feminina. Apesar do receio, os próprios fãs passaram a imaginar possíveis romances da Mulher-Maravilha, principalmente por meio de *Fanarts* e enquetes nas redes sociais questionando qual dos possíveis romances os fãs *shippam* mais. A atividade do *ship* é uma das práticas de comunidades de fãs, e se faz presente entre os fãs da Mulher Maravilha. Segundo Amaral, Souza e Monteiro (2015, online), “Ship é o diminutivo da palavra relationship, em inglês, relacionamento. Daí derivam os termos como shipper, aquele que torce pelo casal e cria conteúdo; shippar, o verbo; shipping, nome da prática em inglês e shippagem, como os fãs brasileiros chamam a prática”.

Existe uma reafirmação do nosso sistema de valores, o que significa que mesmo conscientes de que a personagem não carece de romance, em algum momento os fãs torcem para que isso ocorra porque é algo comum e esperado, principalmente na cultura pop.

Ao longo da história da Mulher-Maravilha a DC tem explorado algumas relações afetivas entre a heroína e alguns super-heróis, sendo seu primeiro par romântico o personagem Steve Trevor. Como já mencionado, o personagem faz parte da base narrativa da história protagonizada pela Mulher Maravilha, diferente do caso de *Batman* e Super-Homem.



Imagem 3. Enquete em redes sociais sobre qual é o “ship” preferido dos fãs.

Image 3. Pool on social networks about the fans favorite “ship”.

Ao analisar a relação afetiva entre Mulher-Maravilha e *Batman* e/ou Super-Homem nota-se que a heroína não é necessariamente a protagonista, como no caso do romance com Steve Trevor, as relações afetivas entre Mulher-Maravilha, *Batman* e/ou Super-Homem acontecem em diferentes situações e em diferentes universos. É importante ressaltar que na edição número 136 (especial do dia dos namorados) do Novos 52, a Mulher-Maravilha tem uma relação amorosa com o Super-Homem, já em diversos episódios da animação da Liga da Justiça existia uma relação afetiva entre Mulher-Maravilha e *Batman*.

Em relação a imagem acima, deve-se levar em consideração que os traços de cada uma das edições das HQ's são diferenciados para cada um dos universos construídos pela DC Comics, e que muitas vezes o ilustrador de cada edição não é o mesmo, de modo que não podemos afirmar se a ilustração é oficial ou uma *fanart*, pois não encontramos fontes oficiais das respectivas imagens. Apontamos aqui que o mais relevante é a intervenção feita pelos fãs ao unir as três imagens e inserir em cada uma delas um emoji, construindo assim um painel midiáticos e temático da cultura fã, utilizado para promover e mobilizar a interação entre fãs no Facebook.

Outro aspecto importante é a escolha de cada um dos emojis para os respectivos *ships*: o coração foi escolhido



Imagem 4. Crossover – Mulher-Maravilha x Cavaleiros dos Zodíacos.

Image 4. Crossover - Wonder Woman x Knights of the Zodiacs.

para a relação entre Mulher-Maravilha e Super-Homem; o emoji de riso foi escolhido para a relação entre Mulher-Maravilha e *Batman* e o emoji de surpresa foi escolhido para a relação entre Mulher-Maravilha e Steve Trevor, o que pode demonstrar que o fã que criou tal painel possivelmente tem uma predileção pelo *ship* entre Mulher-Maravilha e Super-Homem, talvez ache o *ship* entre Mulher-Maravilha e *Batman* uma piada, e fique surpreso por alguém preferir o *ship* entre Mulher-Maravilha a Steve Trevor, já que os outros dois personagens são grandes heróis da franquia.

É sabido que os fãs criam novos significados muitas vezes resgatando e projetando nos super-heróis a própria identidade, seja ela pessoal ou cultural. Além disso, como consumidores desse universo, é comum que os fãs consumam outros produtos e criem cruzamentos, ou conexões intertextuais de personagens e universos da cultura pop. (Jenkins, 1992).

A exemplo disso, selecionamos um *crossover* entre Mulher-Maravilha e Os Cavaleiros do Zodíaco.

A imagem exemplifica o amplo espectro dos objetos de afeto dos fãs, que não se limitam a um único universo (Hills, 2002, 2015; Sandvoss, 2013). Limitar a relação entre os fãs e seu objeto de afeto é algo cada vez mais impossível, visto que embora os fãs demonstrem uma relação mais profunda por esse ou por aquele per-

sonagem, os interesses não se dão de maneira exclusiva, o que resulta em relações cada vez mais dinâmicas dentro do entretenimento e da cultura pop.

Dentre as semelhanças que podemos citar para a existência de um *crossover* que cria conexão com os personagens do Cavaleiros do Zodíaco e a Mulher-Maravilha, além de ambos terem marcado gerações, outras características aproximam as duas narrativas: em ambas há lutas, superação e ligação com a mitologia grega. Mais do que produzir, os fãs reconhecem relações e semelhanças de conteúdos que circulam na cultura pop.

HQ's e Cultura Geek: consumo, colecionismo e nostalgia

Os fãs participam da vida de seu objeto de afeto de diversas maneiras, podendo inclusive proporcionar o que Hills (2002) chama de *economia criativa*. Nesse sentido, as redes sociais proporcionam circulação de conteúdo e também visibilidade de produtos, o que alimenta a prática de colecionar, hábito muito comum entre os fãs.

Cada vez mais vemos lojas físicas e virtuais voltadas a produtos da cultura *Geek*. Além de representar pessoas que consomem muita tecnologia, a cultura *Geek* também representa grande consumo de HQ's e filmes, principalmente associados ao gênero ficção científica. Se antes o grupo representado pela cultura *nerd*, como também é conhecida a cultura *Geek*, tinha estereótipos negativos, hoje, esse grupo subverteu o quadro e passou a ditar tendências e a influenciar de diversas maneiras o mercado, que, cria cada vez mais produtos voltados aos amantes de super-heróis.

Ainda nesse sentido, os fãs constroem múltiplas relações com o objeto, e também se intensifica a relação entre fã-consumidor e mercado, como mencionado, o mercado cria algumas estratégias que levam em conta alguns fatores primordiais como: faixa-etária; gênero; diferenças culturais e outros. Como afirma Canclini (2015, p.15) “as estratégias visam “unir as linguagens e combinar espaços”, ou seja, produzem produtos diversos que poderão ser consumidos em diferentes lugares, suportes, plataformas, ou, oferecerem cada vez mais objetos colecionáveis”.

Vale ainda lembrar que os fãs transitam por diferentes acessos e ocupam diferentes posições, ele é leitor, expectador e/ou internauta, e, nesse cenário, cada vez mais dinâmico e mais complexo, além de produzir é preciso interpretar os movimentos sociais e culturais, isto é, além de valor de mercado, é preciso pensar em valor simbólico.

Nesse sentido, vale ressaltar que ao participar do *fandom* os fãs visam não só interações e maior co-

nhecimento sobre o seu objeto de afeto, eles também procuram por visibilidade e reconhecimento, ou seja, os fãs criam maneiras de “ver” e de serem “vistos”. Devemos aqui destacar as práticas de consumo e o que elas simbolizam dentro do *fandom*, elas implicam não só em visibilidade, mas também em distinção e identidade, visto que quanto maior é a aquisição, seja ela cognitiva ou de consumo, maior é a hierarquia dentro do *fandom*.

Além disso, atrelado às publicações relacionadas à aquisição de objetos também se percebe um mediatismo, como no caso da legenda na imagem acima (“Minha mantinha chegou hoje”), ainda por essa perspectiva, notamos um valor afetivo mais amplo, quase sempre as legendas remetem aos familiares que decidiram presentear o fã em questão, ou outras pessoas tão próximas e queridas quanto.

Portanto, as publicações não representam apenas consumo e/ou colecionismo, elas repercutem em valores simbólicos, mexem também com questões sensoriais, seja em relação às emoções e/ou felicidade pelo



Imagem 5. O valor símbolo entre os fãs e a Mulher-Maravilha.

Image 5. The symbolic value between fans and Wonder Woman.

presente ou aquisição, pela ansiedade do consumo e/ou publicação, o que também pode indicar inserção social, cabe aqui ressaltarmos que o julgamento por essa perspectiva ocupa uma posição reversa, isto é, consumir e criar determinada distinção é visto dentro do *fandom* como algo positivo. (Leão, 2019).

Mais do que um mero consumo de objetos, o consumo dos fãs está relacionado ao colecionismo, pois possuem carga simbólica. Podemos dizer também que “os fãs são ativos na busca de seus prazeres” (Duffett, 2013, p. 275). De acordo com entrevista dada por Matt Hills: “O principal não é a compra em si, mas o ato criativo de colecionar. Ao colecionar, os fãs fazem ligações entre os elementos de sua coleção e suas memórias, criando uma biografia própria e uma inteligência coletiva de fãs” (Julio, 2017).

O engajamento dos fãs e as publicações são maneiras de demonstrar a ligação que cada um tem com a Mulher-Maravilha. As postagens variam entre imagens prontas e compartilhadas de outras mídias, que por algum motivo chamaram a atenção, conteúdos criados pelos próprios fãs (como as *fanarts*) ou mesmo imagens próprias, seja como *cosplay* ou de objetos de coleção. No caso das fãs da Mulher-Maravilha, na grande maioria das vezes, os colecionáveis são objetos ligados a vestimenta (camisetas, jaquetas, sapatos e afins) e simbolizam o afeto que as fãs têm com a heroína. Além disso, o conteúdo publicado pelo fã pode indicar algo que o fã considera publicamente valioso e, portanto, digno de ser compartilhado com outros fãs. Ainda nesse sentido, postar coleções pode significar, além de interação com outros fãs, valor distintivo atribuído ao fã-colecionador (Canclini, 1995).

Para Corner (2013), o engajamento está muito mais relacionado ao processo do que ao resultado. Nesse contexto, as redes sociais podem encorajar os fãs a interagir e interferir no conteúdo sendo inclusive cocriadores. Tal “estímulo” pode ocorrer pela possibilidade que as redes sociais têm de manter o anonimato. Os fãs se sentem protegidos e se envolvem de maneira mais livre e íntima desenvolvendo temas que não seriam facilmente abordados pessoalmente.

Além do mais, os diálogos propostos pelo próprio filme podem facilitar a empatia entre espectadores, ou seja, a mensagem passada pode se mostrar eficaz na construção de relacionamento e socialização. Isto é, não são apenas os fãs que moldam a mídia, mas a mídia também os molda por meio da narrativa.

Como já mencionado, a personagem da Mulher-Maravilha é muito ligada à família. É comum encontrarmos nas postagens legendas que explicam a origem de tal objeto

ou presente, legendas como: “ganhei do meu marido” ou “fiz para a minha irmã” são alguns exemplos. Além disso, é comum também o compartilhamento de fotos de mães e filhas, o que reforça a questão geracional, presente nas narrativas da Mulher-Maravilha. Mais uma vez encontramos relações entre a heroína e a força feminina, característica de destaque da Mulher-Maravilha. (Pan Chacon, 2009).

Durante o período pesquisado, não encontramos na rede social do Facebook nenhuma publicação ou postagem que indicassem *cosplayers* profissionais da Mulher-Maravilha. No entanto, encontramos algumas postagens de *cosplay* em momentos ou datas específicas. Muitas publicações estão relacionadas às comemorações de aniversários, como no exemplo da imagem abaixo.

Seja de maneira profissional ou amadora, o *cosplay* é uma das formas que os fãs encontram de demonstrar afeto e/ou admiração pela personagem preferida. Como apontado por Booth (2010), a imaginação dos fãs está aberta a toda possibilidade, inclusive tendo a liberdade de brincar e se divertir vestido de Mulher-Maravilha, a diversão faz parte de toda essa relação que os fãs constroem com seu objeto de afeto.

Em relação às comunidades, notamos que o movimento da comunidade é alterado a depender do momento midiático, influenciado por ocasiões como lançamento de filme ou algum evento específico que possa propor maior espaço e maior contato dos fãs com a personagem, como é o caso do evento *Comic con Experience*, direcionando as postagens a esses assuntos. A notícia de que a atriz Gal Gadot, que recentemente interpretou Mulher-Maravilha, em sua primeira produção cinematográfica, estaria presente na *Comic Con Experience* de 2019 causou grande entusiasmo nos fãs, que não economizaram em publicar fotos e demonstrar admiração reconhecendo o trabalho de Gal enquanto Mulher-Maravilha.

Além de Gal Gadot, ainda sobre as atrizes que interpretaram a heroína, os fãs frequentemente relembram a atriz Lynda Carter, que apesar de não ter sido a primeira atriz a interpretar a Mulher-Maravilha, foi a primeira a fazer sucesso tão expressivo, ainda na década de 1970 (de 1976 a 1979), período em que foi exibida a primeira série de TV da Mulher-Maravilha. Os fãs ainda relembram o trabalho da atriz com nostalgia e apreço.

Os compartilhamentos envolvendo a atriz indicam, além de afetividade, nostalgia. Sentimentos oriundos das memórias criadas pelo entretenimento. Seja da relação dos fãs com os atores/atrizes, personagens, HQ's, filmes e tantos outros produtos midiáticos, que, além de deixar marcas, criam lembranças em seus espectadores. (Leal, 2017).



Imagem 6. Mulher-Maravilha – tal mãe, tal filha.

Image 6. Wonder Woman – like mother, like daughter.

Ao compartilhar lembranças, como por exemplo da atriz Lynda Carter no papel da Mulher-Maravilha, os fãs compartilham memórias individuais e coletivas. Alimentar tal nostalgia implica em muitos significados, principalmente em reviver emoções. Nota-se que a memória é mais um dos tantos elos existentes dentro do *fandom*, “ela é, por natureza, múltipla e desacelerada, coletiva, plural e individualizada”. (Nora, 1993, p. 9). Além disso, trazer essas memórias para o presente é também uma maneira de ressignificá-las e criar novas interações.

As interações dentro do *fandom* ocorrem de maneiras distintas e por meio de atividades diversas, essas interações podem ocorrer tanto pelo compartilhamento de imagens prontas, que trazem à tona lembranças e significados, como podem estar mais direcionadas ao processo de criação, como no caso das *fanarts*, *fanfics* etc.

Os fãs demonstram diferentes níveis de en-



Imagem 7. Cosplay da Mulher-Maravilha para comemorar o aniversário.

Image 7. Wonder Woman cosplay to celebrate the birthday.

volvimento emocional e afetivo, e mais do que isso, eles representam também identidade cultural, seja pela vestimenta, seja pelo feminismo atrelado à imagem da Mulher-Maravilha e/ou tantas outras representações que a personagem pode simbolizar.

Considerações Finais

A palavra fã carrega em seu significado atributos que independem do lugar ou do acesso à tecnologia. Ser fã de um cantor, de uma atriz, de uma série, de um filme ou de uma super-heroína está relacionado com processos de identificação e/ou admiração. São envolvimentos e emoções que ganham cada vez mais força e despertam no fã o desejo de expressar-se, seja por meio do colecionismo, seja pelo conhecimento e/ou informações sobre o objeto. Por meio das diversas práticas, os fãs encontram diferentes



Imagem 8. Comic Con Experience – 2019.

Image 8. Comic Con Experience – 2019.

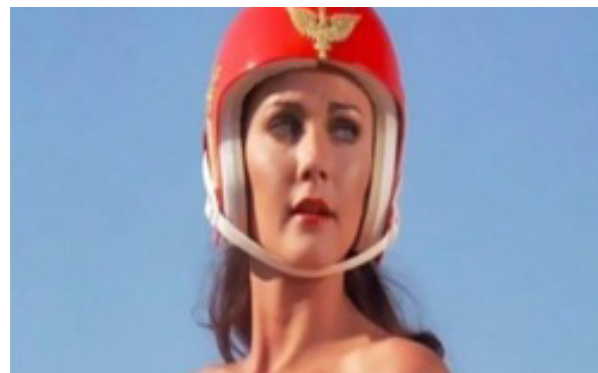


Imagem 9. Lynda Carter – Memória afetiva dos fãs.

Image 9. Lynda Carter – Affective memories of fans.

maneiras de participar da vida de seu objeto de afeto.

Nesse sentido, a tecnologia pode ser vista como um facilitador que torna a interação entre produtores e fãs cada vez mais dinâmica. Por meio de acessos transmidiáticos, por exemplo, os fãs têm diferentes relações com o objeto de afeto e cada meio proporciona diferentes experiências, o que agrega ao conhecimento que cada fã adquire. Como ressalta Evans (2019), a mesma mídia pode proporcionar diferentes experiências dependendo do público ou do contexto.

Além de propagar conteúdos, elas viabilizam aos fãs um papel cada vez mais ativo, pois não apenas recebem conteúdos, mas também criam representações de subculturas e subgêneros, como no caso das *fanarts* e/ou das *fanfics*. Essas últimas são um meio pelo qual os fãs encontram liberdade para criar narrativas que trilham caminhos distintos. Sem limitação narrativa ou de gêneros, as *fanfics* representam a diversidade. Nas *fanfics* os fãs conseguem se expressar livremente e manter o anonimato, o que os deixam mais à vontade para compartilhar sentimentos e emoções mais íntimas. Elas fazem parte de um espaço único, onde é possível shippar qualquer casal, por mais incomum que ele possa parecer. Talvez seja essa a grande representatividade das *fanfics*, shippar relacionamentos e criar narrativas fora do

comum, fora daquilo que circula no *mainstream*.

Os conteúdos circulam cada vez mais, seja através dos compartilhamentos, dos comentários, ou de postagens criativas. No caso da rede social Facebook interagir ainda significa expressar emoções: curtir, amar, sorrir e tantos outros *emoticons* que podem demonstrar as reações de seus fãs. Portanto, além de visibilidade, as redes sociais podem criar valores e significados cada vez mais democráticos.

Embora Jenkins (2015) ressalte questões positivas sobre a participação coletiva apontando para relações democráticas, se faz necessário salientar que tais relações também podem ser marcadas por tensões e conflitos. Isto é, alguns fãs podem abrir mão de opiniões individuais para não entrarem em conflito com o coletivo. Contudo, Tal atitude de deixar o *fandom* mais homogêneo pode resultar na carência de diversidade de ideias, já que ideias contrárias poderiam acrescentar e colaborar de forma mais enriquecedora com o *fandom* (Ostrom, 1990).

As duas comunidades cujos exemplos de posts trouxemos nesse artigo demonstram que os fãs brasileiros compartilham, criam e consomem muito da cultura pop e do universo *Geek*, seja colecionando HQ's, seja comprando produtos, roupas e tudo que possa proporcionar, talvez, algo distintivo para os fãs.

As redes sociais viabilizam as atividades dentro do fandom, os fãs compartilham informações o tempo todo, de todos os tipos e de maneira instantânea.

As identificações dos fãs com a Mulher-Maravilha transcendem fronteiras, enquanto grupo que pertence à cultura participativa. Os fãs negociam o tempo todo com o entretenimento, eles articulam valores e significados que os representem e reforcem cada vez mais a admiração e o entusiasmo projetados na personagem. No caso específico deste *fandom*, pudemos ver a diversidade de práticas (*fanfics*, *fanarts*, *cosplay*, shippagem, colecionismo, eventos), além da questão nostálgica e geracional, que são marcas dos fandoms mais tradicionais. Além de todos esses elementos constituintes das comunidades de fãs típicas, o fandom da Mulher-Maravilha traz o valor da luta pela igualdade de gêneros e empoderamento feminino, o que eleva sua relevância cultural e, portanto, o interesse acadêmico por essas performances e seus diversos significados. Devemos reforçar, no entanto, a reflexão sobre o peso que a imagem de uma ‘Mulher Maravilha moderna’ traz quando atribuído a mulheres reais, podendo ser um desfavor para a luta por equilíbrio dos papéis sociais entre homens e mulheres.

Referências

- AMARAL, A. 2014. Manifestações da performatização do gosto nos sites de redes sociais: uma proposta pelo olhar da cultura pop. *Eco-Pós*, 17(3):1-12.
- AMARAL, A.; SOUZA, R.V; MONTEIRO, C. 2015. ‘De Westeros no #vempraruá à shippagem do beijo gay na TV brasileira: Ativismo de fãs. Conceitos, resistências e práticas na cultura digital brasileira. *Revista Galáxia*, 1(42):141-154.
- Amazona. 2017. História Mulher-Maravilha e Mulher Gavião: O despertar. Disponível em: <https://www.spiritfanfiction.com/historia/mulher-maravilha-e-mulher-gaviao-o-despertar-10655403>. Acesso: 14/04/2020.
- BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. 2009. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo, Martins Fontes, 704 p.
- BOOTH, P. 2016. *Crossing Fandoms: SuperWhoLock and the Contemporary Fan Audience*. Londres, Palgrave Macmillan, 148 p.
- BOOTH, P. 2010. *Digital fandom: New media Studies*. 2 ed., Berna, Peter Lang, 287 p.
- BUCHER, T; HELMOND, A. 2018. The Affordances of Social Media Platforms. In: J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (eds.), *The SAGE Handbook of Social Media*. Thousand Oaks, SAGE Publications, p.233-253.
- CANCLINI, N. G. 1995, *Consumidores e cidadãos: Conflitos Multiculturais da Globalização*. São Paulo, UFRJ, 228 p.
- CANCLINI, N. G. *Leitores, espectadores e internautas*. São Paulo, Iluminuras e Itaú Cultural, 2015.
- CORNER, L. 2013. *Audience Engagement and the Role of Arts Talk in the Digital Era*. 1 ed., Londres, Palgrave Macmillan, 221p.
- COSTA, F.A. 2018. Mulher, Trabalho e Família: Os impactos do trabalho na subjetividade da mulher e em suas relações familiares. *Pretextos*, 3(6):435-452.
- COUTINHO, S.M.S. 2008. *A dona de tudo”: O que é ser mulher, mãe e esposa de acordo com as representações sociais de mulheres de duas gerações*. Vitória, ES. Tese de doutorado. Universidade Federal do Espírito Santo, 415 p.
- DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y.S. 2006. A disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In: N.K., DENZIN; Y.S., LINCOLN (orgs), *Planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens*. Porto Alegre, Artmed, p. 17-41.
- DIJCK, J.V. 2013. *History of Social Media*. Nova Iorque, Oxford, 240 p.
- DUFFETT, M. 2013. *Understanding fandom: An introduction to the study of media fan culture*. Londres, Bloomsbury Publishing, 362 p.
- EVANS, E. 2019. *Understanding Engagement in Transmedia Culture*. 1 ed. Londres, Routledge, 210 p.
- GROHMANN, R. 2018. A Noção de Engajamento: sentidos e armadilhas para a pesquisa em comunicação. *Revista Famecos*, 25(3):1-17.
- FISKE, J. 2017. *Reading the popular*. 2 ed., Londres, Routledge, 241 p.
- HILLS, M. 2002. *Fan Cultures*. Londres, Routledge, 262 p.
- HILLS, M. 2015. O fandom como objeto e os objetos do fandom. Entrevista a Clarice Greco. *Matrizes*, 9(1):47-163.
- JENKINS, H. 2009. *Cultura da convergência*. São Paulo, Aleph, 432 p.
- JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. 2015. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo, Aleph, 463 p.
- JENKINS, H. 1992. *Textual Poachers: Television fans and Participatory Culture*. Nova Iorque, Routledge, 426 p.
- JULIO, K. B. 2017. Dissecando a cultura dos fandoms. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2017/12/08/dissecando-a-cultura-dos-fandoms.html>. Acesso em: 23/11/2019.
- LEAL, N. 2017. *Memória afetiva e o engajamento de fãs da série Girlmore Girls*. Porto Alegre, RS. Especialização. Universidade do Vale do Rio Dos Sinos, 20 p.

- LEÃO, M.T.D.A.C. 2019. *Identidade e Fandom: Análise de Práticas Sociais de fãs de Harry Potter*. Recife, PE. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal Rural de Pernambuco, 101 p.
- LEPORE, J. 2017. *A história Secreta da Mulher-Maravilha*. Rio de Janeiro, BestSeller, 480 p.
- NEGUS, K.; PICKERING, M. 2004. *Creativity, Communication and Culture Value*. Thousand Oaks, SAGE Publications, 188 p.
- NORA, P. 1993. Entre Memória e História: a problemática dos lugares. *Revista Projeto História*, **10**(1993):07-28.
- OSTROM, E. 1990. *Governing the Commons: the evolution of institutions for collective action*. New York, Cambridge University Press, 194 p.
- PAN CHACON, B. D. C. 2009. Mulher-Maravilha: estudo sobre a representação da mulher e do feminino nas histórias em quadrinhos. In: Simpósio Nacional De História, Fortaleza, 2009. *Anais...***25**:1-12.
- SANDVOSS, C. 2013. Quando estrutura e agência se encontram: Os fãs e o poder. *Ciberlegenda*, (28):8-40.
- SIMÕES, F.I.W.; HASHIMOTO, F. 2012. Mulher, mercado de trabalho e as configurações familiares do século XX. *Revista Vozes Vales*, **1**(2):1-25.
- THUNDER WAVE. 2017. Mulher-Maravilha: Conheça a origem da personagem. Disponível em: <https://www.thunderwave.com.br/mulher-maravilha-conheca-origem-da-personagem/>. Acesso em: 06/11/2019.