



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO  
CURSO DE JORNALISMO**



Camila de Oliveira Gonçalves

**FANFICTIOLOGIA:  
Página de críticas de fanfics de kpop**

Mariana  
2017



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO  
CURSO DE JORNALISMO**



Camila de Oliveira Gonçalves

**FANFICTIOLOGIA:  
Página de críticas de fanfics de kpop**

Memorial descritivo de produto jornalístico apresentado ao curso Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador:  
Prof. Dr. Marcelo Freire Pereira de Souza

Mariana  
2017

G635f Gonçalves, Camila de Oliveira  
Fanfictiologia [recurso eletrônico] : página de críticas de fanfics de kpop / Camila de Oliveira Gonçalves.-Mariana, MG, 2017.  
1 CD-ROM; 4 3/4 pol.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Ouro Preto. Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo e Serviço Social - DECSO/ICSA/UFOP

1. Jornalismo - Comunicação - Teses. 2. MEM. 3. Cultura popular - Teses. 4. Monografia. 5. Crítica - Teses. 6. Produtos de informação - Teses. 7. Web sites - Teses. I.Souza, Marcelo Freire Pereira de. II.Universidade Federal de Ouro Preto - Instituto de Ciências Sociais Aplicadas - Departamento de Ciências Sociais, Jornalismo e Serviço Social. III. Título.

CDU: Ed. 2007 -- 007  
: 15  
: 1419072

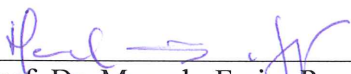
Camila de Oliveira Gonçalves

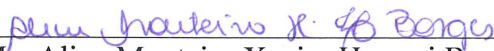
Curso de Jornalismo – UFOP

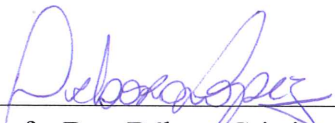
FANFICTIOLOGIA:  
PÁGINA DE CRÍTICAS DE FANFICS DE KPOP

Trabalho apresentado ao Curso de Jornalismo do Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas (ICSA) da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob orientação do Prof. Dr. Marcelo Freire Pereira de Souza.

Banca Examinadora:

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Marcelo Freire Pereira de Souza

  
\_\_\_\_\_  
Me. Aline Monteiro Xavier Homssi Borges

  
\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Débora Cristina Lopez

Mariana, 31 de agosto de 2017.

## **AGRADECIMENTOS**

À minha mãe, que sempre priorizou a minha educação, mesmo que eu tivesse que ficar longe.

Ao meu vô Geraldo, tia Salete, e os primos Eduardo, Guilherme e Juliano, que nunca quiseram nada menos que o melhor para mim.

Aos amigos que continuaram me fazendo companhia mesmo estando longe. Drica, Nic, Raoní e Aline, por serem os melhores amigos que eu poderia ter, e pelas melhores piadas internas.

Ao meu orientador, Marcelo Freire, que de algum jeito conseguiu lidar com os meus problemas de dedicação e prioridade para fazer com que esse trabalho se concretizasse.

E finalmente, por mais que eu tenha resistido fazer esse agradecimento, acho merecido. À Leeteuk, Heechul, Hangeng, Yesung, Kangin, Shindong, Sungmin, Eunhyuk, Donghae, Siwon, Ryeowook, Kibum, Kyuhyun, Zhou Mi e Henry, por sempre me alegrarem mesmo nos momentos mais difíceis e cansativos. Ser ELF é uma enorme felicidade.

## **RESUMO**

Esse Memorial Descritivo articula os métodos e procedimentos usados na elaboração da página Fanfictiologia, no Tumblr, que tem como principal função ser uma página que objetiva a elaboração e publicação de críticas de fanfictions de kpop, além de conteúdo adicional sobre as mesmas. Para isso, foram utilizados os conceitos de cultura de fã, de Jenkins (1992) e Cunha (2008) juntamente ao de crítica cultural, explorado por autores como Coelho (2006) e Piza (2004) de forma a pensar em como desenvolver a crítica de um produto amador de publicação livre na Internet.

**Palavras-chave:** Fanfiction; kpop; Jornalismo Cultural; cultura de fã; crítica cultural.

## **ABSTRACT**

This Descriptive Memorial articulates the methods and procedures used in the elaboration of the page Fanfictiologia, on Tumblr, which has as its main role to be a page that aims the elaboration and publication of kpop fanfiction reviews, and additional content about them. In order to achieve this, Jenkins' (1992) and Cunha's (2008) concepts of fan culture, together with culture reviews concepts, explored by authors such as Coelho (2006) and Piza (2004) were used as a way to think about how to develop the review of an amateur content of free publication on the Internet.

**Keywords:** Fanfiction; kpop; Cultural Journalism; fan culture; culture reviews.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Gráfico resultante das pesquisas por "kpop" (em azul) e Gênero Musical K-pop (em vermelho) desde 2004 no Brasil .....	8
<b>Figura 2:</b> Oceano Azul Safira Perolado no show do grupo Super Junior em 2013, em Osaka, Japão. ....	11
<b>Figura 3:</b> Página inicial do blog Críticas de Fanfics. ....	20
<b>Figura 4:</b> Página inicial do blog Support Fanfics. ....	21
<b>Figura 5:</b> Página inicial do site Yep Fics!. ....	22
<b>Figura 6:</b> Página inicial do Fanfictiologia .....	25
<b>Figura 7:</b> Mapa do site.....	25
<b>Figura 8:</b> Paleta de cores usada na composição visual do site. ....	27
<b>Figura 9:</b> Logotipo da página .....	27
<b>Figura 10:</b> Logo .....	28
<b>Figura 11:</b> Capa padrão .....	28
<b>Figura 12:</b> Josefin Slab.....	29
<b>Figura 13:</b> Open Sans .....	30

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>9</b>
2.1.	Kpop.....	9
2.2.	Cultura de fã.....	13
2.3.	Fanfics e Shippagem.....	14
2.4.	Jornalismo Cultural e Crítica .....	16
<b>3</b>	<b>ANÁLISE DE SIMILARES .....</b>	<b>19</b>
<b>4</b>	<b>ESTRUTURA DO SITE.....</b>	<b>22</b>
4.1.	Fanfictiologia .....	22
4.2.	Plataforma .....	22
4.3.	Público-alvo .....	23
4.4.	Conteúdo do Site.....	23
<b>5</b>	<b>PLANEJAMENTO VISUAL .....</b>	<b>25</b>
5.1.	Paleta de cores .....	26
5.2.	Logotipia e marca gráfica .....	27
5.3.	Grid e Layout .....	28
5.4.	Tipografia.....	29
<b>6</b>	<b>ANÁLISE DO RESULTADO .....</b>	<b>30</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>31</b>



## 1 INTRODUÇÃO

Em junho 2011, foi lançado pela editora inglesa Vintage Books, o romance que logo se tornaria famoso em todo o mundo. “Cinquenta Tons de Cinza”, da autora britânica E.L. James, foi o primeiro livro da trilogia que a consagraria com o título de autora mais bem paga do mundo em 2013, segundo a Forbes<sup>1</sup>. Devido à fama, as três obras estão sendo adaptadas para o cinema, tendo, até a data, sido lançados os dois primeiros filmes, que angariaram 949 milhões de dólares mundialmente, no total<sup>2</sup>. Um detalhe bem conhecido sobre a obra é que, antes de serem publicadas comercialmente, as histórias eram, originalmente, fanfictions<sup>3</sup> da saga Crepúsculo, inicialmente postadas no site fanfiction.net.

A partir do conhecimento da procedência da trilogia dos 50 tons, é possível reconhecer a possibilidade de potencial nas histórias amadoras baseadas em produtos midiáticos. Frente a isso, surgiu a ideia da criação de uma página web, a ser chamada Fanfictiologia, que pudesse “garimpar” essas histórias e dar a elas um *feedback* e um reconhecimento formal através de recomendações e críticas. Contudo, por motivo de afinidade pessoal e por ser uma das categorias com mais entradas nos sites de publicação de histórias, será dado foco exclusivo às fanfictions que se apropriam dos atributos do gênero musical *kpop*. O ambiente virtual foi escolhido por ser o contexto onde pode-se ver crescente produção desse tipo de conteúdo amador, pela facilidade e disponibilidade de meios de publicar as histórias, que se popularizam cada vez mais com o aumento do uso da internet.

As propriedades que caracterizam a Web 2.0, especialmente a possibilidade de participação e *feedback* em rede têm tido grande participação nas mudanças no modo como a informação é acessada e consumida, além de fornecer novos meios de comunicação entre indivíduos e grupos (PAPACHARISSI, 2010, p.26). As divisas entre o mundo concreto e o virtual se fundem; o “real” e o “falso”, a “conexão” e o “isolamento”, o “público” e o “privado”, constituindo o paradoxo da Web como descrito por Thorburn (2003) e o que Lemos (2010) chama de fase da ubiquidade pós-moderna, ou fase da comunicação e da informação digital (p. 52). Ele descreve:

(...) corresponde à conclusão da fase do conforto (a natureza é agora controlável) e ao surgimento da tecnologia digital, permitindo escapar do tempo linear e do espaço

<sup>1</sup> FORBES. **Fifty shades of green: how fanfiction went from dirty little secret to money machine**. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/hayleycuccinello/2017/02/10/fifty-shades-of-green-how-fanfiction-went-from-dirty-little-secret-to-money-machine/#5696734f264c>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

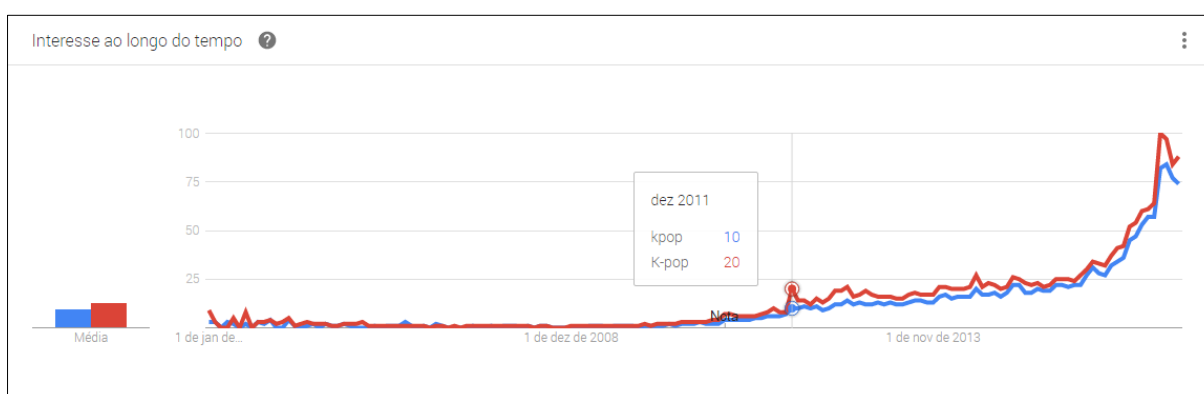
<sup>2</sup> BOX OFFICE MOJO. **Fifty shades**. Disponível em: <<http://www.boxofficemojo.com/franchises/chart/?id=fiftyshades.htm>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

<sup>3</sup> Ficção de fã. Será explicado com mais detalhes posteriormente.

geográfico. Entram em jogo a telepresença, os mundos virtuais, o tempo instantâneo, a abolição do espaço físico, em suma, todos os poderes de transcendência e de controle simbólico do espaço e do tempo. (LEMOS, 2010, p. 53)

A partir dos anos 80, quando foi percebido o potencial comunicativo da internet, seu uso se popularizou cada vez mais ao longo dos anos, e passou a ser possível a divulgação e exportação de culturas para além dos limites territoriais. É nessas condições que se pode perceber a crescente popularização da música pop sul-coreana, o Kpop (abreviação de *Korean pop*; pop coreano). Especialmente após o sucesso da música “Gangnam Style”, do cantor coreano PSY em 2012 — cujo clipe no YouTube foi o primeiro vídeo a ultrapassar um bilhão de visualizações —, a popularidade do gênero cresceu exponencialmente no mundo todo, trazendo ao conhecimento do público a vasta gama de artistas pertencentes a esse gênero e as peculiaridades deste.

Em consulta ao Google Trends<sup>4</sup> (Figura 1), pode-se averiguar que o uso do termo “kpop” nas pesquisas e a procura pelo Gênero Musical Kpop, ambos a partir do Brasil, que antes tinha um nível de popularidade entre 0 e 1, teve um aumento repentino em dezembro de 2011, coincidindo com o lançamento do primeiro *teaser* do grupo masculino EXO, que viria a ser um dos grupos de maior sucesso<sup>5</sup> do gênero nos anos subseqüentes. Em dezembro de 2016, o nível de popularidade chegou a 100, o maior possível e já registrado.



**Figura 1:** Gráfico resultante das pesquisas por "kpop" (em azul) e Gênero Musical K-pop (em vermelho) desde 2004 no Brasil

**Fonte:** Print screen da página de resultado da pesquisa do Google Trends

Pelo fato de ser um subproduto cultural oriundo de um país distante, os fãs brasileiros se utilizam vastamente da internet para se atualizarem sobre os últimos lançamentos, notícias e

<sup>4</sup> Disponível em <<https://trends.google.com.br/trends/explore?date=all&geo=BR&q=kpop,%2Fm%2F02yh8l>> Acesso em 10 mar. 2017

<sup>5</sup> Primeiro lugar na lista “Top 40 Power Celebrities” de 2016 da Forbes Korea. Disponível em <https://www.soompi.com/2016/02/25/forbes-korea-reveals-top-40-power-celebrities-of-2016-exo-keeps-top-spot/>

acontecimentos dos artistas ou grupos que acompanham, além de encontrarem pessoas com gostos similares nas redes sociais.

Como Jenkins (2006) aponta, os fãs formam uma comunidade altamente produtiva, não somente um grupo de consumidores passivos que aceita os produtos predeterminados pelos detentores dos direitos autorais daquilo que idolatram. Ele diz:

Essa habilidade de transformar reação pessoal em interação social, cultura esportiva em cultura participativa é uma das características centrais do fandom<sup>6</sup>. Uma pessoa se torna um “fã” não sendo espectador regular de um programa particular, mas sim ao traduzir essa experiência em algum tipo de atividade cultural, ao compartilhar sentimentos e pensamentos sobre o conteúdo do programa com amigos, ao se juntar a uma “comunidade” de outros fãs que dividem interesses em comum. Para os fãs, consumo naturalmente incita produção, leitura gera escrita, até que os termos se tornem logicamente inseparáveis (JENKINS, 2006, p. 41)

Uma das mais populares formas de produção são as fanfics, que em sua definição mais genérica, são histórias não-comerciais que possuem um enredo original mas usam personagens e ambientes de produtos culturais comercialmente produzidos (CUMBERLAND, 2003). No kpop, essas produções têm como personagens os próprios artistas em dinâmicas e situações criadas pelo autor. Essas histórias, em sua maioria, são postadas em sites dedicados à publicação gratuita de obras escritas amadoras como Spirit Fanfics e Nyah! Fanfiction.

O Nyah! Fanfiction não disponibiliza o número de histórias, mas o Spirit Fanfics mostra que sua segunda categoria com o maior número de obras escritas é “BTS”, referente a um dos grupos coreanos de maior sucesso atualmente, com mais de 48 mil registros. Com esse número de entradas, fica impraticável o acompanhamento de tudo o que é publicado. Em meio a essas, existem fanfics de alta qualidade literária, mas que não se tornam publicações comerciais por vários fatores; o principal deles, como descrito por Jenkins (2006), sendo a detenção de direitos autorais.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1. Kpop

O termo “kpop” é a redução para a palavra inglesa *Korean pop* e se refere à música pop produzida na Coreia do Sul, que se originou e começou a se popularizar nos anos 90. Esse gênero, que representa a música sul-coreana moderna teve início com o grupo Seo Taiji and

---

<sup>6</sup> Jenkins (2010) define fandom como: “Estruturas sociais e práticas culturais criadas pelos mais apaixonadamente engajados consumidores das propriedades da mídia massiva”. Disponível em [http://henryjenkins.org/2010/01/fandom\\_participatory\\_culture\\_a.html](http://henryjenkins.org/2010/01/fandom_participatory_culture_a.html)

Boys e o lançamento de sua música de estreia, “Nan Arayo” em 1992. A música trouxe inovações em todos os aspectos de produção, com elementos musicais pouco utilizados pelos artistas da época, influências do hip-hop, além de letras e coreografias cativantes ao público jovem.

O sucesso trazido por essas inovações resultou em um novo modelo de produzir artistas. Anterior a isso, o cenário musical era dominado por artistas solo e bandas de rock, e então as agências passaram a “recrutar” jovens aspirantes a cantores através de audições. Uma vez aprovados, esses jovens, então chamados de “*trainees*”, são lapidados à forma de um ídolo destinado a nada menos que o sucesso e recebem aulas de canto, dança, idiomas e comportamento, além de seguirem rigorosas dietas e rotinas cheias, tudo isso seguindo as cláusulas dos controversos contratos frequentemente referidos como “escravistas”, por sua rigidez e valores exorbitantes em multas em caso de quebra. (CRUZ, 2016)

Esses *trainees* então, ao chegarem em um nível artístico considerado satisfatório pela empresa, são organizados em grupos masculinos ou femininos (pouquíssimos são os casos de grupos mistos no kpop) para “debutarem”, ou seja, serem lançados ao público oficialmente como *idols* (ídolos, em inglês; como são chamados os membros desses grupos), promovendo suas músicas em programas televisivos dedicados especificamente para tal, onde disputam entre si o prêmio de primeiro lugar no ranking semanal, baseado em quesitos como vendas físicas e digitais, número de visualizações no YouTube e popularidade nas redes sociais, além de parâmetros adicionais específicos de cada programa<sup>7</sup>.

Uma das peculiaridades do kpop é o detalhe e a organização. Cada membro de um grupo tem uma função e uma posição definida; é comum o mais velho receber o papel de líder, enquanto o mais novo é chamado de *maknae*, mas esse termo somente diz respeito à sua idade. Outros integrantes podem ser identificados por suas posições artísticas, como vocalista, rapper, dançarino (principais ou de apoio), além do visual do grupo (o considerado de melhor aparência)<sup>8</sup>. Todos os lançamentos e períodos de promoções são minuciosamente planejados, assim como cada apresentação, figurino e conceito, inclusive da parte dos fãs, que acompanham as performances com gritos pré-planejados e ensaiados à perfeição para acompanhar a letra da música, os *fanchants*. Além disso, cada grupo tem seu nome e cor de fã-clube, para que seus

---

<sup>7</sup> Music programs of South Korea. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2013. Disponível em: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Music\\_programs\\_of\\_South\\_Korea](https://en.wikipedia.org/wiki/Music_programs_of_South_Korea)>. Acesso em: 7 jul. 2017.

<sup>8</sup> YOUR KPOP GUIDE. **Step 4: how is kpop? idol groups & their structure**. Disponível em: <<https://yourkpopguide.wordpress.com/2014/05/27/step-4-how-is-kpop-idol-groups-their-structure/>>. Acesso em: 09 jul. 2017.

fãs sejam apropriadamente identificados. No kpop, essa demarcação e exaltação da identidade de fã é importante até mesmo para que se mantenham as relações um com um outro (CRUZ, 2016, p.85); não é suficiente apenas que dois sejam fãs do gênero no geral, é preciso que gostem também de um ou mais grupos em comum para se estabelecer uma relação de amizade.

Como um exemplo de música popular massiva, feita de acordo com as lógicas comerciais da indústria fonográfica, cada elemento de formação e apresentação dos grupos e de suas músicas é pensado para que atraia lucro às agências, visto o alto grau de influência que os artistas têm sobre seus fãs, fazendo por exemplo, com que itens usados por eles se esgotem rapidamente nas lojas<sup>9</sup>, além de serem produzidos itens oficiais próprios, chamados de *goodies*, como os tradicionais *lightsticks*; pequenos bastões luminosos que brilham com a cor oficial do grupo, usado pelos fãs em shows e apresentações, criando “oceanos” de luz na plateia (FIGURA 2).



**Figura 2:** Oceano Azul Safira Perolado no show do grupo Super Junior em 2013, em Osaka, Japão.

**Fonte:** 슈퍼주니어(Super Junior). **Facebook.** Disponível em <<https://www.facebook.com/superjunior/photos/a.586891671359887.1073741851.186241571424901/586892064693181/?type=3&theater>> Acesso em 06 ago. 17

<sup>9</sup> Cf. [PANN] EXO-L's superpower is 'Sold Out!' #5YearsWithEXO. Disponível em <<http://www.aeriverse.com/threads/pann-exo-ls-superpower-is-sold-out-5yearswithexo.3640/>> Acesso em 07/07/2017

O kpop faz parte do fenômeno que vem crescendo desde o início dos anos 2000<sup>10</sup> conhecido como “*Hallyu*”, ou “Onda Coreana”, que consiste na propagação não só da música, mas da cultura sul coreana como um todo, como filmes, *doramas* (novelas) e até mesmo artigos alimentícios e cosméticos. A fusão da cultura nacional tradicional com traços ocidentais em seus produtos desperta a curiosidade do público estrangeiro e facilita a difusão, o que serve também aos interesses políticos e diplomáticos do país.

A combinação de elementos ocidentais e asiáticos na medida certa é o que atrai a atenção do público para a cultura sul-coreana. O advento das novas tecnologias possibilitou acelerar a sua divulgação em diversos cantos do mundo, pois se tornou mais fácil e barato alcançar diversos públicos. O governo sul-coreano tenta tirar proveito desse fato como um instrumento de diplomacia política e cultural. Essa estratégia recai na definição de *soft power*, ou seja, não fazer uso de coerção ou dinheiro, mas sim da atração, para atingir os objetivos. (BERTO; ALMEIDA, 2015, p.40)

A expansão do kpop pôde ser melhor percebida quando, em 2012, o cantor PSY lançou o clipe de “Gangnam Style”, que com seu refrão fácil e repetitivo e coreografia inusitada que qualquer um poderia reproduzir, foi o primeiro vídeo a alcançar um bilhão de visualizações no YouTube e o único a manter o título de vídeo mais visualizado por mais de mil dias<sup>11</sup>.

Apesar do forte estereótipo sobre as nações asiáticas, principalmente a indiferença com a distinção entre outras nacionalidades orientais, a Coreia do Sul tem conseguido se infundir no mundo ocidental e se fazer ser conhecida pelo mundo todo através de sua cultura; mesmo as barreiras linguísticas não foram capazes de impedir a disseminação do kpop. No Brasil, em pesquisa feita com 1.000 integrantes de um grupo no Facebook, constatou-se que “92,2% dos respondentes não são de família asiática, sendo um indicativo de que a maioria dos fãs de K-pop no Brasil possui afinidade com a cultura e o estilo musical independente da origem familiar” (BERTO; ALMEIDA, 2015, p. 41). Além do mais, a exposição frequente ao idioma coreano influi significativamente na decisão do fã em aprender e estudar a língua (KO, 2014, p. 316).

---

<sup>10</sup> LEUNG, Sarah. *Catching the K-Pop Wave: Globality in the Production, Distribution, and Consumption of South Korean Popular Music*. Senior Capstone Projects. 2012

<sup>11</sup> WIKIPÉDIA. **List of most viewed youtube videos**. Disponível em: <[https://en.wikipedia.org/wiki/list\\_of\\_most\\_viewed\\_youtube\\_videos#historical\\_most\\_viewed\\_videos](https://en.wikipedia.org/wiki/list_of_most_viewed_youtube_videos#historical_most_viewed_videos)>. Acesso em: 09 jul. 2017.

## 2.2. Cultura de fã

O conceito de “fã” como se conhece hoje se originou nos esportes, para denominar seguidores de times, especialmente de baseball, em uma época em que o esporte passou a ser uma atividade não só de jogadores, mas também de espectadores (JENKINS, 1992). Logo o termo começou a ser usado para descrever os admiradores de uma pessoa ou produto cultural.

Apesar da palavra ter em sua origem e raiz etimológica — o verbete em latim *fanaticus* — uma conotação de obsessão, agressividade e extremismo, atualmente é considerado fã aquele que nutre uma admiração por um artista, pessoa pública ou produto cultural. O fã é o indivíduo que se dedica a focar sua atenção em seu objeto de estima, com quem se identifica e admira, acompanhando sua trajetória e se associando a outros que compartilham do mesmo interesse.

Cunha (2007) categoriza os fãs em dois grupos, o de fãs passivos, “que apreciam determinado produto ou personagem cultural mas não manifestam ou canalizam o seu interesse de forma produtiva” (p. 2) e o do fã ativo, que se configura como “aquele que age, não se limita a consumir mas procura interagir e toma a iniciativa. Os fãs activos buscam outros semelhantes e tendem a agrupar-se de modo a dar continuidade à sua condição de fãs, adiando o fim dessa experiência.” (*id. ibid*), e neste grupo ela enfatiza o que chama de fãs de culto, que não se abstêm em apenas consumirem o produto, mas externam seu fascínio com a criação e produção de novos conteúdos, criando novas narrativas, e em comparação à audiência comum e aos fãs passivos, ele “[...] não se limita a consumir, ele procura retirar significados e relê-los à sua imagem”. Essa subcultura de fazer uma apropriação e releitura de conceitos, personagens, universos e ambientações é o que autores como Thorburn e Jenkins (2003) chamam de Cultura Participativa. Eles explicam:

Padrões de consumo de mídia têm sido profundamente alteradas por uma sucessão de tecnologias de novas mídias que possibilitam cidadãos comuns participarem no arquivamento, anotação, apropriação, transformação e recirculação do conteúdo midiático. Cultura participativa se refere ao novo estilo de consumo que emerge nesse contexto (THORBURN; JENKINS, 2003, p.286)

Esses conteúdos, que são criados sem qualquer intenção de lucro e com desdém ao *copyright*, também são compartilhados entre eles, como os “fanzines<sup>12</sup>, fan fictions, fan films e diversas outras possibilidades criativas. Contudo, com a expansão da internet e da Web 2.0, a

---

<sup>12</sup> Contração das palavras inglesas *fan* (fã) e *magazine* (revista); trata-se de uma publicação amadora e sem fins lucrativos que reúne trabalhos de fãs como histórias e ilustrações, e é passada de fã para fã. (JENKINS, 1992, p. 161)

publicação e divulgação de textos, filmes, desenhos e diversas outras formas de expressão artística e cultural tornou-se muito mais simples e acessível.” (LUIZ, 2008)

A comunidade formada por esses grupos de fãs é chamada de *fandom*, termo originado da junção das palavras *fan* e *kingdom* (fã e reino, respectivamente, em inglês). Cada *fandom* tem características e estilos diferentes, com práticas diferentes e muitas vezes um vocabulário próprio utilizado e entendido apenas por seus integrantes, de forma a construir uma identidade social para corroborar o pertencimento àquela comunidade de fãs em particular (Fiske, 1992, p. 38). É visível a distinção entre quem faz e quem não faz parte de um *fandom*, como aponta John Fiske (*ibid*, p. 34):

Fãs discriminam ferozmente: a fronteira entre o que se encaixa em seu *fandom* e o que não se encaixa está nitidamente definida, [...]fãs podem vir a discutir sobre quais características permitem alguém cruzá-la, mas eles são claramente de acordo com a existência dessa linha (FISKE, 1992, p.34)

### 2.3. Fanfics e Shippagem

“Fanfic” é um acrônimo da palavra “Fanfiction”, que por sua vez é uma junção das palavras *fan* e *fiction*. Em tradução livre, significa “Ficção de fã”, e consiste em histórias não-comerciais escrita por fãs “sobre personagens ou universos ficcionais de que gostam, seja de literatura, cinema, quadrinhos ou qualquer outra mídia. Os escritores de fanfics são popularmente chamados de fanfiqueros ou *ficwriters*” (LUIZ, 2008, p. 3).

É dito que a escrita de fanfics tenha começado nos anos 60, quando fãs de Star Trek começaram a escrever e circular entre si seus próprios episódios, mas existe também o argumento de que podem ser consideradas fanfics as paródias e continuações literárias como *Siege of Thebes*, um poema escrito por John Lydgate por volta de 1420 que era uma continuação de *The Canterbury Tales* (Os Contos da Cantuária, 1387), de Geoffrey Chaucer (THORBURN; JENKINS, 2003, p.261).

A escrita moderna de fanfics, juntamente com outras práticas da Cultura Participativa, além de explorar as possibilidades oferecidas nas entrelinhas das narrativas, puxando histórias secundárias ao enredo principal e detalhes não aprofundados, também é uma resposta à crescente privatização da cultura, tratando filmes, programas de TV e seus personagens como material bruto para ser explorado e expandido, questionando as ideologias de cultura de massa (*ibid*,p. 287).

Antes da década de 1990, essas histórias eram compiladas e publicadas em *fanzines* ou enviadas pelo correio como correspondência pessoal, e assim as histórias passavam de fã para fã, mas isso se mostrava trabalhoso e custoso, com as expensas de impressão e envio. Com a



expansão da internet em meados dos anos 90, essas histórias foram adaptadas para as formas digitais, e passaram a serem publicadas através de bulletin boards, mailing lists e mais recentemente em archives e blogs (CAVALCANTI, 2010, p. 7). Atualmente existem sites criados especificamente para hospedarem fanfics, que arquivam as mesmas em categorias de acordo com o universo de origem, além de *crossovers*, quando mais de um desses é mencionado, por exemplo: uma história que mistura personagens de dois livros ou filmes diferentes.

No kpop, as histórias são escritas sobre os artistas, suas vidas e seus relacionamentos, o que recai no debate moral e ético que cerca as fanfics de pessoas reais, especialmente as chamadas *slash*, que retratam relacionamentos homossexuais que na maioria das vezes nunca foram insinuados na vida real. Com o anonimato da internet, a escrita desse tipo de história e a despreocupação com direitos autorais e uso de imagem é facilitada. Segundo McGee (2005, p.174), a defesa mais frequente dos escritores de fanfics de pessoas reais é que “as pessoas sobre as quais se escrevem na verdade não são pessoas. Ao invés disso, os escritores de FPR<sup>13</sup> argumentam que são personas cuidadosamente construídas, criadas para o consumo do público do mesmo jeito que personagens completamente ficcionais são”. As fanfics de kpop se dividem em duas categorias principais, as de universo *canon*, que são aquelas que usam elementos e fatos estabelecidos pelo universo original<sup>14</sup> e as de universo alternativo, em que os personagens são inseridos em um contexto diferente do canônico.

Essas fanfics estão diretamente ligadas com a prática de Shippagem, que consiste em torcer por um determinado casal. Esses casais, comumente chamados de “*couples*” ou “*ships*”, são representados por uma junção do nome de cada pessoa, como por exemplo: KyuMin, para designar o *couple* KyuHyun e SungMin, do grupo masculino Super Junior, ou TaeNy para TaeYeon e Tiffany, do grupo feminino Girls Generation. Os fãs filtram e escolhem fanfics para lerem de acordo com o casal principal; a grande maioria das histórias é escrita sobre um casal ao invés de um protagonista apenas.

Apesar de serem obras amadoras, o fandom procura e valoriza histórias escritas com boa ortografia e gramática, personagens bem descritos e universos bem construídos, e em consequência disso, algumas fanfics se tornam famosas no fandom e recebem centenas de visualizações, favoritos e comentários, criando uma espécie de “elite”. Cumberland diz:

---

<sup>13</sup> Fanfic de Pessoas Reais

<sup>14</sup> CUMBERLAND, Sharon. In: THORBURN, David; JENKINS, Henry. **Rethinking Media Change: The Aesthetics of Transition**. Mit Press, 2004. p. 266

Apesar do termo “elite” parecer contradizer o conceito de inclusão e igualdade encontrado na Internet, o talento entre autores de fanfic é cultivado, apreciado e atribuído status na comunidade, uma vez que esses escritores têm a habilidade de estender as sagas dos personagens favoritos e os envolvem com essa sexualidade e vidas privadas que são apenas insinuadas nas produções comerciais. (CUMBERLAND, 2004, p. 266)

Por outro lado, fanfics com erros gramaticais grotescos, enredos superficiais e excessivamente clichês são ignoradas pelos leitores, que nesse ambiente têm a função de *gatekeeping*, uma vez que não há nenhum obstáculo ou filtro de qualidade entre a publicação de uma fanfic e o acesso do leitor. As obras são postadas em capítulos, e muitas são abandonadas por falta de *feedback*.

Quanto ao tamanho, as fanfics que contêm um, dois ou três capítulos são chamadas de *oneshot*, *twoshot* ou *threeshot*, respectivamente, enquanto as histórias que têm de 3 a 15 capítulos são chamadas de *shortfics*, e as mais longas que isso, *longfics*<sup>15</sup>.

#### 2.4. Jornalismo Cultural e Crítica

Jornalismo Cultural é o ramo dos estudos de comunicação que consiste em publicações e discursos jornalísticos que tratem da informação, interpretação e opinião sobre bens culturais da sociedade como música, literatura, artes plásticas e cinema (GOMES, 2009)

Como apontam Lopez e Freire (2007, p. 1) o Jornalismo Cultural ainda é uma área pouco explorada, em comparação com outros segmentos da comunicação, e dentre seus gêneros, os mais conhecidos são a crítica e a agenda, e neste tópico daremos ênfase à primeira, devido ao conteúdo predominante no produto. Segundo Piza (2004), um dos marcos dos princípios do jornalismo cultural é a revista inglesa *The Spectator*, nascida “na cidade e com a cidade”, para o homem da cidade, o homem moderno “preocupado com modas, de olho nas novidades para o corpo e a mente, exaltado diante das mudanças no comportamento e na política”, com a ideia de que o “conhecimento era divertido, não mais a atividade sisuda e estática, quase sacerdotal, que os doutos pregavam” (p. 12).

A crítica é um gênero textual que faz parte da esfera opinativa do jornalismo cultural. O pensamento crítico, e conseqüentemente o modo de se fazer crítica muda com o passar dos séculos, por diversos motivos explorados por Piza (2004), como o crescimento econômico nos Estados Unidos no século XIX e a profusão de jornais e revistas no século XX. Para Da Silva e Fernandes (2011), a crítica contemporânea já se encontra distante de seus princípios originais:

---

<sup>15</sup> FANFIC. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Fanfic&oldid=49146898>>. Acesso em: 11 jul. 2017.

É de conhecimento geral que a função da crítica literária, na contemporaneidade, parece ter se esvaziado de seus antigos pilares que consistiam, basicamente – embora sem se engessar apenas nos princípios de sua função – em estabelecer juízos de valor ao texto, de resenhar novos livros, de formar opinião, de induzir um público leitor a certas leituras daquilo que achava importante (como era procedimento regular da crítica de rodapé), estivesse ou não comprometida com a teoria literária ou com quaisquer outras formas discursivas mais sistematizadas e que tivessem como função apreciar uma obra literária em seu mérito, estabelecendo comparações de estilo, de influência, de escola, de linguagem, de temática etc. (DA SILVA; FERNANDES, 2011, p. 6)

Esse modelo de crítica é inclusive apontado por Marcelo Coelho (2006), e é categorizada por ele como uma crítica conservadora e que contém “três aspectos básicos do pensamento antimoderno”:

Em primeiro lugar, o método de julgar uma obra nova a partir de critérios inalteráveis, já estabelecidos, anteriores e externos à própria obra. Em segundo lugar, a avaliação de que vivemos um período de declínio, de decadência, de degeneração, de doença cultural. Em terceiro, a postulação de que o crítico é representante, do “homem comum”, que está a ser enganado pelo artista. Numa fórmula mais sintética, temos um crítico que é ao mesmo tempo fiscal, médico e promotor de Justiça... e seus textos adquirem um ar de boletim de ocorrência, de diagnóstico psicossocial e de denúncia pública (COELHO, 2006, p.12)

Ao invés disso, Antonio Candido em seu livro “A Educação Pela Noite e Outros Ensaaios” (1989), ao citar o escritor Sérgio Milliet, expõe que, segundo o mesmo, a crítica deveria se adequar ao objeto, em oposição à ideia da “régua” como parâmetro descrito por Marcelo Coelho (2006) como uma característica da crítica conservadora, em que “a definição, para ele [o crítico conservador] reveste-se de mais importância do que a obra. A régua é mais importante do que o objeto” (p. 16). Milliet então, diz que “o crítico deve, portanto, se situar conforme o ângulo do autor, que determinou a obra, não do público, que espera que ela seja conforme à sua expectativa ditada pela moda” (*apud* CANDIDO, 1989, p. 159).

No momento atual, a modificação que atinge não só a crítica, mas o jornalismo cultural literário em geral se dá através da popularização e o surgimento de uma quantidade crescente de sites e blogues de literatura, o que pode resultar em uma “abundância de informações”, e o papel da crítica é fazer uma espécie de pré-seleção para o leitor — que é o principal objetivo desde produto —, como aponta Ballerini (2015):

Num mundo onde a pulverização de mensagens é cada vez maior, em que centenas de livros são lançados a cada semana, corre-se o risco de viver certa “crise de abundância”, na qual o público geral se sente perdido em meio a tantos sites sobre literatura e tantos livros sendo resenhados em guias. [...]É aqui que entra a importância do olhar bem formado do jornalista cultural literário, capaz de fazer uma pré-seleção crítica do que realmente vale ser objeto de reflexão – seja em reportagens, seja em críticas – de modo que guie o leitor num cenário em que a abundância de opções de produtos culturais pode ser sufocante e até paralisante. (BALLERINI, 2015, p. 93)

É nesse contexto que estão inseridos os sites de publicações gratuitas de histórias e fanfics, que compilam milhares de obras e recebem novos trabalhos todos os dias. No entanto, a crítica de uma fanfic não pode ser feita do mesmo modo da crítica de um livro publicado, pois não é um produto feito por uma indústria, que visa o sucesso em vendas e a geração de lucro, e enquanto a publicação de fanfics é “regulamentada” através de regras de postagem, ela não passa por nenhum outro filtro de qualidade ou edição, como acontece nas editoras, onde os originais passam pelas mãos do editor, que decidem quais textos se tornarão livros, como esclarece Bragança (2005):

Funcionam, pois, os editores como um filtro no elo entre autor e leitor. Filtro que pode ser uma barreira intransponível entre um escritor, com um manuscrito, e um autor, e os leitores, mas que pode, também, ser a ponte entre um escritor inédito e um autor consagrado e lido. (BRAGANÇA, 2005, p. 7)

Quem exerce essa função de *gatekeeper* então são os próprios leitores, que fazem sua avaliação através de “curtidas” e comentários. Há um padrão de qualidade determinado por esses leitores, que não aceitam erros grotescos de ortografia e gramática, imprecisões ou transgressões às convenções do fandom e aparente falta de conhecimento sobre a realidade canônica. Histórias com enredos rasos e clichês excessivamente usados como “Personagem A viaja para a ou mora na Coreia do Sul onde encontra seu ídolo e os dois se apaixonam e vivem felizes para sempre” e as chamadas fanfics interativas, onde o protagonista é o próprio leitor são vistas com extremo desgosto pela comunidade leitora. Quanto às adequações das histórias ao universo canônico, quem traça os limites entre o que é permitido ignorar e o que é obrigatório é o próprio fandom. Como descrito por Mackey (2008, p.134):

Os leitores podem muito bem reconhecer personagens e eventos da narrativa original, mas é necessário saber decidir se essa fanfic em particular é uma emulação do original, se é uma paródia ou satírica na intenção ou se realmente é completamente subversiva. Alguns elementos paratextuais da publicação na web fornecem palpites; por exemplo, ficção rotulada como Universo Alternativo (uma versão alternativa de um universo canônico) ou slash (histórias envolvendo relacionamentos homossexuais – geralmente entre personagens masculinos – que podem não terem sido retratados como tal na narrativa canônica), quase certamente será mais subversiva que a ficção de emulação, mas várias dessas interpretações têm que ser extrapoladas da peça escrita em si. (MACKEY, 2008, p. 134)

A fanfic é um gênero predominantemente digital, como observa Cavalcanti (2010), e para alguns pode representar apenas a escrita como hobby, e como aponta Thorburn e Jenkins, esse tipo de produção é frequentemente marginalizado e tratado como algo que as pessoas fazem quando têm tempo de sobra. A “suposição é que qualquer um que invista tanta energia emocional e criativa em produtos culturais massivos deve certamente ter algo de errado” (2003, p.282). A crítica então, tem também a função de desmarginalizar e validar esse gênero.

### 3 ANÁLISE DE SIMILARES

Para obter um melhor direcionamento quanto à definição de público-alvo e as características do site, foi conduzida uma análise de sites que trazem propostas similares às que foram planejadas. Com isso, será possível determinar as semelhanças e os diferenciais que o produto terá em comparação com os sites analisados. Para isso, foram analisadas três páginas que tivessem a crítica de fanfics como direcionamento principal. Foram observados os diferentes tipos de conteúdos publicados, planejamento visual do site e método de avaliação das fanfics. Durante a pesquisa, não foi possível achar nenhum site ou página dedicada a fazer críticas de fanfics especificamente do universo kpop. Sites internacionais foram descartados, pois a página tem como objetivo alcançar o público brasileiro.

A primeira página a ser observada é o blog Crítica de Fanfics (<http://criticasdefanfics.blogspot.com.br>) (Figura 3), que, apesar de estar hospedado num serviço de domínio .br, tem administradores naturais de Portugal e assim, os textos são escritos em português lusitano. O blog, criado em 2 de agosto de 2013, está ativo até o presente momento e produz críticas para fanfics em português brasileiro ou lusitano. Os administradores, identificados apenas como Rui e Diana, deixam claro em suas respectivas fichas de dados pessoais, que serão feitas críticas de qualquer gênero ou fandom. As fanfics devem estar postadas nos blogs pessoais dos autores, e as críticas são feitas através de inscrições, ou seja, são encomendadas pelos próprios escritores, e recebem nota de um a dez como meio de avaliação final, assim como um selo de aprovação (ou não), que deve, de acordo com as regras, ser repostado na página onde a história foi originalmente postada. Os critérios de análise usados não seguem um padrão claro, mas na maioria das vezes as críticas se atêm a considerações sobre a ortografia e gramática, e superficialmente, sobre o enredo e originalidade da história.

Quanto à identidade visual o site, o banner principal da página consiste em uma montagem de duas fotos que não têm relação aparente entre si e que não contém qualquer marca gráfica que traga identificação à página. Além disso, os selos de aprovação também não seguem nenhum padrão. O blog também não possui conta em nenhuma rede social, mas os perfis dos administradores nessas redes são disponibilizados na página.



**Figura 3:** Página inicial do blog Críticas de Fanfics.

**Fonte:** Print screen da página inicial do blog.

O segundo blog escolhido para análise é o Support Fanfics (<https://supportfanfics-sf.blogspot.com.br>) (Figura 4), que, segundo a própria descrição da página, é um blog dedicado a ajudar escritores com suas fanfics. Em atividade desde 9 de maio de 2016, são oferecidos serviços variados relativos a todo o processo de produção de uma fanfic. São eles: Ator para personagem (usar um artista real para a construção de personagem tendo como base aparência e/ou personalidade), Avaliação de ideia, Betagem (revisão de texto), Crítica de fanfic, Conclusão de fanfic, Desenvolvimento da cena “hot” (erótica), Desenvolvimento da Fanfic, Dúvidas sobre gramática, Início de fanfic, Nome de personagem, Renovação de fanfic, Sinopse e Título para fanfic. Todas as opções são feitas através de inscrições e portanto, grande parte do conteúdo da página (exceto avisos e páginas fixas) são respostas a pedidos desses serviços, que são postados na íntegra na página com o link de origem da fanfic quando houver possibilidade de redirecionamento, com exceção dos pedidos de Betagem e Desenvolvimento da cena hot, que são mandados privadamente por email ao requerente.

Especificamente se tratando das críticas, os posts são escritos completamente deixando claro a perspectiva subjetiva e o ponto de vista do analisador, e as histórias são classificadas de acordo com os seguintes critérios: Capa e Sinopse, valendo três pontos, Ortografia, valendo quatro pontos, Enredo, valendo dois, e Avaliação Geral, valendo um ponto, totalizando 10 pontos.

O design da página é fluido e chamativo, com vários recursos gráficos e centrado em artistas pop da atualidade, que muda periodicamente, seguindo sugestão de internautas ou escolha dos próprios administradores do site. Para contato e esclarecimento de dúvidas, o blog

mantém um perfil no site ask.fm, mas nenhum outro perfil externo ao blog.



**Figura 4:** Página inicial do blog Support Fanfics.  
**Fonte:** Print screen da página inicial do blog.

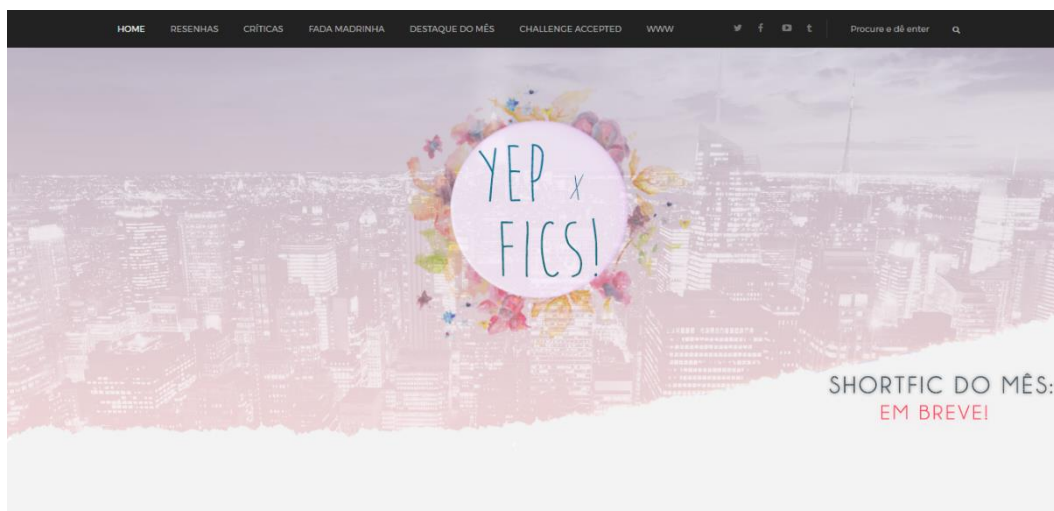
O último site a ser analisado é o Yep Fics! (<http://www.yepfics.com.br>) (Figura 5). No ar desde 19 de outubro de 2010, o site criado por Tainá Fabro surgiu primariamente como uma fonte de recomendações de fanfics, também de fandoms variados. Atualmente, além das recomendações, as seções Resenhas, Críticas, Destaque do Mês, Fada Madrinha e Challenge Accepted foram adicionadas. Diferentemente das duas páginas anteriores, apenas a categoria Fada Madrinha é oferecida como serviço, visto que consiste na designação de uma pessoa para ajudar diretamente na formulação e escrita de uma fanfic, diretamente com o escritor. Para Resenhas e Críticas são aceitas sugestões, mas a aceitação das mesmas não é garantida. Além disso, as histórias não recebem notas ou conceitos, mas os textos de crítica e resenha são escritos evidenciando o uso de primeira pessoa e subjetividade. O Destaque do Mês é decidido por meio de uma enquete e resulta em um texto do próprio autor falando de sua história e do processo de idealização e criação, que é publicado no site mas que ironicamente não recebe destaque visual na página de início do site. Já a categoria Challenge Accepted é uma proposta de competição de fanfics colaborativas, escritas em grupos de três pessoas seguindo diretrizes determinadas pela administração do site. Os três primeiros lugares recebem prêmios como ter sua fanfic indicada ou uma entrevista com cada integrante do grupo ganhador.

A identidade visual do site é bem marcada pela presença constante do logotipo em qualquer área do site, as chamadas dos posts são mostradas todas juntas na página inicial com hierarquia aleatória e, contrário à ideia de “acima da dobra” trazida para a web por Brian Miller (2011), a área superior das páginas é ocupada por um banner em formato *slideshow* que preenche toda a primeira tela, tendo sempre que rolar a página para chegar no conteúdo em si.



Dos três sites analisados, o Yep Fics! é o único que faz uso extensivo das mídias sociais, mantendo um perfil no Facebook (<https://www.facebook.com/yepfics>) para divulgação das publicações no site, realização de enquetes, sorteios, concursos culturais e comunicação. Há também uma conta no Twitter (<https://twitter.com/yepfics>) mas esta é majoritariamente usada apenas para anúncio de novas publicações no site, para isso utilizando hiperlinks e hashtags.

Diferentemente das páginas supracitadas, o produto a ser desenvolvido aqui não fará críticas sob encomenda, portanto, não atuará como um meio de prestação de serviço, não atribuirá nota às fanfics criticadas e terá como principal diferencial se dedicar exclusivamente a fanfics de kpop.



**Figura 5:** Página inicial do site Yep Fics!.  
**Fonte:** Print screen da página inicial do site.

## 4 ESTRUTURA DO SITE

### 4.1. Fanfictiologia

Neologismo etimologicamente híbrido composto por fan-, abreviado do latim *fanaticus*; de fã (Oxford Latin Dictionary, p. 676), fictio, termo em latim para “ficção” e o sufixo -logia, derivado do verbete do grego antigo *legein*, significando “um campo de estudo; um estudo de um assunto em particular” (WIKCIONÁRIO).

A escolha do nome para a página foi feita baseada na consideração de que a pesquisa, análise e crítica das fanfics acabam por servir como uma espécie de estudo sobre as mesmas.

### 4.2. Plataforma

A plataforma escolhida para ser usada no desenvolvimento da página foi o Tumblr, que consiste em uma plataforma gratuita de blogging criada em 2007 que permite a publicação de



posts em texto, áudio, vídeo, imagens ou em forma de citações ou diálogos. Além disso, a página é completamente personalizável através do código HTML da página.

A escolha de construir a página no Tumblr foi feita por este possuir layout facilmente adaptável a diferentes tamanhos de tela e, portanto, diferentes dispositivos. Outro motivo também foi a possibilidade da customização do design da página através do acesso ao código-fonte, possibilitando assim a experimentação nas linguagens de programação HTML5 e CSS.

Desse modo, o endereço usado será <https://fanfictiologia.tumblr.com/>

### 4.3. Público-alvo

Não há, atualmente, nenhuma pesquisa quantitativa definitiva oficial que meça o fandom de kpop brasileiro. Entretanto, através de pequenas pesquisas com grupos específicos, estima-se que esses kpopers sejam, em sua maioria, adolescentes de 15 a 18 anos predominantemente do sexo feminino (ALMEIDA, BERTO, 2015, p. 40).

O site será destinado a kpopers brasileiros de todas as idades (sempre destacando a classificação etária de cada obra a ter sua crítica publicada) e ambos os sexos, que tenham acesso à internet e que leiam e/ou escrevam fanfics, ou que tenham algum interesse nessas obras. Sua maioria é constituída por usuários frequentes dos sites Spirit Fanfics, Nyah! Fanfiction e Wattpad.

### 4.4. Conteúdo do Site

O conteúdo postado no site será centrado primária e prioritariamente nas críticas, feitas de fanfics sugeridas pelos internautas. Para isso, será disponibilizado um formulário de contato no próprio site. Na ocorrência de mais de duas sugestões por semana, a escolha da história será feita através de uma enquete semanal, na qual as fanfics sugeridas serão votadas para ter sua crítica feita. O único pré-requisito é que as fanfics estejam completas se tiverem mais de um capítulo, e estejam de acordo com as regras do site onde estão hospedadas.

O principal intuito da crítica será dar *feedback* apropriado e especializado a essas histórias que têm, como único meio de retorno, a seção de comentários do site e a possibilidade de marca-las como favoritos. Esses comentários, em sua maior parte, não se estendem muito além de elogios curtos, ou da apresentação das impressões subjetivas do leitor. Como aponta Perrone-Moisés (1998, p. 204 apud GADINI, 2009, p.242), “a abundância de informações e de produções culturais, possibilitada pelas tecnologias de comunicação, não permite, ao usuário,

nenhuma seleção real; a perecibilidade quase imediata das mesmas impede qualquer visão de conjunto e qualquer crítica [num sentido mais amplo]”.

Com a criação desse espaço dedicado a dar destaque às obras, será possível proporcionar ao leitor essa seleção e crítica supracitadas, atuando assim, como o mediador entre a obra e o público e fazendo uma pré-seleção para poder guiar o usuário nesse meio com tanta abundância de opções. As críticas se configurarão em textos curtos, de cerca de 600 palavras para fanfics de um capítulo e de 600 a 1000 palavras para fanfics com mais capítulos, visando uma leitura rápida e dinâmica.

Secundariamente, também serão feitas recomendações, baseadas no gosto pessoal da autora. Diferentemente das críticas, essas histórias não serão sugeridas por terceiros e não serão inéditas para a autora. Esse tipo de post terá como intenção fornecer uma indicação rápida de fanfic para aqueles que estejam à procura de algo novo para ler. Quanto à estrutura do texto, as recomendações serão mais concisas e não oferecerão uma reflexão tão complexa quanto aquelas apresentadas nas críticas.

Críticas e Recomendações serão postadas semanalmente, às quintas e sábados, respectivamente. Os posts trarão a capa da fanfic (quando não houver uma, será utilizada uma imagem padrão contendo o título e autor da história, e a marca gráfica do site), sinopse, classificação etária, gêneros, avisos, o link original da fanfic e o texto de crítica ou recomendação.

Além disso, a cada 15 dias, às terças, será publicado um post sobre algum tema que permeie o mundo das fanfics, tanto para escritores quanto para leitores, em sua maioria em forma de manual, para oferecer suporte e instrução (como por exemplo, “o que faz uma boa fanfic” ou “como deixar um bom comentário”). Essa seção, intitulada “Artigos”, terá como principal objetivo a orientação, mas não necessariamente para iniciantes, nas semanas em que não houver postagem nessa categoria, uma crítica será publicada no lugar.

Finalmente, o site também trará informações atualizadas sobre concursos de fanfic, corriqueiramente organizados por sites e fanpages. Esses posts terão estrutura de nota e serão compostos de todas as informações disponibilizadas pela fonte, além de um hiperlink direcionado à página ou post original. Será mantida na barra lateral fixa, uma lista com o estágio atualizado desses concursos, que normalmente são divididos em fases (inscrição, postagem, fases temáticas e resultados). A lista será atualizada conforme a ocorrência dos eventos.

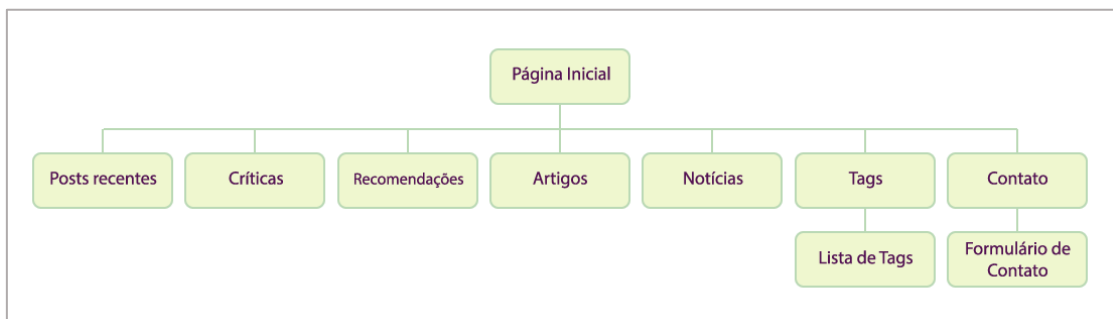
Cada publicação será marcada com etiquetas (*tags*) para facilitar a indexação e a filtragem dos posts em eventuais consultas. Com isso, o site exercerá um serviço de curadoria, criando uma crescente base de críticas e recomendações. Procurando otimizar a arquitetura

informacional do site e a experiência do usuário, todas as etiquetas serão organizadas em uma página especificamente dedicada, que será alimentada conforme o uso de novas etiquetas, com a finalidade de categorização e organização das publicações, bem como o acesso rápido e fácil à informação, possibilitando ao internauta procurar e achar posts específicos com rapidez e praticidade.

Abaixo, uma representação da página inicial (Figura 6) e da estruturação das seções da página (Figura 7)



**Figura 6:** Página inicial do Fanfictiologia  
**Fonte:** Print screen da página inicial



**Figura 7:** Mapa do site  
**Fonte:** Elaborado pela autora

## 5 PLANEJAMENTO VISUAL

De acordo com Steve Krug (2000), um site visualmente eficaz é um site em que o usuário não precisa pensar; é a usabilidade<sup>16</sup> em sua forma mais eficiente, em que tudo deve que estar óbvio à primeira vista, de modo que o internauta consiga achar seu caminho pelo site e encontrar o que procura com facilidade e, principalmente, sem precisar fazer uso de métodos de tentativa e erro. Brian Miller (2011) afirma que um bom design em uma página da Web representa uma experiência ao usuário, mas que não se trata apenas de organizar informação para alcançar esse objetivo, mas sim de criar algo distintivo e memorável.

Como conceito primário, a página trará um visual limpo, com vasto uso de espaços em branco utilizados como “respiros” com o objetivo de tornar a leitura menos cansativa, uma vez que grande parte do conteúdo se constitui de texto, com um mínimo de imagens.

Pensando em layout e arquitetura da informação, a página terá menus claros e disponíveis de qualquer seção, com posts facilmente recuperáveis se for do interesse do usuário.

Para alcançar esses intentos, foram levados em consideração o uso da cor, logotipo, grid e tipografia para criar uma página que une experiência de navegação e estética eficientemente.

### **5.1. Paleta de cores**

A cor é um dos mais primitivos e eficazes estímulos visuais, além de ser uma maneira potente de transmitir uma informação (AMBROSE, HARRIS, 2009). Através da cor, é possível determinar o tom e a intenção de uma mensagem, como por exemplo o uso de vermelho como forma de alerta e o branco para simbolizar a paz. A interpretação do significado de cada cor varia de acordo com a cultura, e também não há uma regra oficial sobre essas interpretações, deixando as possibilidades livres para a imaginação.

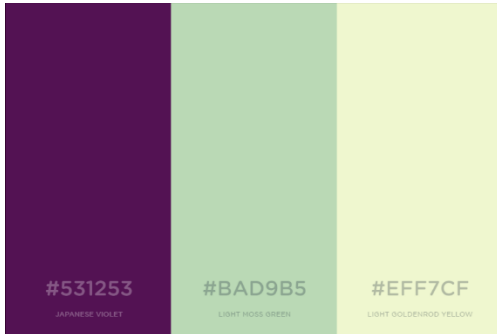
Para o layout da página, foi escolhida como cor principal o roxo e seus tons, por ser frequentemente ligada à criatividade e imaginação (BOULTON, 2009); substantivos estes ligados diretamente ao processo de criação das fanfics. Adicionalmente, como cores secundárias, além do branco e preto, foram escolhidos dois tons pastéis, de verde e amarelo, por serem cores complementares divididas ao roxo, ou seja, no círculo cromático, elas se localizam adjacentes à cor complementar da cor principal e, com isso, possibilitam uma harmonia estética, conseguida pela graduação da luminosidade e a possibilidade de contraste tanto para determinação de hierarquia quanto para impacto visual na página, como apontam Bastos, Farina e Perez (2006): “O uso de cores contrastantes, quando bem empregado, pode

---

<sup>16</sup> Krug (2000) define usabilidade como “(...) ter certeza que algo funciona bem, que uma pessoa de habilidade e experiência de nível médio ou menor possa utilizar algo para a seu devido propósito sem ficar desesperançosamente frustrado” (p. 5)

conduzir a um conjunto harmônico com a vantagem de despertar interesse pela vivacidade ou mesmo pela tensão que ocasiona” (p.74).

Com isso, é intencionado que a paleta de cores (Figura 8) se torne parte essencial para a construção da identidade visual da página.



**Figura 8:** Paleta de cores usada na composição visual do site.

**Fonte:** Elaborado pela autora.

## 5.2. Logotipia e marca gráfica

A utilização de um logotipo na página tem como principal intenção o estabelecimento de uma identidade visual e unidade entre as seções da página através da repetição. A marca completa (Figura 9) é constituída de tipografia, com o nome do site e ícone, composto por uma caneta, para remeter à escrita, e uma lupa para dar a ideia de análise e pesquisa. Essa marca será sempre visível no cabeçalho da página. O ícone sozinho (logo) (Figura 10) será usado quando for necessária a criação de material gráfico original, como por exemplo, a imagem padrão com o nome do autor e o título da fanfic quando esta não tiver capa disponível (Figura 11).



**Figura 9:** Logotipo da página

**Fonte:** Elaborado pela autora.



**Figura 10:** Logo

**Fonte:** Elaborado pela autora.



**Figura 11:** Capa padrão

**Fonte:** Elaborada pela autora.

### 5.3. Grid e Layout

O grid é um recurso importante para a organização e composição estética da página. Um grid para uma página da internet requer considerações diferentes daquelas levadas em conta ao se tratar de um produto impresso, principalmente no que se refere ao uso do espaço, considerado ilimitado na Web e limitado no papel, como consideram Ambrose e Harris (2009, p. 149):

“O uso do grid na mídia digital traz consigo uma série de considerações especiais. Ele oferece aos designers a oportunidade de fazer seu trabalho parecer relevante e atual. [...] Uma das primeiras decisões que o designer precisa tomar é se é

melhor tirar proveito do espaço ilimitado disponível em uma página Web, tanto na orientação vertical quanto na horizontal, ou trabalhar com um formato de página fixo”

Quanto à largura da página, pensando na consistência de layout em diferentes dispositivos, deverá ser fixa, pelo fato do conteúdo ser composto majoritariamente de texto. É preciso uma configuração que traga facilidade de leitura em qualquer tamanho de tela, o que é prejudicado com a utilização de um layout flexível, que muda para se adaptar à largura da tela, e, com isso, a leitura “pode se tornar difícil quando o comprimento da uma linha de texto fica maior do que 12 palavras um menor que quatro ou cinco” (AMBROSE, HARRIS, 2009, p. 150)

Para que o layout fique dinâmico e possibilite uma navegação facilitada, com links de atalho disponíveis de qualquer página, será utilizada uma colunagem assimétrica, com a coluna maior para exibir o conteúdo principal à esquerda, e à direita, uma barra lateral, além da parte superior fixa com os links das diferentes páginas.

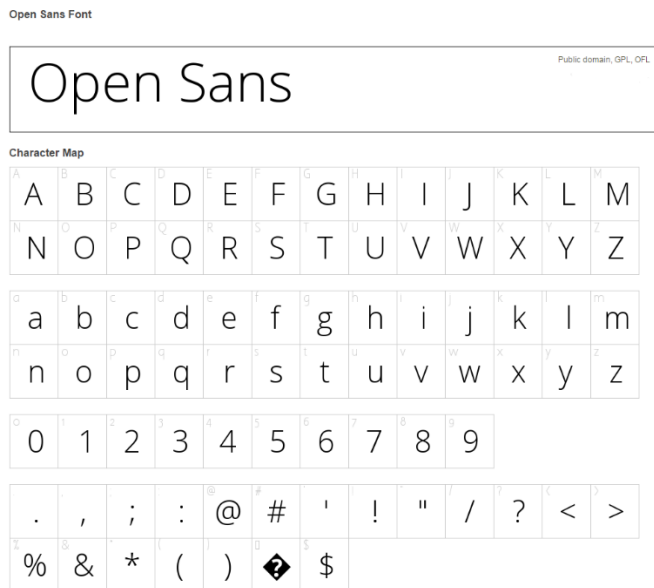
#### 5.4. Tipografia

A tipografia que irá compor o conteúdo do website foi escolhida pensando em determinar uma hierarquia nas páginas, uma vez que por várias vezes serão utilizados vários conjuntos de informações diferentes. A legibilidade também será levada em conta, considerando as diferentes dimensões das telas de onde o site será acessado e, seguindo a recomendação de Samara (2010), apenas duas fontes foram escolhidas, Josefin Slab (Figura 12) para títulos e cabeçalhos e Open Sans (Figura 13) para textos.



**Figura 12:** Josefin Slab

**Fonte:** 1001 Free Fonts. Disponível em <[http://www.1001freefonts.com/josefin\\_slab.font](http://www.1001freefonts.com/josefin_slab.font)> Acesso em 06 ago.



**Figura 13:** Open Sans

**Fonte:** 1001 Free Fonts. Disponível em <[http://www.1001freefonts.com/open\\_sans.font](http://www.1001freefonts.com/open_sans.font)> Acesso em 06 ago. 17

## 6 Análise do resultado

Até a finalização deste Memorial Descritivo, foi publicado um total de 9 postagens, sendo elas: um post explicativo de introdução, que apresenta a proposta geral do site, três críticas, três recomendações, uma notícia e um artigo, o que representa pelo menos uma postagem de cada categoria da página. Durante o processo de elaboração e postagem, pude experimentar alguns obstáculos, tanto relativos à forma quanto ao conteúdo.

A customização e aplicação do planejamento visual da página mostrou-se um desafio devido ao primeiro contato com a ferramenta de personalização da plataforma, que além de exigir conhecimentos de programação nas linguagens HTML5, CSS3 e JavaScript (dos quais eu tinha apenas noção básica), também faz uso de uma série de códigos próprios, sem os quais a composição do layout não é possível.

Em relação ao conteúdo, a maior dificuldade foi conseguir trazer conteúdo variado no que diz respeito a fandoms diferentes, o que se deve ao fato de que alguns fandoms são mais populares e produzem mais conteúdo do que outros, e consequentemente recebem mais feedback dos leitores, o que incentiva a atualização constante e publicação de novas fanfics.



## REFERÊNCIAS

- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design Básico**: Cor. Porto Alegre : Bookman, 2009.
- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Design Básico**: Grid. Porto Alegre : Bookman, 2009.
- BALLERINI, Frantiesco. **Jornalismo Cultural no Século 21**. São Paulo: Summus, 2015.
- BASTOS, Dorinho; FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgar Blucher, 2006.
- BERTO, Rachel; ALMEIDA, Mariza. Quem são os fãs de K-pop no Brasil? **Revista Tecnologia & Cultura**, Rio de Janeiro, N. 25, Ano 17 - jan./jun. 2015 - p. 38-44
- BOULTON, Mark. **A Practical Guide to Designing for the Web**. Five Simple Steps, 2009.
- BOX OFFICE MOJO. **Fifty shades**. Disponível em:  
<<http://www.boxofficemojo.com/franchises/chart/?id=fiftyshades.htm>>. Acesso em: 10 ago. 2017.
- BRAGANÇA, Aníbal. Sobre o editor. Notas para sua história. **Em Questão**, v. 11, n. 2, 2005.
- CANDIDO, Antonio. **A educação pela noite e outros ensaios**. Ed. Ática, 1989.
- CAVALCANTI, Larissa. Leitura nos gêneros digitais: abordando as fanfics. **Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação**, v. 3, p. 1-15, 2010.
- CRUZ, Caio Amaral da. E precisa falar coreano? Uma análise cultural do K-Pop no Brasil. 104 f. il. 2016. Monografia - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.
- COELHO, Marcelo. **Crítica cultural: teoria e prática**. PubliFolha, 2006.
- CUMBERLAND, Sharon. **Private Uses of Cyberspace: Women, Desire, and Fan Culture**. In: THORBURN, David; JENKINS, Henry. **Rethinking media change: the aesthetics of transition**. Mit Press, 2003.
- CUNHA, Maria Inês Vilhena da. **A figura do fã enquanto criador**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação - BOCC, 2008. Disponível em:  
<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cunha-ines-figura-fa-criador.pdf>> Acesso em 07 jul. 2017
- DA SILVA, Antonio de Pádua Dias; FERNANDES, Carlos Eduardo Albuquerque. Crítica Literária ou Cultural? Caminhos críticos da literatura de temática gay. **Revista Crítica Cultural**, v. 6, n. 1, p. 129-141, 2011.
- FANFIC. In: **WIKIPÉDIA**, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2017. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Fanfic&oldid=49146898>>. Acesso em: 11 jul. 2017.

FICÇÃO. In: **WIKCIONÁRIO**, o dicionário livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2015. Disponível em: <<https://pt.wiktionary.org/w/index.php?title=fic%C3%A7%C3%A3o&oldid=1989267>>. Acesso em: 20 mar. 2017.

FISKE, John. In: LEWIS, Lisa A. (Ed.). The cultural economy of fandom. **The adoring audience: Fan culture and popular media**, p. 30-49, 1992.

FORBES. **Fifty shades of green: how fanfiction went from dirty little secret to money machine**. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/hayleycuccinello/2017/02/10/fifty-shades-of-green-how-fanfiction-went-from-dirty-little-secret-to-money-machine/#5696734f264c>>. Acesso em: 10 ago. 2017

GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Paulus, 2009.

GLARE, Peter GW. **Oxford latin dictionary**. Clarendon Press. Oxford University Press, 1982.

GOMES, Fábio. Jornalismo cultural. Brasileirinho Produções: 2009. Disponível em: <<https://www.jornalismocultural.com.br/jornalismocultural.pdf>>

JENKINS, Henry. **Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture**. nyu Press, 2006

JENKINS, Henry. Fandom, Participatory Culture, and Web 2.0 -- A Syllabus. Henry Jenkins. Disponível em: <[http://henryjenkins.org/2010/01/fandom\\_participatory\\_culture\\_a.html](http://henryjenkins.org/2010/01/fandom_participatory_culture_a.html)>. Acesso em: 6 ago. 2017.

JENKINS, Henry. **Textual poachers: Television fans and participatory culture**. Routledge, 2012.

KO, Nusta Carranza, et al. Landing of the Wave: Hallyu in Peru and Brazil. **Development and Society**, vol. 43, no. 2, 2014, p. 297–350. Disponível em <[www.jstor.org/stable/deveandsoci.43.2.297](http://www.jstor.org/stable/deveandsoci.43.2.297)> Acesso em 07 jul. 2017

KRUG, Steve. **Don't Make Me Think: a common sense approach to web usability**. 2. ed. Berkeley: New Riders Publishing. 2006.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 5ª edição. Porto Alegre: Sulina, 2010

LEUNG, Sarah. **Catching the K-Pop Wave: Globality in the Production, Distribution, and Consumption of South Korean Popular Music**. Senior Capstone Projects. 2012

-LOGIA. In: **WIKCIONÁRIO**, o dicionário livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2016. Disponível em: <<https://pt.wiktionary.org/w/index.php?title=-logia&oldid=2171535>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

LOPEZ, Debora; FREIRE, Marcelo. **O jornalismo cultural além da crítica: um estudo das reportagens na revista Raiz**. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, Covilhã, 2007. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismocultural.pdf>>. Acesso em 07 jul 2017

LUIZ, Lucio. A expansão da cultura participatória no ciberespaço: fanzines, fan fictions, fan films e a “cultura de fã” na internet. **SIMPÓSIO ABCIBER**, v. 2, 2008.

MACKEY, Margaret; MCCLAY, Jill Kedersha. Pirates and poachers: Fan fiction and the conventions of reading and writing. **English in Education**, v. 42, n. 2, p. 131-147, 2008.

MCGEE, Jennifer. In the end, it's all made up": The Ethics of Fanfiction and Real Person Fiction. **Communication Ethics, Media and Popular Culture**, p. 161-180, 2005.

MILLER, Brian. **Above the Fold**: Understanding the Principles of Successful Web Site Design. 2011

Music programs of South Korea. In: **WIKIPÉDIA**, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2013. Disponível em:

<[https://en.wikipedia.org/wiki/Music\\_programs\\_of\\_South\\_Korea](https://en.wikipedia.org/wiki/Music_programs_of_South_Korea)>. Acesso em: 7 jul. 2017.

PAPACHARISSI, Zizi. **A Networked Self**: identity, community and culture on social network sites. Routledge, 2010

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. Editora Contexto, 2007.

SAMARA, Timothy. **Elementos do design**: guia de estilo gráfico. 1 ed. Porto Alegre: Bookman 2010.

THORBURN, David; JENKINS, Henry. **Rethinking media change: the aesthetics of transition**. Mit Press, 2003.

YOUR KPOP GUIDE. Step 4: how is kpop? idol groups & their structure. Disponível em: <<https://yourkpopguide.wordpress.com/2014/05/27/step-4-how-is-kpop-idol-groups-their-structure/>>. Acesso em: 09 jul. 2017