



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE LETRAS-INGLÊS  
CURSO DE LICENCIATURA EM LETRAS INGLÊS

HELADE GABRIELA SILVA MAGALHÃES

**A INFLUÊNCIA DA CULTURA DE *FANDOM* NA MOTIVAÇÃO PARA  
APRENDIZAGEM DA LÍNGUA INGLESA**

João Pessoa

2023

HELADE GABRIELA SILVA MAGALHÃES

**A INFLUÊNCIA DA CULTURA DE *FANDOM* NA MOTIVAÇÃO PARA  
APRENDIZAGEM DA LÍNGUA INGLESA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Licenciatura em Letras Inglês, da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para obtenção do grau de licenciada em Letras-Inglês.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Jailine Mayara Sousa de Farias

João Pessoa

2023

**A INFLUÊNCIA DA CULTURA DE *FANDOM* NA MOTIVAÇÃO PARA  
APRENDIZAGEM DA LÍNGUA INGLESA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Licenciatura em Letras Inglês, da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para obtenção do grau de licenciada em Letras-Inglês.

Data de aprovação: 01/11/2023.

Banca examinadora:

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Jailine Mayara Sousa de Farias (UFPB)

Orientadora

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Barthyra Cabral Vieira de Andrade (UFPB)

Examinadora

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Barbara Cabral Ferreira (UFPB)

Examinadora

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

M188i Magalhaes, Helade Gabriela Silva.

A influência da cultura de fandom na motivação para aprendizagem da língua inglesa. / Helade Gabriela Silva Magalhaes. - João Pessoa, 2023.

61 f.

Orientadora : Jailine Mayara Sousa de Farias.  
TCC (Graduação) - Universidade Federal da Paraíba/Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, 2023.

1. Cultura de fandom. 2. Cultura pop. 3. Motivação.  
4. Aprendizagem da língua inglesa. I. Farias, Jailine Mayara Sousa de. II. Título.

UFPB/CCHLA

CDU 811.111:008

## AGRADECIMENTOS

A Nossa Senhora de Fátima, que olha por mim todos os dias e sempre cuida de mim. Obrigada, mãezinha, por interceder pelos meus sonhos e pela minha vida. *Totus tuus Mariae*.

Esse trabalho eu dedico e agradeço principalmente à minha mãe. Quando eu tinha 4 anos, ela costumava me botar para dormir com uma música. A música era em inglês e eu não entendia nada, mas ela tinha o poder de me emocionar. Minha mãe foi a primeira pessoa que me botou em contato com a língua que tanto amo, por meio da arte que mais amo que é a música. Cresci escutando as histórias de todos os artistas musicais que ela era fã e não foi diferente comigo, que desde criança virei fã de vários artistas também. Ela os carrega com ela e eu carrego os meus comigo. Agradeço a minha mãe, por ser minha companheira e por alegrar meus dias contando todas as suas histórias de vida. Agradeço por ela ainda ter sonhos e acreditar neles, fazendo assim, eu acreditar nos meus. Obrigada, mãe, por ser você e estar sempre comigo.

Aos meus dois sobrinhos, Danielzinho e Nai, por serem luz nos meus dias. Obrigada por despertarem o melhor de mim, que é ser a “Tia Bibi” de vocês. Se eu tento ser uma boa pessoa todos os dias, é pensando nas duas crianças que eu mais amo em minha vida. Sou grata por vocês existirem e serem minhas inspirações.

Um agradecimento especial à minha professora orientadora, Jailine Farias, que desde o nosso primeiro contato entrou de cabeça no meu trabalho e acreditou em mim e nesse tema, sempre me incentivando. Sem toda a sua ajuda e palavras de incentivo esse trabalho não seria o mesmo. Obrigada por abraçar meu tema junto comigo, estar sempre disponível e, principalmente, por me fazer acreditar em mim mesma.

A Anny e Laís, minhas amigas da escola, que tem um espaço enorme guardado no meu coração. Fizemos a minha matrícula juntas e hoje estou finalmente concluindo esse ciclo. Obrigada por estarem aqui. A Pamella, que entrou na minha vida por causa da banda que a gente amava e ficou. Realizou sonhos junto comigo, que me escuta e se faz presente, aquela que confia seus segredos e confia em mim. A menina que tem o coração mais lindo do mundo e que eu posso chamar de amiga, obrigada por estar aqui há tanto tempo e permanecer.

A todas as minhas amigas que carrego no meu coração todos os dias: Lara Rebeca, Vitória, Leilane e Nicole. À minha família do EJC, os Chamas Por Mim. A todas as amigas virtuais que tenho o prazer de levar para a minha vida graças ao que nos une: o amor à música e aos nossos ídolos.

A Patricia, que entrou na minha vida graças à universidade, mas foi por causa de uma banda que nossa conexão começou e esse ano realizamos um sonho juntas. Que a gente possa sempre estar juntas realizando sonhos e confiando uma na outra. A Talita, que me inspira todos os dias e que eu tanto admiro, que sorte a minha ter alguém como você. Esses anos de universidade não seriam os mesmos sem vocês duas ao meu lado. Obrigada por todo apoio e incentivo, vocês serão para sempre parte da minha vida. Aos demais amigos feitos na universidade, como Henrique e Saulo, obrigada por todo companheirismo.

A Isadora, minha melhor amiga e alma gêmea, que está na minha vida há 11 anos. Obrigada por me dar esse presente e confiar em mim para dar sentido ao que um dia você pensou. Obrigada também por estar aqui em cada etapa da minha vida e por crescer junto comigo, mesmo que de longe. Obrigada por ser meu lugarzinho seguro, o qual sempre recorro quando eu preciso, e obrigada por ouvir todas as besteiras que eu te falo todos os dias. Nosso amor e nossa conexão são de outras vidas, com toda certeza. Eu a amo com todo o meu coração e toda a minha alma. Sem ela, não existe Gabriela. *I will carry you over, fire and water for your love. And I will hold you closer, hope your heart is strong enough. When the night is coming down on you, we will find a way through the dark.*

E um agradecimento extremamente especial aos meus ídolos, que costumo chamar carinhosamente de meus melhores amigos. Sem a arte deles, esse trabalho nem existiria. Eles que colocam meus sentimentos mais profundos em músicas ou em cena. Eles que me entendem, sem nem ao menos me conhecer. Eles que dão um pouco de cor aos meus dias. Espero sempre poder vê-los brilhar. Sou imensamente grata por tê-los na minha vida como inspiração e como um lugarzinho seguro para correr de vez em quando (quase sempre). *Because the darkest night never felt so bright with you by my side.*

*From sprinkler splashes to fireplace ashes, I gave my blood, sweat, and tears for this [...] I looked around in a blood-soaked gown, and I saw something they can't take away. 'Cause there were pages turned with the bridges burned, everything you lose is a step you take. So, make the friendship bracelets, take the moment and taste it, you've got no reason to be afraid. You're on your own, kid, you can face this. (You're on Your Own, Kid, canção de Taylor Swift, 2022)*

## RESUMO

Considerando a influência da cultura pop, este estudo investiga o papel da cultura de *fandom* na aproximação com a língua inglesa. Os grupos de fãs, intensamente engajados nessa cultura, utilizam as redes sociais como meio de interação, comunicação e construção de comunidades em torno de seus interesses. Com isso, o presente trabalho tem o objetivo de investigar como a cultura pop e a participação em comunidades de fãs pode ser um fator de influência na motivação para a aprendizagem da língua inglesa, utilizando, para tanto, relatos e materiais coletados *online*. Explorando o interesse em artistas e séries, o estudo busca entender como a cultura de *fandom* motiva a vontade de aprender uma segunda língua e contribui para a sua aprendizagem. A relevância dessa pesquisa se dá tendo em vista a importância da cultura pop, que abrange a cultura de *fandom*, e sua influência na aproximação com a língua inglesa e aprendizagem da mesma. O aporte teórico do trabalho utiliza conceitos desenvolvidos por Jenkins (2006; 2009; 2015), Gee (2018), Soares (2014) assim como as teorias de Krashen (1987) e contribuições de Brown (1997) e Gardner (1990) quanto à motivação. Também utiliza os estudos de Santaella (2003) aos olhos de Rojo e Moura (2019) sobre cultura das mídias, e o olhar de Wilkins (1976) sob os conceitos de aprendizagem e aquisição. Por fim, baseando-se no conceito de *Extramural English* de Sundqvist (2009) e nos estudos de Han (2022), o trabalho realiza uma pesquisa qualitativa a partir da análise de dados coletados *online*, que abrangem posts e comentários em redes sociais. Logo, os resultados encontrados por meio da análise dos dados reforçam a existência de uma relação entre a cultura de *fandom* e a aproximação com o inglês e sua aprendizagem. Em síntese, este trabalho evidencia a ligação entre a cultura pop e a motivação intrínseca dos fãs para aprender inglês. Ao explorar essa relação, este estudo contribui para a compreensão de como interesses culturais enriquecem e transformam a experiência de aprendizado de uma língua estrangeira, destacando a relevância deste fenômeno para o cenário cultural e educacional.

**Palavras-chave:** cultura de *fandom*; cultura pop; motivação; aprendizagem da língua inglesa.

## ABSTRACT

Considering the influence of pop culture, this study investigates the role of fandom culture in approaching the English language. Groups of fans, intensely engaged in this culture, use social networks as a means of interaction, communication and building communities around their interests. Therefore, the present work aims to investigate how pop culture and participation in fan communities can be an influencing factor in the motivation for learning the English language, using reports and materials collected online. Exploring interest in artists and series, the study seeks to understand how fandom culture motivates the desire to learn a second language and contributes to its learning. The relevance of this research is given in view of the importance of pop culture, which encompasses fandom culture, and its influence on approaching the English language and learning it. The theoretical support of the work uses concepts developed by Jenkins (2006; 2009; 2015), Gee (2018), Soares (2014) as well as the theories of Krashen (1987) and contributions by Brown (1997) and Gardner (1990) regarding motivation. It also uses the studies of Santaella (2003) in the eyes of Rojo and Moura (2019) on media culture, and the view of Wilkins (1976) under the concepts of learning and acquisition. Finally, based on the concept of Extramural English by Sundqvist (2009) and the studies by Han (2022), the work carries out qualitative research based on the analysis of data collected online, which includes posts and comments on social networks. Therefore, the results found through data analysis reinforce the existence of a relationship between fandom culture and the approach to English and its learning. In summary, this work highlights the connection between pop culture and fans' intrinsic motivation to learn English. By exploring this relationship, this study contributes to the understanding of how cultural interests enrich and transform the experience of learning a foreign language, highlighting the relevance of this phenomenon for the cultural and educational scenario.

**Keywords:** fandom culture; pop culture; motivation; English language learning.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Conta do <i>Instagram</i> do <i>fandom</i> Army voltada para projetos e ações filantrópicas	20
Figura 2 – Postagem no <i>Instagram</i> explicando como tirar o título de eleitor feito pelo <i>fandom</i> Army	21
Figura 3 – Site oficial criado por fãs - Taylor Swift Brasil	22
Figura 4 – <i>Fan account</i> dedicada à banda 5SOS - 5SOSBrazil	23
Figura 5 – Principal site interativo de <i>fanfics</i> do Brasil - <i>Fanfic Obsession</i>	24
Figura 6 – Vídeos de análise da <i>youtuber</i> Mari Bianchini, fã da Taylor Swift	25
Figura 7 – Trecho do vídeo de análise do álbum <i>Folklore</i>	25
Figura 8 – <i>Tweet</i> de fã comentando cena da novela “Vai na Fé”	28
Figura 9 – <i>Tweet</i> sobre paixão de fã	38
Figura 10 – Fã <i>quotando</i> cena da novela “Vai na Fé”	39
Figura 11 – Fã conta como a <i>One Direction</i> influenciou sua carreira profissional	40
Figura 12 – Fã conta sobre vontade de aprender inglês	40
Figura 13 – Relato de fã 1	41
Figura 14 – Relato de fã 2	41
Figura 15 – Comentário sobre <i>fandom</i>	42
Figura 16 – Relato e <i>quote</i> de fãs do <i>Now United</i>	42
Figura 17 – Relato de fã sobre impacto da banda 5SOS	43
Figura 18 – Relato sobre o impacto de ser fã	44
Figura 19 – Benefícios de utilizar a técnica <i>shadowing</i> para aprendizado	45
Figura 20 – Carrossel de postagem no <i>Instagram</i> da <i>Teacher Gabi</i>	46
Figura 21 – Vídeo explicação sobre a música <i>My Tears Ricochet</i>	47
Figura 22 – Vídeo explicação sobre a música <i>Champagne Problems</i>	48
Figura 23 – Comentário no vídeo explicação sobre a música <i>Champagne Problems</i>	48
Figura 24 – Vídeo explicação sobre a música <i>Exile</i>	49
Figura 25 – Comentários do vídeo explicação sobre a música <i>Exile</i>	49
Figura 26 – Carrossel de fotos da <i>Teacher Ju Vicente</i>	49
Figura 27 – Carrossel de fotos da Deborah Oliveira (@be.lingue)	50
Figura 28 – Comentário no post da Deborah	50

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>9</b>
<b>2 EXPLORANDO OS VÍNCULOS ENTRE CULTURA POP, FANDOM E A APRENDIZAGEM DE LÍNGUA INGLESA</b>	<b>12</b>
2.1 A CULTURA POP E A CULTURA DE FANDOM	12
2.2 A CULTURA PARTICIPATIVA DO FANDOM: ESPAÇOS E PRÁTICAS NA WEB	18
2.3 O FÃ E A MOTIVAÇÃO PARA A APRENDIZAGEM DE LE	26
2.4 FANDOM E EXTRAMURAL ENGLISH: AMPLIAÇÃO DOS ESPAÇOS PARA A APRENDIZAGEM DA LÍNGUA INGLESA	28
<b>3 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS</b>	<b>35</b>
<b>4 ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE FANDOM E A LÍNGUA INGLESA</b>	<b>37</b>
4.1 RELAÇÃO ENTRE FANDOM E LÍNGUA INGLESA: relatos para entender o fandom	37
4.2 FANDOM, CULTURA POP E O ENSINO DE INGLÊS NAS REDES SOCIAIS	44
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>52</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>54</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Os estudos sobre *fandom* têm ganhado bastante espaço e relevância nos dias atuais, principalmente no que diz respeito à influência e a cultura do mesmo. Porém, o termo “fã” ainda é muito estereotipado, assim como relata Jenkins (1992), em sua obra *Textual Poachers: Television fans & participatory culture*:

Minhas motivações para escrever este livro são complexas e estão ligadas ao meu duplo papel de fã e de acadêmico. Como fã, sinto que a maioria dos relatos acadêmicos anteriores sobre a cultura dos fãs são sensacionalistas e fomentam mal-entendidos sobre esta subcultura. Ao conversar com os fãs, reconheço que esses equívocos têm consequências materiais em nossas vidas e contribuem para o tratamento muitas vezes hostil por parte de colegas de trabalho, amigos e familiares. Quero participar no processo de redefinição da identidade pública do *fandom*, usar a minha autoridade institucional para desafiar esses estereótipos e encorajar uma maior consciência da riqueza da cultura dos fãs (Jenkins, 1992, p. 8, tradução da autora).<sup>1</sup>

A vivência em um *fandom* e o seu impacto na aproximação e aprendizagem da língua inglesa representam um fenômeno atual e relevante. A interseção entre cultura pop, envolvimento em um *fandom* e o desejo de dominar uma língua estrangeira, especialmente o inglês, é um campo de estudo promissor. Ao explorar este tema, busca-se compreender de que maneira o consumo de conteúdos em língua inglesa, por meio do envolvimento em *fandoms* de artistas, cantores, bandas, filmes, livros, jogos, autores, entre outros, aproximam os fãs da língua do objeto de sua admiração.

A partir disso, este trabalho indaga sobre a relação entre a cultura de *fandom* e o processo de aprendizagem da língua inglesa, questionando se o fascínio gerado pela cultura pop, manifestado no envolvimento com *fandoms*, serve como estímulo para a aprendizagem da língua inglesa. A hipótese subjacente é que a cultura de *fandom* atua como uma porta de entrada para o interesse em aprender uma segunda língua, especificamente o inglês. Com isso, o objetivo principal deste estudo foi investigar como a cultura pop e a participação em comunidades de fãs pode ser um fator de influência na motivação para a aprendizagem da língua inglesa. Isto posto, temos como objetivos específicos: i) realizar revisão bibliográfica e

---

<sup>1</sup> Trecho original: “My motivations for writing this book are complex and bound to my dual role as fan and academic. As a fan, I feel that most previous academic accounts of fan culture are sensationalistic and foster misunderstandings about this subculture. From talking to fans, I recognize that these misconceptions have material consequences in our lives and contribute to often hostile treatment from workmates, friends, and family members. I want to participate in the process of redefining the public identity of fandom, to use my institutional authority to challenge those stereotypes, and to encourage a greater awareness of the richness of fan culture” (Jenkins, 1992, p. 8).

reflexão sobre os conceitos relacionados às temáticas da pesquisa; ii) coletar e analisar dados com o intuito de verificar de que modo a cultura de *fandom* pode aproximar os fãs da língua do objeto de sua admiração e motivar a aprendizagem da língua inglesa; iii) refletir, a partir de exemplos, como a cultura pop pode ser utilizada por professores criadores de conteúdos para motivar a aprendizagem de inglês *nas redes sociais*. Para tanto, foram utilizados dados como comentários e *posts* com relatos de fãs, bem como materiais com conteúdo de ensino encontrados *online*.

Este trabalho foi motivado por experiência pessoal, uma vez que, desde a infância, percebi a influência direta da cultura de *fandom* em meu interesse pela língua inglesa. Essa pesquisa busca destacar a importância da cultura pop, especialmente a cultura de *fandom*, como um impulsionador significativo na aproximação com a língua inglesa. A relevância deste estudo reside na compreensão da influência contemporânea da cultura pop, facilitada pela disseminação de informações, nas escolhas culturais dos indivíduos, explorando assim como os grupos de fãs que participam ativamente dessa cultura pop e de *fandom* e como essa participação motiva a aprendizagem da língua inglesa.

Em entrevista, Matt Hills (2015, p. 150), um professor da Universidade Aberystwyth, no País de Gales, fala um pouco sobre seus estudos de *fandom* e da cultura de fã, relatando que: “em muito o *fandom* relaciona-se a representar uma identidade, é sobre um sentido para o eu, sobre afeto, em termos de atuar num nível emocional, subjetivo”. Logo, o *fandom* é aquele “lugar” em que o fã se sente pertencente a algo e vivencia a identificação não apenas com o ídolo, mas com aqueles que dividem a mesma paixão e amor que ele, tornando-se assim uma comunidade caracterizada pela cultura participativa.

A metodologia desta pesquisa possui caráter qualitativo-interpretativista e, com base nos objetivos mencionados, o trabalho articula estudos sobre a teoria de Krashen (1987), assim como o que é dito por Brown (1997) e Gardner (1990), sobre aprendizagem de línguas e motivação. Também utilizará estudos de Santaella (2003) pela visão de Rojo e Moura (2019) para conceituar mídias, bem como a visão de Jenkins (2009) sobre a cultura da convergência e cultura participativa (2015). E também busca explorar a aprendizagem pelos conceitos de Wilkins (1997). Ao analisar as relações entre cultura de *fandom* e a aprendizagem da língua inglesa, esse trabalho pode contribuir para a compreensão de como os interesses culturais podem motivar e enriquecer a experiência de aprendizagem de uma língua estrangeira. Isso se correlaciona com o conceito de *Extramural English*, relatado por Sundqvist (2009) e Han (2022), que define como alguns aprendizes atualmente buscam aprender o inglês fora dos muros de uma escola, longe de um aprendizado formal.

O presente trabalho está organizado por meio de três seções principais: a primeira é a fundamentação teórica que contempla quatro subtópicos, sendo eles o primeiro intitulado “A cultura pop e a cultura de *fandom*”, onde é definido o conceito de cada uma dessas culturas e também o conceito de cultura das mídias; o segundo intitula-se “A cultura participativa do *fandom*: espaços e práticas na web”, no qual explora como se dá a participação e consumo dentro da cultura de *fandom*, bem como os espaços utilizados e o que os fãs estão fazendo *online*. O terceiro subtópico, “O fã e a motivação para a aprendizagem de LE”, busca discutir sobre o afeto e a motivação existentes para que o fã explore o aprendizado de uma segunda língua e o quarto e último subtópico, “*Fandom e Extramural English*: ampliação dos espaços para a aprendizagem da língua inglesa” que explora o conceito de Extramural English e as questões acerca da aprendizagem de uma língua estrangeira. Na sequência, apresentamos algumas considerações metodológicas sobre a pesquisa, na segunda seção, seguidas pela terceira seção, em que apresentamos nossa análise e, por fim, as considerações finais do trabalho.

Dessa forma, este trabalho tem o intuito de contribuir para a compreensão de como os interesses culturais podem enriquecer a experiência de aprendizagem de uma língua estrangeira, podendo, ainda, oferecer *insights* para educadores e entusiastas da cultura *pop*.

## 2 EXPLORANDO OS VÍNCULOS ENTRE CULTURA POP, *FANDOM* E A APRENDIZAGEM DE LÍNGUA INGLESA

### 2.1 A CULTURA POP E A CULTURA DE *FANDOM*

A cultura pop é definida por Miranda (2023, n.p.) como "um fenômeno abrangente que engloba diversas manifestações artísticas e midiáticas que atraem o grande público". De acordo com o Dicionário de Cambridge, a cultura<sup>2</sup> diz respeito ao modo de vida, especialmente, costumes e crenças gerais de um grupo de pessoas em um momento particular. Já o termo popular<sup>3</sup>, também conceituado pelo Dicionário de Cambridge, refere-se a algo admirado e amado por muitas ou pela maioria das pessoas de um grupo específico. Logo, a mistura da palavra “cultura” com o termo “popular” nos dá como resultado a noção da cultura pop que conhecemos hoje em dia.

A cultura pop está por toda parte e é possível percebê-la quando acessamos a internet, ouvimos música, assistimos televisão, jogamos em um aplicativo ou, ainda, quando vamos ao cinema, assistimos a uma série, um concerto, shows ou a um espetáculo no teatro (Beco Cultural, 2020). O termo cultura pop — ou *pop culture* — tem origem da noção de cultura popular<sup>4</sup> que surgiu no século XIX. E, segundo Costa (2015), nos estudos interdisciplinares mais recentes, a cultura popular aparece como um modo de vida marcado por uma complexa interação de fatores socioculturais, econômicos, políticos e ecológicos.

Embora existam intersecções entre cultura popular e cultura *pop*, elas não devem ser tratadas como sinônimos. A cultura pop refere-se basicamente a produtos de mídia, embora seja compreensível com o folclore. A cultura popular na perspectiva tradicional é combinada com a expressão inglesa *folklore* (folclore, em português), que, combinando as palavras *folk* (povo) e *lore* (conhecimento), significa conhecimento que emana das pessoas. Desta forma, a cultura popular distingue um conjunto de costumes, práticas e organização social que são transmitidos entre gerações. De modo geral, a cultura popular seria caracterizada como elementos de fácil acesso voltados à maioria da população, que fazem parte do repertório comum.

---

<sup>2</sup> CULTURE. In: Cambridge Dictionary. [S. l.]: Cambridge University Press & Assessment, c2023. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles-portugues/culture>. Acesso em: 13 out. 2023.

<sup>3</sup> POPULAR. In: Cambridge Dictionary. [s. l.]: Cambridge University Press & Assessment, c2023. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-portuguese/popular>. Acesso em: 13 out. 2023.

<sup>4</sup> O conceito de cultura popular discutido neste trabalho não é o mesmo de “cultura tradicional popular”. Aqui, visamos comparar o aspecto de popularidade e alcance da cultura pop, e não o termo como abreviatura de cultura popular.

Soares (2015) afirma que o termo "pop" é utilizado como abreviatura do termo "popular" e é aplicado a filmes, músicas, desenhos animados e diversos elementos que se encontram e se cruzam através da mídia e da cultura de consumo. Em inglês, *pop culture* é frequentemente usada como sinônimo de cultura popular. Contudo, o objetivo deste artigo é falar sobre a cultura pop como distinta da cultura popular, e não como uma abreviatura do termo. A cultura pop está diretamente relacionada à mídia, pois é através dela que essa cultura se espalha e seu direcionamento é o entretenimento. Através da cultura pop, pessoas de diferentes partes do mundo e de diferentes culturas podem juntar-se e sentir-se parte de um grupo. Assim, a formação da identidade dos indivíduos é acompanhada de um elemento adicional e até mesmo de ruptura das tradições locais, o que significa uma diferença significativa em relação ao conceito de cultura popular.

Ainda segundo Costa (2015), a cultura popular também se manteve em foco, no qual gerava contraposições, tais como: erudito x popular, moderno x tradicional, hegemônico x subalterno. Garcia-Canclini (2013 *apud* Costa, 2015) acrescenta a cultura de massa nessa discussão, associando o termo "popular" tanto à noção de povo quanto à noção de popularidade, fazendo referência ao que agrada a muitos e alcança altos índices, principalmente em decorrência da indústria cultural. Logo, o significado da cultura popular, enquanto produtos de amplo alcance de público, começou a ser conectado com os da cultura de massa, cultura da mídia, cultura do consumo e cultura da imagem.

Santaella (2003 *apud* Rojo; Moura, 2019) define o conceito de "cultura das mídias" e a propõe que entendamos as mudanças culturais a partir das mudanças de mídia, dividindo-as em seis eras diferentes. Duas delas seriam, então, a cultura de massas e a cultura das mídias. Para a autora, a diferença entre a cultura de massas e a cultura das mídias se dá pela escolha do consumidor. Neste caso, não se deve confundir uma com a outra, pois a cultura das mídias surge após ser conectada com a distribuição e comunicação que a cultura virtual oferece.

Não se confunde nem com a cultura de massas, de um lado, nem com a cultura virtual, ou cibercultura de outro. É, isto sim, uma cultura intermediária, situada entre ambas. Quer dizer, a cultura virtual não brotou diretamente da cultura de massas, mas foi sendo semeada por processos de produção, distribuição e consumo comunicacionais a que chamo de "cultura das mídias" (Santaella, 2003 *apud* Rojo; Moura, 2019, p. 32).

Antes de tudo, ela enfatiza que os meios de comunicação são apenas canais para a propagação de informações, enquanto Rojo e Moura (2019, p. 32-33) acrescentam que não se deve "[...] crer que as mudanças sociais e culturais se dão meramente pelo aparecimento de

novos meios de comunicação ou de novas tecnologias, mas que eles propiciam novos tipos e modos de circulação [...] que podem influenciar as mudanças culturais”. Desse modo, a diferença apontada por Santaella (2003) é que enquanto na cultura de massas o indivíduo não tem escolhas, isto é, consome o que é disponibilizado e como é disponibilizado, na cultura das mídias, uma das principais características é que o indivíduo tem escolhas e consumo individual, personalizado.

A partir dessas proposições, Rojo e Moura (2019, p. 34) ratificam, ainda, que “[...] a cultura das mídias é um momento em que o consumidor passa a ter alguma escolha, momento em que pode passar a montar suas próprias ‘coleções’, como declara Garcia-Canclini”. Dessa forma, as culturas das mídias são caracterizadas pelo momento presente como passageiras e estão entre as culturas de massa e a cultura digital.

Os pesquisadores Rojo e Moura (2019) dialogam com Henry Jenkins (2006) ao afirmar que todas as culturas sugeridas por Santaella (2003) — a cultura do oral, da escrita, do impresso, de massas, das mídias e a cibercultura — vão viabilizar e preparar a sociedade para uma cultura da convergência, ou seja, o encontro dos meios de comunicação de forma interativa e coletiva em um contexto caracterizado por um mundo transmídia. Nessa conjuntura, a cultura pop está inserida principalmente no consumo e na cultura de mídia.

Como Soares (2014) afirma, o termo pop é utilizado principalmente para classificar produtos, fenômenos, artistas e processos midiáticos. A ideia do pop sempre esteve atrelada a formas de produção e consumo, sendo assim, a cultura pop pode ser vista como um conjunto de práticas de consumo. Para o autor, estar imerso nessa cultura é:

[...] é se estender por objetos que falam por clichês, por frases de efeito, por arranjos musicais já excessivamente difundidos, por filmes cujos finais já sabemos, canções cujos versos já ouvimos, refrões que nos arrepiam, cenas de novela que nos fazem chorar, e por aí adiante (Soares, 2014, p. 2).

Observa-se que, a cultura pop está, em grande parte, ligada aos modos de produção associados às indústrias culturais, como a música, o cinema e a televisão, as quais estabelecem formas de fruição e consumo que proporcionam um certo sentido de comunidade e pertencimento que colocam os indivíduos num sentido de transnacionalismo e globalização (Soares, 2014, p. 2). Com isso, podemos afirmar que, a cultura pop alcança de forma mais ampla seus consumidores a partir da cultura das mídias, uma vez que, atrelada à cultura digital, amplia as possibilidades de se conectar com os interesses e afinidades proporcionadas

pela cultura pop. Portanto, os meios de comunicação midiáticos são responsáveis pela ampliação de trabalhos e materiais dentro da cultura pop.

Em concordância, podemos apontar o destacado por Jenkins (2009) em sua teoria da convergência:

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (Jenkins, 2009, p. 25).

Vale destacar que, a forma abreviada de popular para “pop”, como na música pop, passou a ser utilizada no final da década de 1950. Entretanto, o termo “cultura pop” só veio a se tornar popular durante os anos 80 e 90, principalmente com o surgimento de canais de TV como a MTV (Miranda, 2023). Segundo o *blog* "Beco Cultural" (2020), "as categorias de cultura pop mais comuns são o entretenimento (filmes, música, TV), esportes, moda e tecnologia." Além disso, o blog aponta que cada um de nós tem ou pode ter as próprias preferências dentro da cultura pop. Em termos mais simples, “a cultura pop pode ser definida como uma mistura de ideias, imagens, atitudes e perspectivas, que caracterizam uma determinada cultura” (Beco Cultural, 2020) e que podem ser adoradas por parte da população.

Ainda de acordo com o *blog* Beco Cultural (2020), “A cultura pop tem o potencial de influenciar as atitudes e comportamentos das pessoas em relação a determinados tópicos”, podendo desempenhar um papel importante na formação da identidade das pessoas, e também conectando as pessoas que compartilham interesses e paixões semelhantes.

A cultura pop, como definiu Thiago Soares (2014, p. 3), em seu artigo *Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop*, seria um “[...] conjunto de práticas, experiências e produtos norteados pela lógica midiática, que tem como gênese o entretenimento”. Esse conjunto se materializa entre fãs de bandas, séries de TV ou sagas de filmes, que muitas vezes se identificam com os personagens e as histórias, criando comunidades e redes de apoio em torno desses temas. Sobre esse contexto, James Gee (2018) destaca a importância dos “espaços de afinidade”, definidos como “ambientes sociais e culturais pouco organizados, nos quais o trabalho docente tende a ser partilhado por muitas pessoas, em muitos locais, que estão ligadas por um interesse ou paixão partilhados”.

Ele também afirma que dentro desses espaços:

O ensino e a aprendizagem poderosos ocorrem em vários ambientes para além da escola, desde redes sociais a clubes informais, grupos de defesa política, centros de bairro, e assim por diante. Na verdade, ao longo da evolução humana e da história, a maior parte do ensino e da aprendizagem não aconteceu dentro de instituições formais, mas dentro do que gosto de chamar de “espaços de afinidade” (Gee, 2018, p. 1).

No início da década de 1990, a internet começou a transformar como a cultura pop era consumida e compartilhada. A rede mundial de computadores permitiu que fãs de todo o mundo se conectassem e compartilhassem suas paixões, enquanto que, mais recentemente, plataformas de *streaming* e redes sociais possibilitaram a criação e a disseminação de conteúdo em escala global. Hoje, a cultura pop é mais diversificada e acessível do que nunca, abrangendo uma ampla gama de expressões culturais e unindo pessoas de diferentes origens e interesses. Ainda de acordo com Miranda (2023):

A cultura pop também atua como um espelho da sociedade, refletindo os valores, crenças e mudanças em andamento. [...] Músicas, filmes e séries frequentemente abordam questões sociais relevantes, como igualdade de gênero e diversidade racial, gerando assim debates e conscientização sobre esses temas (Miranda, 2023, n.p.).

Determinados grupos de pessoas que gostam das mesmas músicas, livros, séries e artistas são, portanto, pertencentes a um *fandom*. Assim como Michael Clifford ([2021]) — cantor, compositor e guitarrista da banda australiana *5 Seconds of Summer* — comentou em uma de suas *lives* feita em seu canal da *Twitch*<sup>5</sup>, na qual este áudio se tornou viral no aplicativo *Tik Tok*<sup>6</sup>:

Eu acho que ser fã de algo é tão saudável e incrível, porque o fã tem essa habilidade de colocar seu coração e sua alma em gostar de alguém fazendo sua arte ou alguém fazendo algo, que faz você [o fã] se sentir realmente bem e mantê-lo inspirado e eu acho que isso é a coisa mais importante: se manter inspirado. Então, continue amando, ame qualquer tipo de música que você queira amar e qualquer tipo de ídolo que você tenha (Clifford, [2021], tradução da autora).<sup>7</sup>

O conceito de *fandom* pode ser explicado de maneira simples: *fandom* é um grupo, uma comunidade de fãs que se conectam por compartilharem esse amor, admiração e entusiasmo por algo ou alguém. Existem *fandoms* das mais diversas categorias atreladas ao

<sup>5</sup> Plataforma de *streaming* que permite conexão entre criadores de conteúdo ao vivo com seus seguidores.

<sup>6</sup> Rede social para criar e compartilhar conteúdos por meio de vídeos curtos.

<sup>7</sup> Trecho original: “I think being a fan of something is just so healthy and incredible, because you have this ability to like put your heart and soul into like someone making art or someone doing something that makes you feel really good and keeps you inspired and that’s just the most important thing is just remaining inspired, so keep loving, love whatever type of music you wanna love and whatever idols you have” (Clifford, 2021). Trecho de áudio.

universo da cultura pop como: jogos, livros, escritores e escritoras, atrizes e atores, musicais, filmes, cantores e cantoras, bandas ou grupos, seriados, *influencers*, *youtubers*, etc. Nas décadas de 80 e 90, a imagem do fã era marginalizada e até hoje o significado dessa palavra é relacionado a uma série de estereótipos. Atualmente, Henry Jenkins (2006) busca desmistificar esse estereótipo que a palavra fã carrega ao caracterizar o *fandom* como uma comunidade subcultural complexa e diversa. O autor observa a realidade dos *fandoms*, como tudo mudou e o fato deles não fazerem parte somente do *mainstream*, como são considerados o centro das atenções dos grandes conglomerados midiáticos. Jenkins (2006) propõe, então, o conceito-chave de cultura da convergência, definindo a convergência a partir da relação entre consumidores e fornecedores da mídia. Como consumidores estariam, portanto, as comunidades de fãs.

Para Jenkins (2010), o termo *fandom* se refere às estruturas sociais e práticas culturais criadas para os mais apaixonados consumidores de propriedades da mídia de massa. Ou seja, os fãs e seus grupos são uma categoria importantíssima para a cultura contemporânea e ocupam posição de grande relevância na relação com os fornecedores midiáticos. Nesse sentido, é importante considerar como esses grupos se comportam, tendo em vista a cultura participativa que é um segundo conceito-chave explicitado por Jenkins em sua obra *Cultura da Convergência* (2009).

Inicialmente, a cultura participativa se propunha a destacar o envolvimento ativo dos fãs quando comparado aos espectadores “normais”. Seu enfoque na cultura participativa, assim como na convergência das mídias, começa a atuar e desmistificar o *fandom* e a sua posição de marginalidade.

Ao focar na cultura participativa como conceito, podemos reconhecer as complexas interações entre fãs e produtores, principalmente quanto às indústrias midiáticas terem de adotar estratégias mais participativas para cortejar e preservar a relação com seus fãs num momento em que a lógica de “envolvimento” molda muitas de suas políticas e do seu promocional. O foco na participação transforma nossas perguntas. Somos resistentes a alguma coisa e participamos de alguma coisa. Assim, o primeiro pergunta contra o que lutamos. O segundo pergunta-nos pelo que lutamos e assim pede que desenvolvamos uma descrição mais nuançada das relações sociais, legais e econômicas, na qual ocorre atualmente o consumo midiático (Jenkins, 2015, p. 335 *apud* Barbachan, 2016, p. 24).

Assim, os *fandoms* passam de uma resistência contra algo para a posição de participação, principalmente no consumo. Nesse contexto, a Web 2.0<sup>8</sup> não é somente a fonte

---

<sup>8</sup> Termo popularizado em 2004 pela empresa americana O'Reilly Media para designar uma segunda geração de comunidades e serviços, tendo como conceito a “Web enquanto plataforma”.

de material dos fãs e consumo, mas também fonte de divulgação, interação e um meio de contribuir ativamente com a construção da sua própria cultura: a cultura de *fandom*.

Vivemos a era das subculturas de nichos, definida por Anderson (2006 *apud* Monteiro, 2010, p. 182) como “[...] um mundo de escolhas abundantes, pessoas que tem mais identificação, dividem os mesmos gostos”. E é assim que os *fandoms* se dividem, principalmente *online*. Cada grupo de fãs possui suas características, suas gírias, sua organização e seu “alvo” de admiração e inspiração — seja algum artista musical, celebridade, coletânea de livros ou filmes, seriados populares, etc. —, funcionando exatamente como uma cultura.

Assim, a cultura de *fandom* pode ser caracterizada pelo seu papel na construção da identidade e no sentimento de pertencimento a um grupo. Para fazer parte de um *fandom* não existe regra, o importante é compartilhar do amor, se identificar e ter a vontade de partilhar com o resto dos fãs que você conhece no meio do caminho. Igualmente, a participação em um *fandom* pode incentivar o fã e ser a motivação para escolhas futuras, como a aproximação com a cultura e língua que se consome, graças ao ídolo.

## 2.2 A CULTURA PARTICIPATIVA DO *FANDOM*: ESPAÇOS E PRÁTICAS NA WEB

Conforme vimos, a Internet e as redes sociais desempenham um papel fundamental na divulgação da cultura pop. Plataformas como *Instagram*, *YouTube*, *Tumblr*, *Twitter (X)* e *TikTok* permitem que artistas e fãs compartilhem conteúdo, interajam e construam comunidades em torno de seus interesses. Além disso, a internet permitiu que fenômenos virais e memes se tornassem parte da cultura *pop* moderna. Logo, os *fandoms* encontram na rede mundial de internet um meio fácil, rápido e simples de participação, interação e pertencimento.

Não existe regra ou rede social específica, os fãs estão espalhados em em diferentes plataformas da internet, a exemplo do *Instagram*, *X* e *TikTok*. Um *fandom* pode funcionar como um espaço de acolhimento e identificação e principalmente de produção de diversos textos. Inúmeros vídeos, análises, legendagem e tradução de entrevistas, *fanarts*, *fanfics* e conteúdos diversos podem ser encontrados como produção de grupos de fãs. Tais exemplos se tornam, muitas vezes, material de divulgação dentro do próprio *fandom* ou para que outras pessoas conheçam e possam assim também fazer parte do mesmo. Em seu livro *Textual Poachers: television fans & participatory culture*, Henry Jenkins (1992) explica como a cultura participativa transforma a experiência do fã dentro de um *fandom*. Para o autor:

Os fãs não consomem simplesmente histórias pré-produzidas; eles fabricam suas próprias histórias e romances de fanzines, gravuras artísticas, músicas, vídeos, performances, etc. [...] O fandom aqui se torna uma cultura participativa que transforma a experiência de consumo de mídia na produção de novos textos, na verdade, de uma nova cultura e uma nova comunidade (Jenkins, 1992, p. 46).

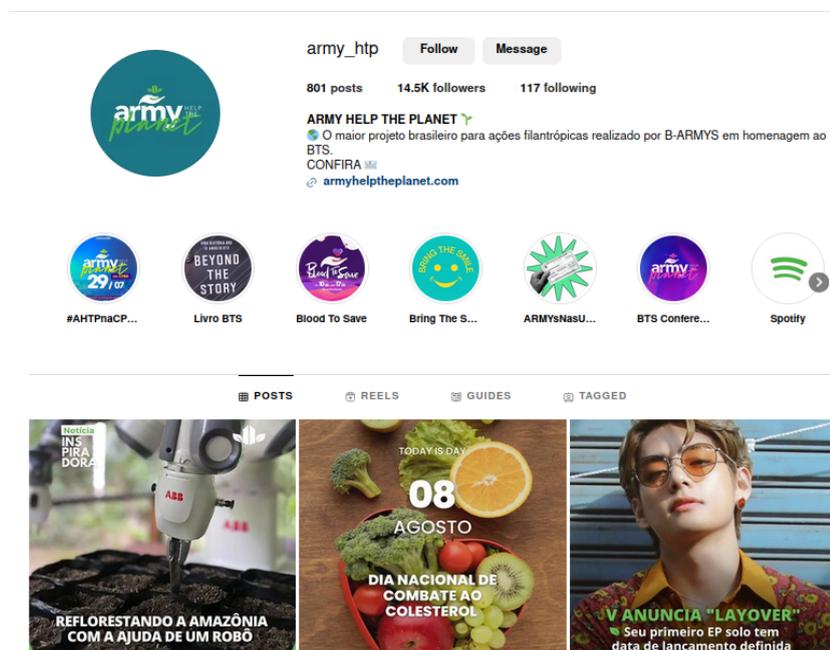
Em *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*, Mark Duffet (2013) defende os fãs como sendo pessoas com uma convicção emocional relativamente profunda e positiva sobre alguém ou algo famoso, geralmente expressa por meio de um reconhecimento de estilo ou criatividade. Segundo o autor, é explorando todo o conteúdo produzido que é possível perceber como a contribuição do fã dentro da cultura pop é de grande importância. Duffet (2019, p. 18) afirma, ainda, que “[...] fãs encontram suas identidades envolvidas com os prazeres ligados à cultura pop”. Isso explica também o fato de tantos fãs buscarem suas afinidades em carreiras profissionais, visando produções que gostam de fazer, como as contribuições dentro de seus *fandoms*. Um exemplo disso são os fãs que hoje trabalham com marketing, pois suas identidades profissionais muitas vezes são refletidas nos anos dedicados aos seus artistas, séries e filmes favoritos.

Não tenho certeza de que os tipos de fãs que discuti aqui, fãs de uma configuração particular de narrativas populares, sejam necessariamente idênticos a outras variedades de fãs, fãs de personalidades específicas da mídia, artistas de rock, times esportivos ou novelas. Esses grupos terão algumas experiências comuns, bem como exibirão diferenças que surgem de sua colocação específica dentro da hierarquia cultural e seus interesses em diferentes formas de entretenimento (Jenkins, 1992 *apud* Duffet, 2013, p. 3-4).

É importante esclarecer que a cultura participativa do *fandom* não começou apenas com o surgimento das redes sociais e da internet. A colaboração com a cultura de *fandom* acontece *online* e *offline* por diferentes meios, entretanto com os mesmos objetivos, a criação de uma comunidade, seja ela um fã clube *offline* ou *online*. Porém, pensar em *fandom* atualmente é pensar na influência que os artistas têm sobre os fãs e refletir sobre os *fandoms* ativos e que produzem e contribuem das mais diversas formas. Além disso, é possível perceber como cada *fandom* se organiza *online* e como estão sempre engajados em causas e pautas sociais, sendo muito comum que eles se organizem em forças-tarefas sempre em prol de um bem maior.

Como exemplo, podemos citar o *fandom* brasileiro do grupo BTS<sup>9</sup>, o Army<sup>10</sup>, que é um dos que mais agem socialmente, seja para lembrar de vacinação, ajudar na preservação da floresta amazônica ou até contribuir na época da pandemia, em que o estado do Amazonas precisou de oxigênio. Na Figura 1, podemos observar a conta oficial do *Instagram* que é utilizada para divulgar projetos e ações filantrópicas organizadas pelo próprio *fandom*, onde as pessoas são convidadas a participarem e também a compartilharem ideias e mensagens positivas.

Figura 1 – Conta do *Instagram* do *fandom* Army voltada para projetos e ações filantrópicas



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Army Help The Planet (2019).

Os *fandoms* se inspiram no que aprendem com seus ídolos e um ídolo engajado socialmente influencia que seus *fandoms* façam o mesmo. Um exemplo recente do *fandom* do BTS ocorreu em 2022, quando este promoveu uma campanha para que os fãs tirassem o título de eleitor com a *hashtag* #TiraOTítuloArmy. Abaixo, na Figura 2, é possível observar quais os objetivos a serem alcançados e como, didaticamente, foi explicado passo a passo para que os fãs pudessem tirar o título de eleitor.

Figura 2 – Postagem no *Instagram* explicando como tirar o título de eleitor feito pelo *fandom* Army

<sup>9</sup> Grupo masculino sul-coreano de kpop, também conhecido como Bangtan Boys.

<sup>10</sup> Nome do *fandom* dos fãs de BTS.



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Army Help The Planet (2022).

Assim como Magnoni e Miranda (2018), destacam em seu artigo "Convergência midiática, cultura participativa e o campo da comunicação: possíveis relações a partir da interação com as novas tecnologias" os canais de interação surgidos com as novas tecnologias permitem o desenvolvimento de uma cultura participativa, logo permitem o desenvolvimento da participação ativa dos *fandoms*. O termo é utilizado por Jenkins (2009, p. 378 *apud* Magnoni; Miranda, 2018), que o define como uma “[...] cultura em que os fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos”.

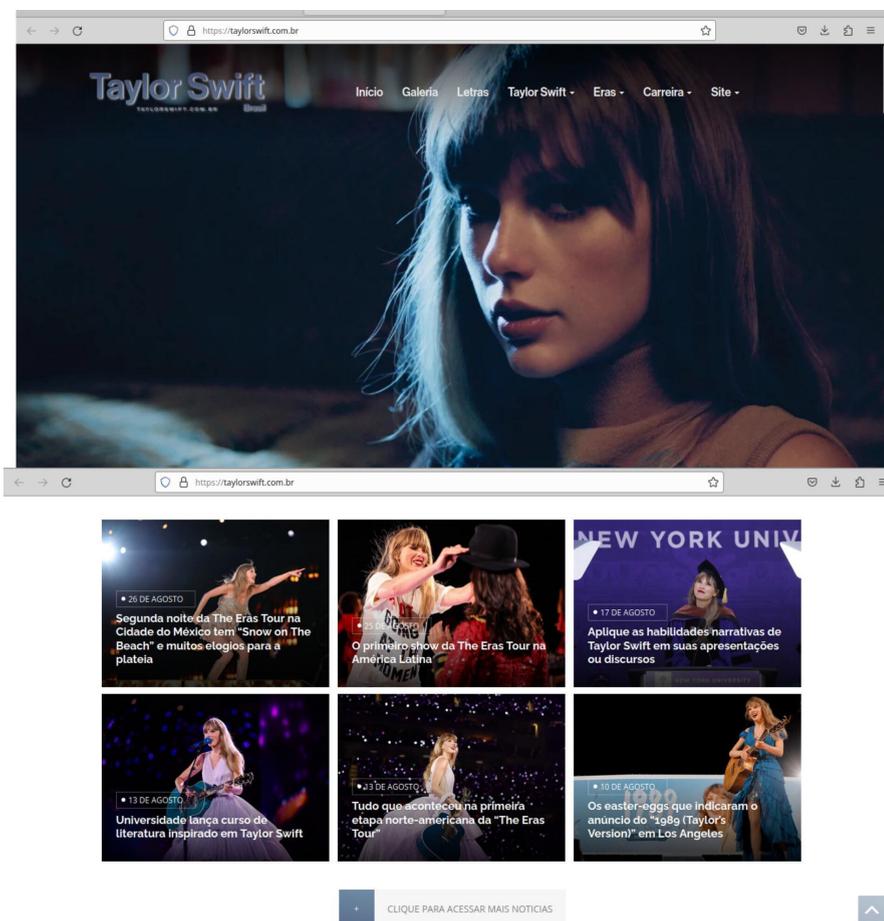
Nesse contexto, observamos que a língua inglesa passa a ter um papel bastante relevante, uma vez que, os fãs consomem principalmente a língua inglesa por meio dos seus ídolos, séries, filmes, sagas e livros favoritos, além dos conteúdos e criações dentro do *fandom*. Para que estes atinjam maior escala e, às vezes, até o próprio ídolo, o inglês é a língua principal utilizada, já que é de conhecimento geral que o inglês é a língua global. Logo, é possível afirmar que, o inglês é a língua que possibilita a proximidade e o alcance entre mais pessoas e diversos fãs ao redor do mundo.

É comum que cada *fandom* possua portais oficiais na internet, como blogs ou as *fan accounts*, que geralmente são os canais responsáveis pelas notícias oficiais, traduções de entrevistas ou artigos, divulgação e compartilhamento de conteúdo produzido pelos próprios fãs, bem como são vistos como os responsáveis por unir todos os participantes do *fandom*. Esses portais estão disponíveis em várias redes sociais e seus conteúdos são organizados por uma ou mais pessoas, que são responsáveis por alimentar os sites e contas diariamente. As contas nas redes sociais, diferentes dos blogs em sites, oferecem mais interação entre os fãs, e

é possível perceber, ainda, que nas redes sociais, várias amizades começam por meio dessas interações, bem como, às vezes, também proporcionam que fãs sejam notados, de alguma forma, pelos seus ídolos.

Na Figura 3, observamos o site oficial brasileiro da Taylor Swift, o qual foi criado inteiramente por fãs, bem como é alimentado diariamente por eles. Nele, encontramos os mais diversos conteúdos relacionados a Taylor, como fotos de shows, entrevistas e notícias. Por este ser o portal oficial de fãs do Brasil, é comum que seja o site mais confiável para se atualizar sobre a vida da cantora e consumir seu conteúdo musical.

Figura 3 – Site oficial criado por fãs - Taylor Swift Brasil



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Taylor Swift Brasil ([2009]).

As *fan accounts* do *Twitter* (X) são um outro meio de consumir conteúdo dos ídolos, possibilitando de forma fácil e acessível se atualizar sobre a vida deles e, principalmente, interagir com outros fãs, seja com *replies* ou *quotes*<sup>11</sup>. Na Figura 4, temos outra conta oficial brasileira comandada por fãs e dedicada à banda australiana *5 Seconds of Summer* (5SOS). A

<sup>11</sup> Tipo de citação própria do *twitter*.

conta foi criada em 2012 e, assim como é dito na própria biografia, ela se define como a principal fonte de informações sobre a banda, na qual encontramos entrevistas, fotos novas, interações entre fãs, etc.

Figura 4 – *Fan account* dedicada à banda 5SOS - 5SOSBrazil

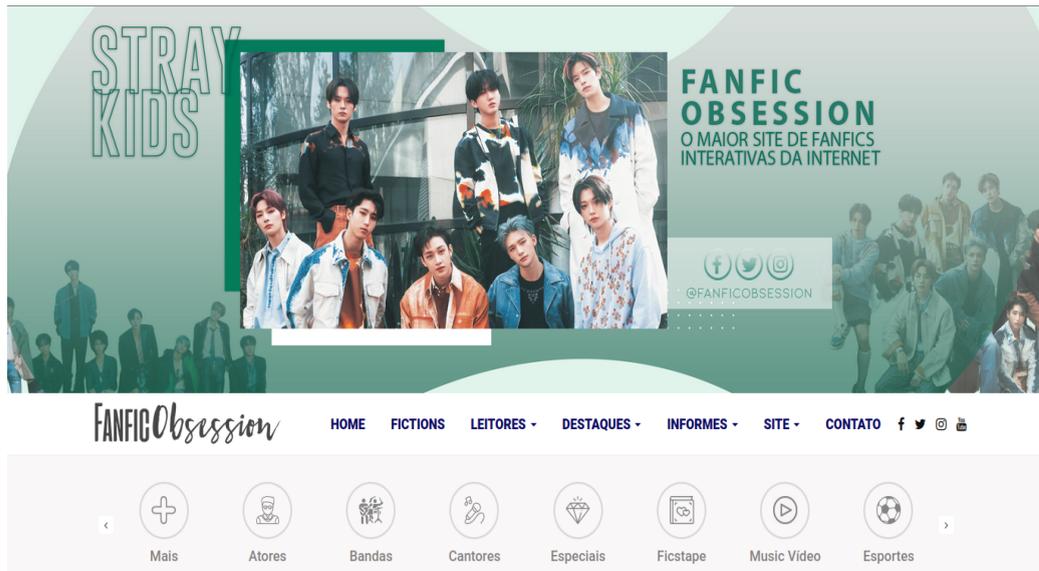


Fonte: adaptado pela autora, a partir de 5SOS Brasil (2012).

Pode-se observar, na Figura 5, uma prática extremamente comum entre *fandoms*: as *fanfics*, que são narrativas ficcionais escritas por fãs que são autoras independentes e muitas vezes iniciantes, para outros fãs lerem. Segundo Almeida (2020), as *fanfics* são histórias que podem reutilizar cenários que conhecemos em livros ou filmes famosos, em que as autoras adaptam para uma história nova envolvendo outros personagens em suas narrativas, ou podem também ser histórias com temáticas que conhecemos como o *friends to lovers*<sup>12</sup>, sendo uma história original da autora, em que ela inclui algum ídolo ou personagem. O site *Fanfic Obsession* foi fundado em 2009 e surgiu como espaço para que autores e leitores compartilhassem suas histórias. Dividida em categorias, é possível encontrar as mais diversas e diferentes histórias envolvendo diferentes ídolos, seja ele cantor ou cantora, compositor, membro de uma banda, ator ou atriz, personagem de livros ou filmes, etc.

Figura 5 – Principal site interativo de *fanfics* do Brasil - *Fanfic Obsession*

<sup>12</sup> Tipo de temática clichê em histórias de romance em que os personagens principais são amigos e se apaixonam um pelo outro.



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Fanfic Obsession (2009).

Como Jenkins (2009) ressalta, em um *fandom* existe a constante criação de novos conteúdos produzidos pelos próprios fãs. O *fandom* brasileiro dos *swifties* — fãs da cantora Taylor Swift — é um dos *fandoms* mais engajados na produção de conteúdos sobre a artista, seja no *Youtube* ou em postagens no *Twitter (X)*. Segundo Duvanel (2023), "pesquisadores e executivos comprovam isso no discurso, enquanto na prática investimentos em feiras de cultura pop e eventos globais promovidos por plataformas de streaming refletem o poder que o fã brasileiro exerce sobre a indústria do entretenimento<sup>13</sup>", os fãs brasileiros são reconhecidos por interações fortes e organizadas e, ainda, por se destacarem ao acolher seus ídolos. Taylor Swift é uma cantora estadunidense e doutora honorária em Belas Artes pela Universidade de Nova York, conhecida principalmente por suas composições repletas de poesia e *storytellings*. Após o lançamento do seu álbum surpresa, *Folklore*, que foi lançado em contexto de pandemia, em meados de julho de 2020, Taylor Swift se consolidou ainda mais como a grande artista e compositora que ela é, e segundo diversas fontes, como a *Billboard*<sup>14</sup>, afirma que ela mudou o mercado e a indústria musical.

Como exemplo de práticas de seu *fandom*, verificamos que seus fãs costumam analisar as letras das músicas e suas melodias. O álbum *Folklore*, por exemplo, desencadeou uma série de análises e teorias postadas, fruto de interpretações dos próprios fãs. Isso é algo que a própria Taylor incentiva que seus fãs façam, pois uma vez que ela tem suas músicas lançadas,

<sup>13</sup> Ver mais em:

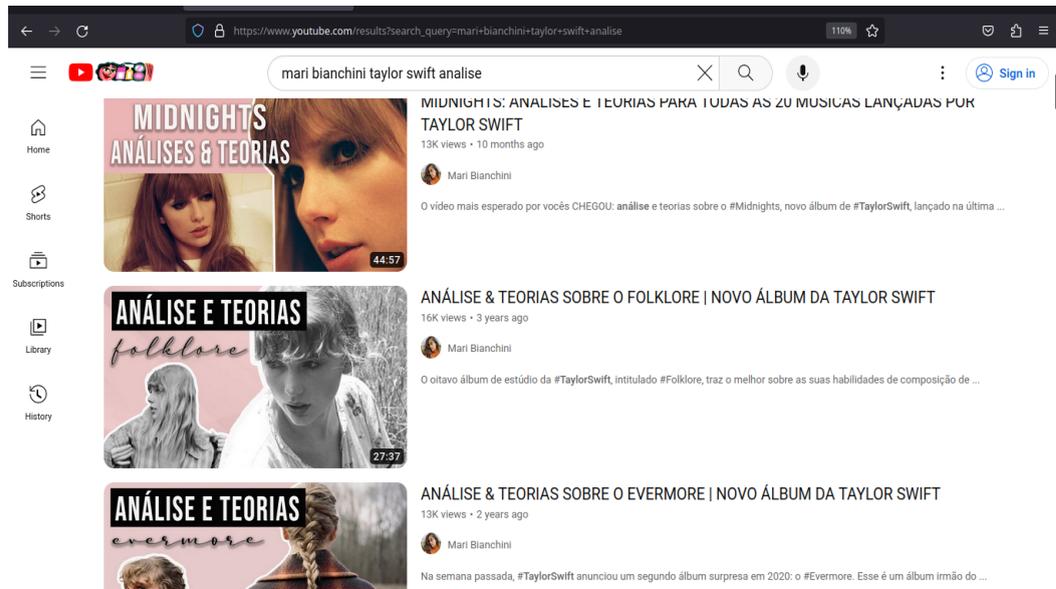
<https://oglobo.globo.com/cultura/musica/noticia/2023/09/24/please-come-to-brasil-pais-se-destaca-ao-acolher-idolos-com-devocao-em-shows-e-engajamento-massivo-nas-redes.ghtml>. Acesso em novembro de 2023.

<sup>14</sup> Informação encontrada no blog, Antena 1, disponível em:

<https://www.antena1.com.br/noticias/a-influencia-de-taylor-swift-nos-rumos-da-industria-musical>

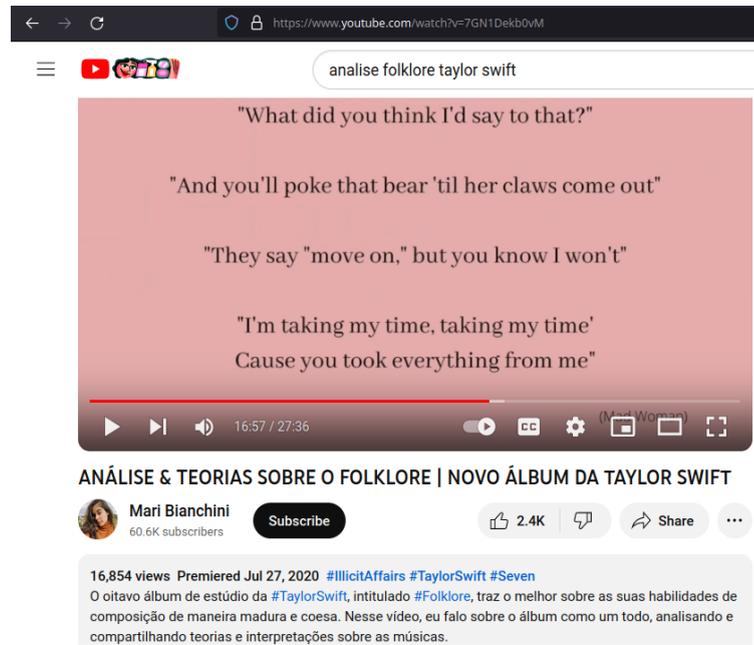
como a própria falou em sua conta no *Instagram*: “Agora cabe a vocês repassá-las” (Swift, 2020, p. 1, tradução nossa)<sup>15</sup>. As figuras 6 e 7 ilustram parte do diverso material de análise e interpretação que os *swifties* costumam compartilhar na Web.

Figura 6 – Vídeos de análise da *youtuber* Mari Bianchini, fã da Taylor Swift



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Mari Bianchini (2015).

Figura 7 – Trecho do vídeo de análise do álbum *Folklore*



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Mari Bianchini (2020).

<sup>15</sup> Trecho original: “Now it’s up to you to pass them down” (Swift, 2020, p. 1).

Nas figuras acima (6 e 7) temos o canal de uma *youtuber* e fã de Taylor Swift, Mari Bianchini. Ela costuma compartilhar em suas redes sociais um pouco sobre suas interpretações e análises para que outros fãs possam assistir, entender o que as músicas significam, discutir sobre e compartilhar suas próprias ideias e interpretações.

A aproximação com os ídolos é um passo importante para todos que se tornam fãs, sendo a língua um fator essencial quando se fala nessa aproximação, seja para entender uma série ou filme, uma letra de música, uma entrevista para alguma revista ou um conteúdo criado por fãs internacionais, até mesmo para se aproximar de fãs de outros países. Além disso, vale ressaltar que, ter um ídolo e participar de um *fandom* pode influenciar o fã em várias áreas e aspectos de suas vidas.

Logo, esse contexto pode se tornar importante na motivação para a aprendizagem, de modo a aproximar o fã também da cultura. Muitas vezes, o pontapé inicial para a aprendizagem do inglês para o fã é a influência do ídolo ou do consumo de conteúdos na língua inglesa, como acontece em vários *fandoms*.

### 2.3 O FÃ E A MOTIVAÇÃO PARA A APRENDIZAGEM DE LE

Considerando a relação entre o fã e seu contato com a língua inglesa por meio do *fandom*, é possível perceber como o afeto representa um fator para o começo desse contato com uma nova língua. Afeto é a base biológica das emoções e sentimentos do ser humano e, segundo Dulay, Burt e Krashen (1982), o afeto de um indivíduo com relação a algo, uma ação ou uma situação particular se expressa por meio de como este preenche as suas necessidades e objetivos, mediante os efeitos resultantes dessas emoções. O fã se relaciona com as mais diversas maneiras de viver do seu ídolo, muitas vezes leem recomendações de livros ou o livro favorito deles, escutam músicas, assistem séries e filmes. Muitas vezes, o fã busca estar próximo não só do seu ídolo e do *fandom*, mas também do que ele gosta ou não gosta, principalmente de sua língua, que é primordial para essa aproximação mais profunda com o universo do seu *fandom*. Dentre as tantas pesquisas ligadas no campo de aprendizagem de uma língua estrangeira que consideram o afeto como um fator importante, Stephen Krashen (1987) se torna referência com sua reconhecida teoria de aquisição de segunda língua, que é composta por cinco hipóteses: a distinção entre aquisição e aprendizagem, a ordem natural, o monitor, o insumo (*input*) e o filtro afetivo. Aqui, nosso foco será o filtro afetivo e sua relação com a motivação.

Segundo o próprio Krashen (1987), a força para a aquisição de uma língua é a capacidade inata para adquirir línguas que todo ser humano possui. A exposição ao *input* na língua aciona o LAD (*Language Acquisition Device*), que é o Dispositivo para Aquisição de Línguas, e proporciona os detalhes a serem aprendidos da língua. Considerando especificamente o fã de artistas internacionais, ele está em constante exposição e contato com a língua de seu ídolo, principalmente se falarmos de cantores(as), bandas e séries — quando consumidas em idioma original (inglês) —, entre outros. Para Krashen (1987), o filtro afetivo é parte do processo interno no qual se configuram os estados emocionais, as atitudes, as necessidades, a motivação ao aprender uma língua e a velocidade dessa aprendizagem. Essa hipótese do filtro afetivo revela, então, a visão do autor de que um número de variáveis afetivas têm um papel facilitador na aprendizagem de uma nova língua e nestas variáveis se inclui a motivação.

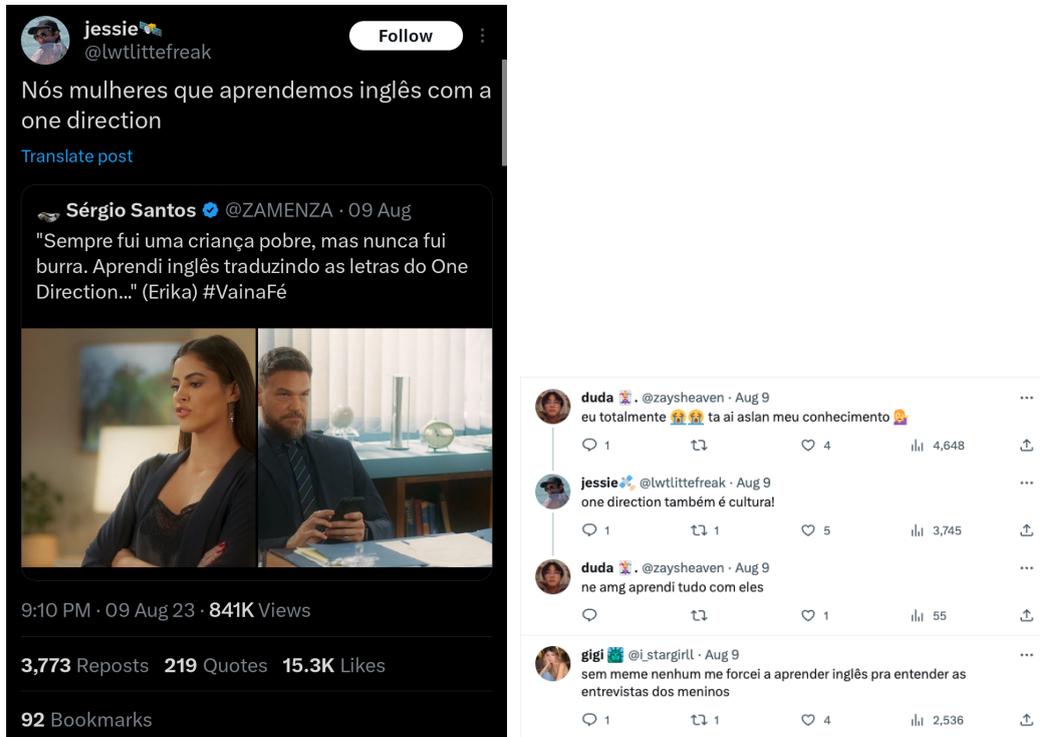
Com motivação, os aprendizes tendem a ter um processo de aprendizagem de outra língua bem-sucedido. A motivação, para Brown (1997), é como um impulso, uma emoção ou um desejo interno que direciona a pessoa para determinada ação. Desse modo, ao percebermos um objetivo atraente o suficiente, podemos gerar uma forte motivação e fazer o possível para alcançá-lo. Segundo Gardner (1990), existem dois tipos de motivação e uma delas se encaixa com a motivação do fã: a motivação integrativa, que se expressa na vontade de aprender uma língua estrangeira por ter interesse pessoal nas pessoas ou na cultura.

Logo, tendo em vista o afeto pelo seu ídolo, série, saga ou artistas favoritos, mais a motivação de se sentir próximo, pertencente e interagir com os conteúdos ou o com *fandom* em geral, o fã pode adquirir um interesse em aprender a nova língua como forma de integrar-se à cultura participativa dos *fandoms*. Sendo assim, os conteúdos gerados pelo “alvo” do *fandom*, e por outros fãs, podem servir como uma porta de entrada para a aprendizagem da língua inglesa. E, muitas vezes, o objetivo pode não ser só essa comunicação direta com o ídolo e o com o *fandom*, mas para se ter uma maior interação na própria língua. Com isso, poder usar o inglês para entender o que acontece dentro do seu *fandom* passa a ser uma motivação para aprender o inglês para usar em qualquer situação longe das redes e do mundo do *fandom*.

Na Figura 8 abaixo, temos o *tweet* de uma fã da *boyband* inglesa *One Direction*, comentando sobre uma cena da novela “Vai na Fé”, exibida no canal Globo no dia 9 de agosto de 2023. Por meio de sua afirmação e quantidade de *likes* em seu *tweet* (15,3k de *likes*), bem como algumas das respostas postadas, podemos perceber que vários fãs — em específico da

boyband *One Direction* — utilizaram material sobre a banda, como músicas e traduções, para aprender inglês.

Figura 8 – *Tweet* de fã comentando cena da novela “Vai na Fé”



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Jessie (2023).

Observamos, então, como o fandom pode se tornar um espaço importante para o contato e a aprendizagem da língua inglesa. Esse processo, muitas vezes, passa a ocorrer de modo extracurricular, indo além dos muros dos espaços institucionais tradicionais, como a escola.

#### 2.4 FANDOM E EXTRAMURAL ENGLISH: AMPLIAÇÃO DOS ESPAÇOS PARA A APRENDIZAGEM DA LÍNGUA INGLESA

Para uma discussão sobre a relação entre a participação na cultura de *fandom* e a motivação para a aprendizagem da língua inglesa, trazemos a teoria do “*Extramural English*” (EE), apresentado por Sundqvist (2009), que explica um pouco a aprendizagem informal<sup>16</sup> do inglês. A autora definiu o termo como “[...] qualquer tipo de situação em que os aprendizes entram em contato ou estão envolvidos com o inglês fora dos muros da sala de aula de inglês”

<sup>16</sup> Aprendizagem “informal” para caracterizar uma aprendizagem que acontece fora dos padrões de ensinamentos tradicionais, que seria em sala de aula.

(Sundqvist, 2009, p. 66, tradução nossa).<sup>17</sup> A partir disso, fica mais fácil compreender como o fã pode tentar aprender a língua inglesa de maneira informal, não apenas dentro da sala de aula, mas sim utilizando seus alvos de interesse para se motivar e engajar mais ainda na nova aprendizagem.

O conceito de *Extramural English* foi investigado por Sundqvist (2009) em seus estudos, nos quais ela concluiu que muitos jovens estrangeiros ou aprendizes de L2<sup>18</sup> buscavam, por iniciativa própria, aprender e se engajar com o inglês de maneira informal, fora dos “muros da escola”. Baseado nos dados obtidos em sua pesquisa, o *Extramural English* possui uma correlação positiva e significativa entre o tempo total gasto pelos aprendizes e a proficiência oral e de vocabulário. A autora também descobriu que algumas atividades como ler, jogar videogame e usar a internet são mais importantes para a proficiência oral e o vocabulário do que outras atividades examinadas, como assistir TV, filmes e ouvir música (Sundqvist, 2009).

O afeto é uma das questões que levam os fãs a aprenderem mais sobre seus ídolos, o que inclui, muitas vezes, o contato com uma língua que é diferente para o fã. Logo, essa motivação pode implicar num impulso maior para um objetivo específico, que seria a aprendizagem da língua inglesa. À vista disso, o *fandom* pode ser uma porta de entrada para o interesse na língua inglesa e a internet pode facilitar essa aprendizagem das mais diversas formas.

Han (2022), professora coreana de inglês, em seu trabalho *Extramural English in the Classroom: Intersecting Spaces for Interest-driven English Learning*, discute, a partir do conceito de *Extramural English* de Sundqvist (2009), como a cultura pop e interesses como músicas e séries podem ser a motivação para começar a aprender o inglês. A autora relata, a partir de sua experiência pessoal, como ela acreditava que tinha um desempenho ruim em inglês pelo fato de ter aprendido enquanto assistia e reassistia os episódios da sua série favorita, a qual ela sabia as falas e gírias decoradas. Porém, apesar dos parâmetros de um ensino de língua de escola, ela passou a entender como sua aproximação com elementos da cultura pop enriqueceu seu vocabulário e como a sua pronúncia e o uso de expressões soavam tão naturais graças à série de que ela era muito fã.

Desde ouvir a *boyband* americana *New Kids on the Block* até assistir ao programa de TV americano *Friends* (NBC, 1994–2004), tenho desfrutado de uma variedade da

---

<sup>17</sup> Trecho original: “[...] any type of situation in which learners come in contact with or are involved in English outside the walls of the English classroom” (Sundqvist, 2009, p. 66).

<sup>18</sup> Aprendizes de L2, uma segunda língua.

cultura pop média inglesa desde os 12 anos de idade. [...] Para mim, o inglês como disciplina escolar e o inglês como a língua da minha mídia favorita da cultura pop eram duas coisas diferentes, sem sobreposição. Porém, quando fui para a universidade e tive a oportunidade de falar inglês com pessoas de diferentes países, percebi que meu inglês era bom o suficiente para me comunicar com eles (Han, 2022, p. 1, tradução da autora).<sup>19</sup>

Podemos tomar como exemplo os dados que ainda serão apresentados neste estudo, a exemplo do trabalho de Han (2022). A autora relata sobre conseguir reconhecer facilmente outros fãs, sobre como o domínio de particularidades dentro do *fandom* de sua série favorita, como expressões e gírias, a proporcionava tópicos para conversas em inglês mantidas graças à sua dedicação ao inglês motivada pela série *Friends*. Nas palavras da autora: “Foi então que percebi o poder dos recursos linguísticos (por exemplo, expressões idiomáticas) e de conteúdo (por exemplo, referências culturais) que eu poderia acessar e usar, graças ao meu programa de cultura pop favorito” (Han, 2022, p. 1-2).<sup>20</sup> Ou seja, compartilhar esse tipo de amor por algo presente na cultura pop, entre fãs, pode facilitar também a comunicação.

A motivação provinda da participação em um ou mais *fandoms*, apesar de possibilitar uma aprendizagem mais informal da língua, leva o fã a buscar aprendê-la melhor e pode ser tão relevante quanto alguém que aprende inglês de maneira formal em algum curso de idiomas ou na escola. Inclusive, pode vir a ser uma motivação para buscar, assim, a aprendizagem formal da língua. Han (2022) afirma como a cultura pop pode ser um recurso interessante e importante para essa aprendizagem, destacando que levar essa cultura para dentro de um espaço formal pode ser uma vantagem ao professor.

Minhas experiências com a aquisição inesperada da língua inglesa me levaram a buscar o aprendizado de inglês orientado por interesses em ambientes formais de aprendizagem; eventualmente, projetei e ensinei um curso de ensino da língua inglesa [...] onde os alunos poderiam trazer e usar essa cultura pop e recursos baseados em interesses (Han, 2022, p. 2, tradução da autora).<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Trecho original: “From listening to the American boy band New Kids on the Block to watching American TV show *Friends* (NBC, 1994–2004), I have enjoyed a variety of English medium pop-culture since I was 12 years old. [...] For me, English as a school-based subject and English as the language of my favorite pop culture media were two different things with no overlap. However, when I went to university and had opportunity to speak English with people from different countries, I noticed that my English was good enough to communicate with them” (Han, 2022, p. 1).

<sup>20</sup> Trecho original: “This was when I realized the power of linguistic (e.g., expressions and idioms) and content resources (e.g., cultural references) that I could access and use, thanks to my favorite pop culture show” (Han, 2022, p. 1-2).

<sup>21</sup> Trecho original: “My experiences with unexpected English language acquisition drove me to pursue interest-driven English learning in formal learning settings; eventually, I designed and taught an English language teaching (hereafter, ELT) course where students could bring and use such pop culture and interest-based resources” (Han, 2022, p. 2).

Ao falarmos de aprendizagem informal, e considerando os dados coletados para este estudo, vale destacar que, alguns dos materiais bastante disponibilizados *online* são vídeos e análises teóricas de fãs que ajudam e ensinam outros fãs dentro de seu *fandom* a aprender inglês, utilizando seu ponto principal de interesse, como músicas e séries. Nesse contexto, conforme ressaltado por Krashen, o filtro afetivo é importante para o processo de aprendizagem. Assim, muito do que é consumido da cultura pop funciona como ferramenta para essa aprendizagem.

Uma parte dos aprendizes do inglês busca o contato com a língua em contextos não formais. Além de ser uma forma interessante de buscar aprender sobre a língua, colocar seus interesses e preferências junto ao aprender é mais uma forma de motivar e engajar novos aprendizes, promovendo então uma aprendizagem informal, porém proveitosa e de uma forma engajadora.

Alguns leem e escrevem *fanfics* em inglês baseadas em seus romances ou programas de TV favoritos. Outros gostam de música pop e compartilham seu amor por meio da interação com outros fãs ao redor do mundo através de várias plataformas *online*, como *YouTube* e *Twitter* [...] Esse envolvimento pode promover o aprendizado inesperado e não intencional da língua inglesa (Han, 2022, p. 2, tradução da autora).<sup>22</sup>

Acerca do estudo do *Extramural English*, muito se tem falado sobre o desafio que é o fenômeno dessa aprendizagem informal, o que se tornou uma preocupação para o ensino da língua inglesa (Mohebbi; Coombe, 2021). Dentro de qualquer *fandom*, grande parte da motivação para estudar o inglês vem dessa informalidade, como, por exemplo, aprender enquanto traduz uma música. Ushioda (2013 *apud* Mohebbi; Coombe, 2021, p. 233) discorre sobre “[...] dissonâncias motivacionais entre os contextos dentro e fora da sala de aula dos alunos” e enfatiza que, em ambientes onde o inglês é um meio importante de cultura jovem, ou seja, em países onde crianças e adolescentes estão fortemente engajados no *Extramural English*, ensinar inglês em sala de aula se tornou um grande desafio. O *fandom* serve, então, de exemplo de um “espaço *Extramural English*”, visto que é uma comunidade que está constantemente em contato com a língua, especialmente quando seu ídolo fala inglês e essa não é a língua materna do fã. Portanto, existe o frequente estímulo em entender o inglês, como uma segunda língua, nos *fandoms* e a Web serve como esse enorme espaço de possível aprendizagem.

---

<sup>22</sup> Trecho original: “Some read and write fanfiction in English based on their favorite novels or TV shows. Others enjoy pop music and share their love through interaction with other fans around the world through various online platforms such as YouTube and Twitter [...] Such engagement can promote unexpected and unintended English language learning” (Han, 2022, p. 2).

Aprender o inglês como uma segunda língua é muito importante, principalmente considerando o mundo globalizado em que vivemos. Como já pontuado anteriormente, a aprendizagem e a aquisição são dois conceitos diferentes. Segundo Wilkins (1976):

A aprendizagem é um processo que está estritamente ligado a fatores motivacionais. Se o aprendiz sente a necessidade de comunicar algo em um contexto real, ele realmente irá encontrar a motivação necessária para aprender o que precisa (Wilkins 1976 *apud* Silveira, 2019, p. 38).

Com isso, podemos compreender como a motivação do fã é o pontapé inicial para que ele sinta a vontade e a necessidade de aprender uma nova língua. Wilkins (1976 *apud* Silveira, 2019) também reitera esta posição ao dizer que um dos fatores que promove a aprendizagem de uma língua seria a significância da língua a ser aprendida. O fã sente a vontade de aprender a língua e isso pode ser atribuído ao significado de pertencimento, isto é, ao sentimento que ter a oportunidade de usar o inglês no seu *fandom* pode lhe causar.

De acordo com Krashen (1987), aprendemos uma língua por meio da exposição a um *input* compreensível. Em seus estudos, o autor sugere que habilidades receptivas, como compreensão auditiva e leitura, servem como esse *input*. Além da exposição à língua, Krashen (1987) também menciona fatores externos como sendo vitais no processo de aquisição de uma segunda língua, a exemplo de contextos naturais, como ouvir música. Para o linguista, a motivação é uma palavra-chave neste cenário, já que alunos motivados aprendem melhor. Para o linguista, a motivação é uma palavra-chave neste cenário, já que alunos motivados aprendem melhor.

No caso do *fandom*, existem frequentes *inputs* que podem facilitar nessa aprendizagem, como o contato com outras pessoas da sua comunidade de fãs, músicas e suas letras, séries e filmes, que são consumidos em sua língua original (o inglês), além de entrevistas de artistas, etc. Isso pode aproximar muito mais o fã com a língua, tendo como pontos-chave a compreensão auditiva e a leitura, tal como sugeridos por Krashen (1987).

Assim como Santaella (2003 *apud* Rojo; Moura, 2019) propõe em sua teoria das seis eras da cultura das mídias, nós temos a última era: a cibercultura ou cultura digital. Segundo Rojo e Moura (2019), a mudança notória entre as culturas definidas por Santaella é marcada tanto pela linguagem quanto pelas possibilidades de reprodução, distribuição e controle. A internet é, hoje em dia, o meio que torna possível reunir pessoas do mundo todo em um só “lugar” e onde conseguimos distribuir e reproduzir conteúdos diversos. A internet é um sistema de comunicação entre redes de computadores que permite que informações (de texto

verbal, imagens, sons ou vídeos) sejam transmitidas de um local para outro. E, segundo Santaella (2003 *apud* Rojo; Moura, 2019), as mídias e tecnologias comunicacionais que marcam a cultura digital são os computadores, *laptops*, *tablets*, celulares, programas de softwares e aplicativos de reprodução de texto, áudio, imagem e vídeo.

Atualmente, com a ampliação do acesso à internet, ela é usada para diversos objetivos, seja para diversão, trabalho, comunicação e como fonte de aprendizagem. Temos as informações na palma de nossas mãos e isso pode facilitar cada vez mais o contato e interesse por novas línguas, principalmente quando nosso objeto de admiração maior fala uma língua diferente da nossa língua materna. O *fandom* pode, portanto, ser uma porta de entrada para o interesse pelo inglês e a Web pode facilitar essa aprendizagem de diversas maneiras. Além disso, o conteúdo gerado nos *fandoms* e pelos próprios artistas, como músicas, poesias, anedotas e vídeos, é um dos muitos materiais e ferramentas disponíveis para essa aprendizagem.

Os espaços de navegação na web se destacam como uma inovação e locais que propiciam práticas de aprendizagem, facilitando assim a interação do indivíduo com a língua estrangeira. Apesar de alguns professores verem essa prática de buscar uma aprendizagem de maneira informal — *Extramural English* — como um desafio, acreditamos na importância de olhar para a tecnologia como parte integrante das práticas de aprendizagem e aquisição. Conforme sabemos, a articulação de conteúdos atuais consumidos pelos alunos, como o uso de séries e filmes, músicas ou entrevistas, pode ser uma grande aliada em sala de aula, pois usar a cultura pop como parte da aula e do conteúdo tem o potencial de se tornar uma motivação para unir o ensino formal e informal.

O conceito de *Extramural English* sugere a compreensão de que o interesse pessoal de quem quer aprender a língua também conta como um fator importante para aprendizagem. Muitos estudiosos sugerem que os aprendizes procurem atividades para aprender que sejam desafiadoras, que busquem entretê-los e para ajudar na comunicação (Han, 2022). Outros também indicam o quão benéfico é para quem quer aprender a língua inglesa buscar interesses pessoais que os motivem a alcançar seus objetivos (Jensen, 2017; Scholz, 2017 *apud* Han, 2022).

Como locais de afinidade, os *fandoms* podem ser vistos como esse espaço para aprendizagem de uma segunda língua, como o inglês. Pois, além do constante contato com o inglês, este serve também como uma das motivações do fã para conhecer a cultura e os países de seus ídolos. À vista disso, a Web, sendo conhecida como esse espaço onde acontece a comunicação, interação e procura de conteúdo, é uma facilitadora para que o fã possa se

aproximar da língua e de outras pessoas de seu *fandom*. Desse modo, ao se utilizar das interações a partir das habilidades de falar, ouvir, escrever e ler inglês, por meio do uso das tecnologias, os fãs conhecem diversas possibilidades para a aprendizagem e uso da língua.

### 3 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

Nesta pesquisa, realizamos um levantamento e coleta de dados que pudessem contribuir para o entendimento do papel dos *fandoms* e da cultura pop como fatores de influência para o fã aprender a língua inglesa. A partir de uma abordagem metodológica qualitativa-interpretativista (Severino, 2007) busca-se a compreensão dos pensamentos expostos a partir de determinados comentários e conteúdos publicados em redes sociais, como o *TikTok*, *Instagram* e *Twitter (X)*, que revelassem de que modo a participação em um *fandom* impacta na relação do fã com a língua inglesa.

Tendo em vista tal objetivo, em um período de um mês (entre Setembro e Outubro) foi feita uma pesquisa nas redes sociais que são comumente utilizadas por fãs, e os resultados encontrados foram os mais diversos relatos e materiais que utilizam a cultura *pop online*. Considerando as redes sociais como um dos principais meios de interação entre os fãs, os dados aqui observados são organizados em dois momentos, que consistem em dois conjuntos de material coletado.

O primeiro conjunto consiste de *tweets* encontrados no *Twitter (X)* por meio de pesquisa de palavras-chave separadas como “*fandom*” “inglês” e as mesmas palavras também combinadas em frases como “*fandom* aprender inglês”, “quis aprender inglês por causa”, “*fandom* mudou minha vida” e “eu aprendi inglês sendo fã”. Ao digitar essas palavras ou frases na aba de pesquisas do *Twitter (X)*, foi possível encontrar *posts* antigos ou recentes que utilizam das mesmas palavras ou palavras semelhantes e no resultado dessa pesquisa é possível encontrar várias discussões entre fãs relatando sua experiência com a língua e como isso é influenciado por seus artistas favoritos. Com base nesses critérios de busca, foram encontradas diversas *postagens*, e após uma análise preliminar, foram selecionados os primeiros que mais se aproximavam de um relato em que os fãs relacionam a influência do *fandom* e do seu ídolo com a sua aprendizagem ou interesse pela língua inglesa. Assim, para esta pesquisa, um total de dez (10) *postagens* serão analisadas, tendo em vista a motivação que os fãs relatam provindas dos seus ídolos e *fandoms*.

Em um segundo momento, debruçamo-nos sobre um compilado de materiais do *Instagram* e *TikTok* publicado em contas de professoras e criadoras de conteúdo que se utilizam da rede social para ensinar a língua inglesa. Esse compilado foi selecionado por meio da pesquisa dos termos-chave “aprender inglês com música”. No *Instagram*, é possível localizar várias *postagens* a partir da busca por termos e uso de *hashtag*, e os resultados encontrados foram várias contas de professores que usam o *Instagram* como ferramenta para

compartilhar seu trabalho. As postagens escolhidas para análise foram as que evidenciam o uso da cultura pop e músicas da cantora Taylor Swift, com o objetivo de refletir como essas postagens são utilizadas como estratégia para atrair fãs específicos e ensinar inglês com músicas e dicas focadas em alguns artistas. Foram utilizados também vídeos e comentários no *TikTok* de uma conta específica intitulada “utilidades inglês”, em que o objetivo da conta é utilizar músicas da Taylor Swift, para trabalhar aspectos da língua, como a expansão de vocabulário.

Para a coleta, realizamos a captura de tela dos exemplos mais relevantes - vinte e um (21) exemplos - encontrados nessas redes sociais e que pudessem evidenciar o uso da cultura pop e artistas em seu material de ensino como proposta para aprendizagem online. Após a coleta dos exemplos, realizamos a análise de conteúdos das capturas de tela dos *tweets* e postagens do *Instagram* e vídeos do *TikTok*, visando examinar quais respondem e demonstram de que modo o *fandom* pode funcionar como motivador para a aproximação com a língua inglesa.

## 4 ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE *FANDOM* E A LÍNGUA INGLESA

A análise dos dados será apresentada em dois momentos diferentes, conforme os dois conjuntos de dados coletados. O primeiro momento se dá a partir da análise de relatos na rede social *Twitter (X)* analisando comentários feitos por fãs, a partir dos quais vamos refletir sobre a relação existente entre a motivação de aprender a advir do seu ídolo. No segundo momento, apresentamos conteúdos encontrados *online* como vídeos no *TikTok* de uma conta cujo intuito é utilizar música para apresentar contextos e vocabulários em inglês e postagens com imagens no *Instagram* de professoras que utilizam de elementos da cultura pop para ensinar a língua nas suas contas.

### 4.1 RELAÇÃO ENTRE *FANDOM* E LÍNGUA INGLESA: relatos para entender o fandom

Desde que o *Twitter (X)* ficou popular entre as *fan accounts*<sup>23</sup>, os usuários passaram a dividir seus pensamentos e opiniões, assim como falar sobre as experiências que estar inserido em um *fandom* podem proporcionar. A cultura participativa (Jenkins, 2015) que existe influenciada pelas redes sociais encara a Web como espaço para o compartilhamento de informações e ideias, bem como para o consumo de conteúdo. Logo, essas redes são onde o caráter interativo dos *fandoms* se manifesta, sendo esse um lugar de partilha. É comum que sejam encontrados *tweets*<sup>24</sup> de fãs dividindo *online* sobre como o seu artista, filme ou série favorita lhe ajudou em diversas áreas de suas vidas e como suas paixões e vivências dentro do *fandom* influenciam e impactam a vida do fã, o fazendo consumir inteiramente aquela cultura e acrescentando *hobbies* e sonhos em sua rotina. Como falado anteriormente, eles também destacam frequentemente que essa foi a motivação para aprender a língua inglesa, como exemplificado no relato da figura abaixo (9). Nele, a fã destaca como a paixão dos fãs influencia diretamente alguns aspectos de suas vidas, como *hobbies* e sonhos, assim como consumir esse conteúdo faz com que fãs aprendam o idioma e a cultura do ídolo.

Figura 9 – *Tweet* sobre paixão de fã

<sup>23</sup> As *fan accounts* não precisam ser só contas oficiais de fãs de artistas que as usam para divulgar o trabalho dos mesmos, mas também fãs que utilizam a rede para interações e desabafos.

<sup>24</sup> Formato de postagens publicadas no *Twitter (X)*.



Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no *Twitter*<sup>25</sup> (2023).

Nas figuras 10, 11 e 12 temos *tweets* de fãs da banda *One Direction*, nos quais elas contam como os integrantes da banda as influenciaram a aprender o inglês, a ponto de uma delas se tornar professora de inglês. Ter ídolos influencia diariamente em todos os aspectos da vida do fã, principalmente quando essa relação ídolo-fã já tem vários anos. Muitas pessoas que participam de um *fandom* estão há anos vivenciando a experiência que é a cultura de *fandom* e isso influencia de diferentes maneiras, seja para aprender o inglês por se identificar ou para almejar a comunicação. Na figura 10, é possível ler o relato de uma dessas fãs que está comentando a cena da novela “Vai na Fé”, na qual a personagem diz que aprendeu inglês traduzindo músicas da *One Direction*. A fã em questão compartilha que com ela aconteceu o mesmo. Ela começou a aprender inglês por influência da banda.

<sup>25</sup> <https://twitter.com/tokkistays/status/1557016763564539905?t=pB8LB8TldaEww4NaEQ3pHg&s=19>, acesso em: 20 de Setembro de 2023

Figura 10 – Fã *quotando* cena da novela “Vai na Fé”



Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no *Twitter*<sup>26</sup> (2023).

Na figura abaixo (11), temos o relato de outra fã da banda *One Direction* que conta como ela quis aprender inglês por conta da banda e que isso a influenciou tanto que hoje ela é professora de inglês. O que faz possível afirmar que enquanto fã, seus ídolos podem mudar as vidas e influenciar em todas as suas áreas, tanto para diversão quanto para seu trabalho. A fã, hoje professora de inglês, um dia estava sendo motivada a aprender a língua por conta da banda.

<sup>26</sup> <https://twitter.com/joshuaffect/status/1689443853042872320?t=jL2OuH2LMT4eo0xd4hn85A&s=19>, acesso em: 9 de Agosto de 2023

Figura 11 – Fã conta como a *One Direction* influenciou sua carreira profissional



Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no *Twitter*<sup>27</sup> (2023).

Assim como o fã pode ser influenciado para escolher sua área de trabalho por conta do seu ídolo, os fãs também sentem essa vontade de aprender a língua para a comunicação, como no exemplo da Figura 12, onde a fã comenta que sonhava em viver uma *fanfic*<sup>28</sup> com a banda, o que implica que ela precisaria saber a língua para interagir com os integrantes.

Figura 12 – Fã conta sobre vontade de aprender inglês



Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no *Twitter*<sup>29</sup> (2023).

Na Figura 13 abaixo, podemos ler o relato de uma fã da Taylor Swift, que expressa como a sua relação com a cantora mudou a sua vida. A fã relata que não tinha tantos recursos, mas, mesmo assim, seu amor e interesse pela música foram o impulso para ela se empenhar em tentar entender o que as músicas estavam abordando, o que resultou nela aprendendo inglês. Já na figura 14, temos mais um fã da artista, que também é fã da série *Friends*, e

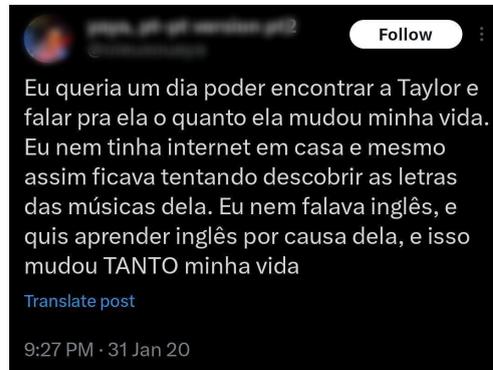
<sup>27</sup> <https://twitter.com/vhopedirection/status/1019382005799247872?t=LSWCVIfOhFh7dJ9VWNpYDA&s=19> acesso em: 20 de Setembro de 2023

<sup>28</sup> Histórias fictícias criadas por fãs, que geralmente incluem o ídolo em cenários fictícios

<sup>29</sup> <https://twitter.com/iselysian/status/1304523138772893696?t=oK17WHEy484keuEutos5UA&s=19> acesso em: 20 de Setembro de 2023

afirma que essas suas duas paixões são as responsáveis por ele saber o inglês que ele sabe hoje em dia.

Figura 13 – Relato de fã 1



Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no *Twitter*<sup>30</sup> (2023).

Figura 14 – Relato de fã 2



Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no *Twitter*<sup>31</sup> (2023).

Aprender inglês para comunicação dentro do *fandom* e para maior interação, pensando em fãs que moram em outros países e tem o inglês como sua primeira língua, é também uma das motivações que leva o fã a tentar aprender essa língua (Figura 15) Especialmente ao considerar que, muitas vezes, não só os portais oficiais brasileiros estão postando informações assim como não apenas fãs brasileiros estão comentando e conversando sobre o que quer que esteja acontecendo dentro de seu *fandom*. Cada grupo de fãs possui suas características e gírias e, para além dos fãs que possuem a mesma língua, vários outros também possuem essa vontade de entender e interagir com o resto de seu *fandom*. Implica-se, assim, que aprender a língua inglesa, pode possibilitar a sensação de pertencimento e conforto que um *fandom* gera na vida do fã.

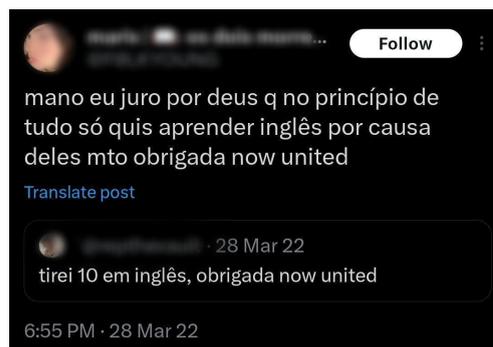
<sup>30</sup> [https://twitter.com/oieusouaya/status/1223402484913172482?t=iU1iEFLZxhrwA\\_EclmYwtA&s=19](https://twitter.com/oieusouaya/status/1223402484913172482?t=iU1iEFLZxhrwA_EclmYwtA&s=19), acesso em: 20 de Setembro de 2023.

<sup>31</sup> [https://twitter.com/zendayats/status/1672746212083085312?t=TKn03fZUr9XS5eD\\_\\_gtdZw&s=19](https://twitter.com/zendayats/status/1672746212083085312?t=TKn03fZUr9XS5eD__gtdZw&s=19), acesso em: 20 de Setembro de 2023.

Figura 15 – Comentário sobre *fandom*

Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no *Twitter*<sup>32</sup>(2023).

A Figura 16 ilustra o caso de um *quote*<sup>33</sup>. No *tweet* original, a fã do grupo musical *Now United*<sup>34</sup> agradece a eles por ela ter tirado 10 em uma prova de inglês, já que o consumo das músicas do grupo a fez entender melhor o idioma. Já no *quote*, outra fã relata que também só quis verdadeiramente aprender inglês por causa deles. As duas se mostram agradecidas ao grupo, já que foi a motivação que as levou a aprender a língua.

Figura 16 – Relato e *quote* de fãs do *Now United*

Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no *Twitter*<sup>35</sup> (2023).

É possível afirmar que fazer parte de um *fandom* causa um impacto muito grande na vida do fã, e não somente para o aprendizado de uma nova língua, mas também impactos na vida pessoal (Figura 17), de forma que a influência é motivo de gratidão por parte de alguns fãs que entendem o quão importante é seu ídolo em sua vida e o impacto que causam, para além de proporcionar uma aprendizagem nova.

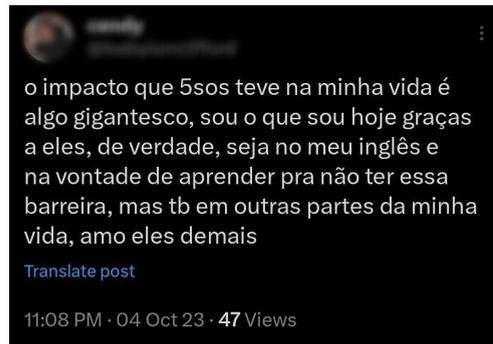
<sup>32</sup> <https://twitter.com/venussred/status/1095820710751207429?t=h69ESOlchw2V2yqhoT80jA&s=19>, acesso em: 20 de Setembro de 2023

<sup>33</sup> Comentar um post do *Twitter*.

<sup>34</sup> Um grupo musical formado com objetivo de cada participante ser de um país diferente, tendo pessoas do Brasil, Canadá, Coréia, Alemanha, África, etc. O grupo foi criado em 2017 e desde 2018 já teve mudanças em sua formação original. Eles cantam músicas majoritariamente em inglês.

<sup>35</sup> <https://twitter.com/FOLK YOUNG/status/1508563557029404678?t=-LRvjZaSwG2ZwwSktyI14w&s=19>, acesso em: 20 de Setembro de 2023.

Figura 17 – Relato de fã sobre impacto da banda 5SOS<sup>36</sup>



Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no *Twitter*<sup>37</sup>(2023).

O *fandom* pode ser caracterizado como uma família onde cada um promove o sentimento de acolhimento, pois quase sempre existe a identificação entre os fãs, de fã para fã e de fã para ídolo. Uma música, uma série, um filme, um ator ou atriz, seja qual for o seu interesse ou o seu *fandom*, essa é uma das formas mais puras e verdadeiras de se amar, admirar e de reconhecer o impacto real desse amor em nossas vidas.

E, como proposto por este trabalho, essa motivação tem um impacto importante na aprendizagem da língua inglesa, de modo que, se aproximar de uma nova língua se torna o objetivo de muitos fãs ao redor do mundo. O relato da fã abaixo (figura 18) nos mostra a tentativa de contato direto com os integrantes da banda, já que ela os marca no seu *tweet* e para isso ela utiliza o inglês. Para que sua mensagem chegue até a banda, ela utiliza assim a língua que vai fazer com que essa aproximação ocorra.

Figura 18 – Relato sobre o impacto de ser fã

<sup>36</sup> Banda australiana *5 Seconds of Summer*.

<sup>37</sup> <https://twitter.com/babylonclfford/status/1709752283687276676?t=YDqDCpZSaPWdO0EtDHdDzA&s=19>, acesso em: 5 de Outubro de 2023.



Fonte: adaptado pela autora, a partir de pesquisa no *Twitter*<sup>38</sup> (2023).

Os relatos aqui analisados demonstram a relação entre as experiências das pessoas que participam de *fandoms* e a motivação para a aprendizagem do inglês. Considerando o filtro afetivo (Krashen, 1987) e a motivação (Brown, 1997) como papel facilitador na aprendizagem de uma língua estrangeira, uma vez que as emoções do fã estão conectadas com a vontade de aprender o que vai lhe aproximar do seu ídolo, servindo de impulso para essa aprendizagem, os dados desses fãs descrevem como sua participação dentro de um *fandom* e sua aproximação com as músicas e séries são a motivação para a aprendizagem da língua inglesa. O próximo tópico busca apresentar o tipo de conteúdo que pode ser utilizado e publicado para o ensino do inglês *online*.

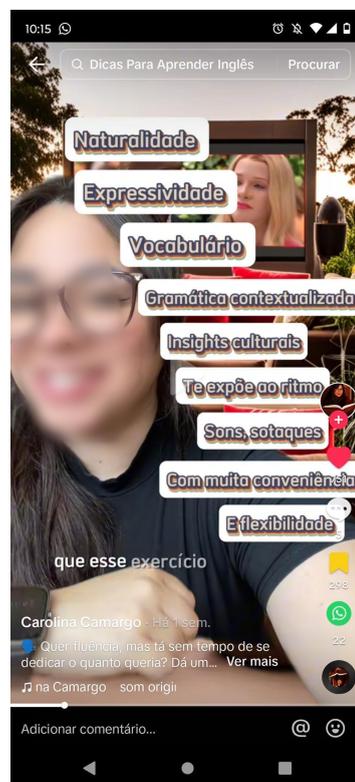
#### 4.2 FANDOM, CULTURA POP E O ENSINO DE INGLÊS NAS REDES SOCIAIS

Investigando a relação entre fãs, cultura pop e o ensino-aprendizagem da língua inglesa, é possível encontrar alguns professores e professoras, que são produtores de conteúdo e utilizam como estratégia a utilização de elementos e artistas da cultura pop para fazerem seus conteúdos *online*. A partir de exemplos de contas focadas na produção de conteúdo para o ensino da língua, como uma conta de *TikTok* focada em ensinar algumas utilidades do inglês por meio de vídeos e música e também postagens de professoras que produzem seu conteúdo e compartilham no *Instagram*, refletiremos sobre como é possível o uso da cultura pop para o ensino da língua.

<sup>38</sup> [https://twitter.com/cosgroveados/status/1359968507543375880?t=rE\\_VEPwU76L5MPDI\\_ea1zw&s=19](https://twitter.com/cosgroveados/status/1359968507543375880?t=rE_VEPwU76L5MPDI_ea1zw&s=19), acesso em: 5 de Outubro de 2023.

Na Figura 19, a produtora de conteúdo do *TikTok* e professora, Carolina Camargo (2023), dá dicas de uma técnica e narra como, para ela, aprender inglês utilizando séries e filmes foi o que a fez chegar no nível de fluência que ela tem hoje. A técnica se chama “*shadowing*” e consiste em repetir tudo que os personagens estão falando com o mesmo ritmo, tonalidade, expressões e naturalidade. Ela alerta que, para a técnica funcionar, o aprendiz vai ter que repetir tudo o que conseguir. Além disso, ela explica que se trata de uma técnica não muito simples, cujo objetivo é desenvolver e treinar seu *listening* e *speaking* utilizando a cultura pop, a exemplo dos filmes e séries de sua preferência, o que ajuda na motivação para alcançar o principal objetivo: aprender a língua.

Figura 19 – Benefícios de utilizar a técnica *shadowing* para aprendizado



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Camargo (2023).

Por grande influência da Taylor Swift, o seu *fandom*, *os swifties*, ficaram conhecidos como um dos grupos que mais disponibilizam conteúdo *online* para ajudar na aprendizagem do inglês. Conhecida por sua habilidade de composição, as músicas da Taylor tem viralizado ainda mais e utilizar ela e suas músicas como maneira de chamar a atenção de seus fãs, que também se interessam pela língua, tem sido a estratégia de vários professores que utilizam o *Instagram* como ferramenta de divulgação e postagem de seus conteúdos.

Na Figura 20, observamos uma professora que utilizou a música *Mastermind*, da Taylor Swift, para criar uma aula especial para os fãs da cantora. A música, que foi lançada em seu mais recente álbum *Midnights* (2022), narra os “esquemas” planejados e elaborados pelo eu lírico para garantir que ela e seu parceiro fiquem juntos, dando a entender que mesmo que fosse o destino, ela também ajudou isso a acontecer e que era uma gênia por pensar nos mínimos detalhes. Utilizando o termo “*Masterclass*”, além de se aproximar mais ainda do *fandom*, a *Teacher Gabi Guimarães* mostra uma estratégia de juntar o nome da música com um tipo de aula específica para os fãs e admiradores da cantora. A *Masterclass* acontece uma vez por mês ao vivo via *Zoom* durante uma hora e meia.

Figura 20 – Carrossel de postagem no *Instagram* da *Teacher Gabi*



Fonte: adaptado pela autora, a partir de *Teacher Gabi Guimaraes* (2023).

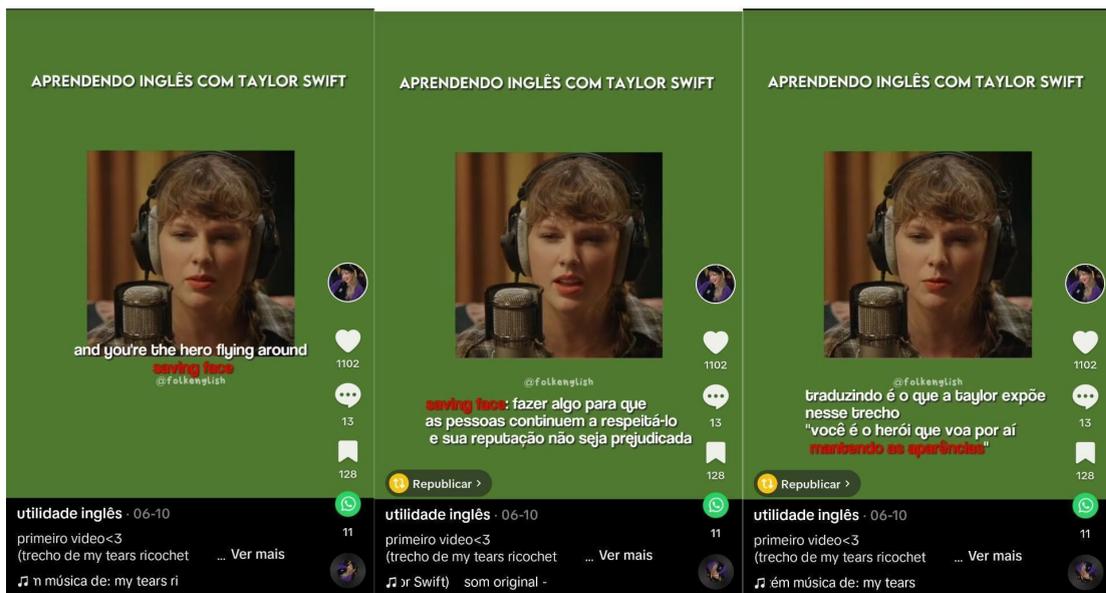
Ainda sobre Taylor Swift, que possui enorme influência na indústria musical hoje em dia, é possível encontrar várias postagens no *Instagram*, de fotos ou *Reels*<sup>39</sup>, ou vídeos na plataforma do *TikTok*, que tem o objetivo de atrair seus fãs para a aprendizagem e também para o conteúdo postado nessas contas. Taylor Swift, além de ser conhecida por sua composição e seu lirismo, também se distingue por utilizar algumas expressões ou palavras em inglês que não são típicas de se ouvir no dia a dia, ainda mais por fãs que não são fluentes e muitas vezes dependem de traduções ou análises feitas por outros fãs. Logo, o conteúdo *online* que muitas vezes é criado e compartilhado explora essas expressões e palavras de um nível mais avançado.

A conta Utilidade Inglês (nome de usuário: @folkenglish) do *TikTok* costuma postar vídeos exatamente deste conteúdo, onde a criadora explica algumas expressões utilizadas pela

<sup>39</sup> Tipo de conteúdo em vídeo da plataforma *Instagram*.

Taylor em suas músicas. Nos comentários, muitos fãs interagem sobre como eles interpretam ou como este tipo de conteúdo os ajuda. Como é possível ver nas figuras abaixo (21 e 22), a conta utiliza o *TikTok* e posta os vídeos com o trecho de uma música. A postagem primeiro apresenta o trecho e destaca em vermelho a expressão que será explicada, abordando o seu significado e colocando a tradução do trecho.

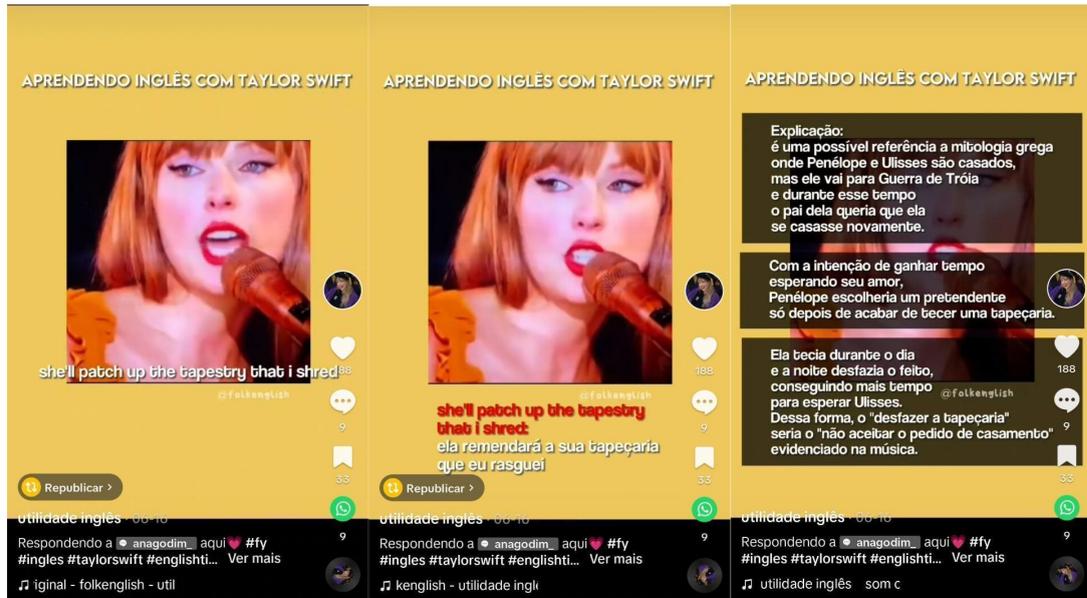
Figura 21 – Vídeo explicação sobre a música *My Tears Ricochet*



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Utilidade Inglês (2023a).

A conta geralmente analisa e explica as expressões que não são tão comuns para os não falantes de inglês, e o intuito dela é simplificar esse vocabulário de nível mais avançado que é comum entre as músicas da Taylor Swift, como os exemplos da música *My Tears Ricochet* (figura 21) e *Champagne Problems* (figura 22).

Figura 22 – Vídeo explicação sobre a música *Champagne Problems*



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Utilidade Inglês (2023c).

A seguir, na Figura 23, temos o comentário de um usuário que a partir do vídeo da música *Champagne Problems* (Figura 22) conseguiu perceber como a expressão fez mais sentido após a explicação dada pela conta do *TikTok*. O que nos faz compreender como esses vídeos podem ajudar os fãs ou possíveis fãs que buscam esse conteúdo — ou até mesmo os que se deparam com o vídeo rolando na sua *For You*<sup>40</sup> — para poder entender melhor as músicas.

Figura 23 – Comentário no vídeo explicação sobre a música *Champagne Problems*

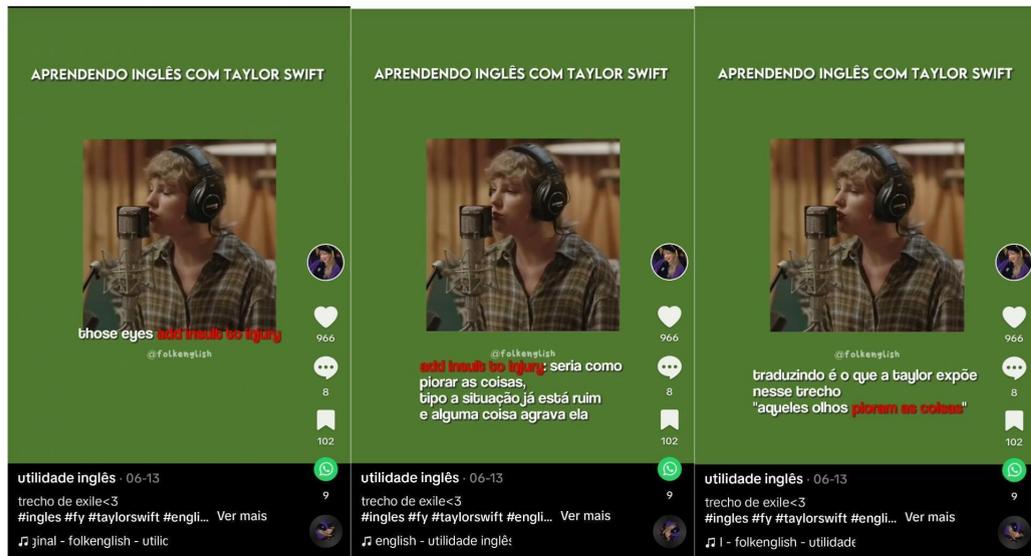


Fonte: adaptado pela autora, a partir de Utilidade Inglês (2023c).

Na Figura 24, temos o vídeo de explicação de uma das expressões da música *Exile*, já na Figura 25 observamos comentários de fãs que, antes do vídeo, pensavam que o que ouviam na letra era “*adding salt to injury*” quando na realidade a letra original é “*add insult to injury*”. Com o vídeo da conta Utilidade Inglês, eles conseguiram entender e até perceberam a existência de um possível jogo de palavras, que também faz sentido.

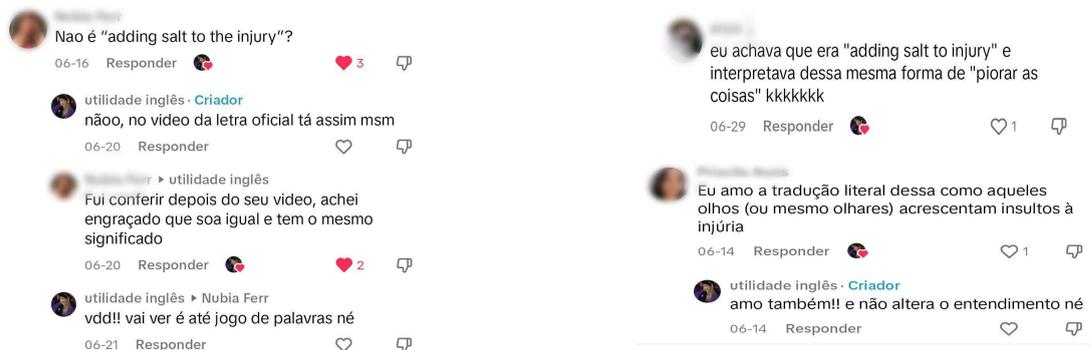
Figura 24 – Vídeo explicação sobre a música *Exile*

<sup>40</sup> Parte da rede social em que os algoritmos mostram conteúdos semelhantes aos gostos dos usuários.



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Utilidade Inglês (2023b).

Figura 25 – Comentários do vídeo explicação sobre a música *Exile*



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Utilidade Inglês (2023b).

Como outra forma de chamar a atenção de fãs que querem aprender a língua, vários professores postam constantemente nos seus perfis do *Instagram* conteúdos em forma de carrossel de fotos. Na Figura 26, observamos a postagem da *Teacher Ju Vicente* (2023), intitulada “aprendendo inglês com a loirinha”, apelido dado à Taylor Swift pelos seus fãs. Na postagem, Ju Vicente busca explicar *idioms*, expressões e gírias usadas pela Taylor em algumas de suas músicas. E é possível perceber que utilizar o conteúdo voltado para Taylor Swift tem um alcance muito maior hoje em dia, visto que ela é uma artista extremamente respeitada na indústria musical.

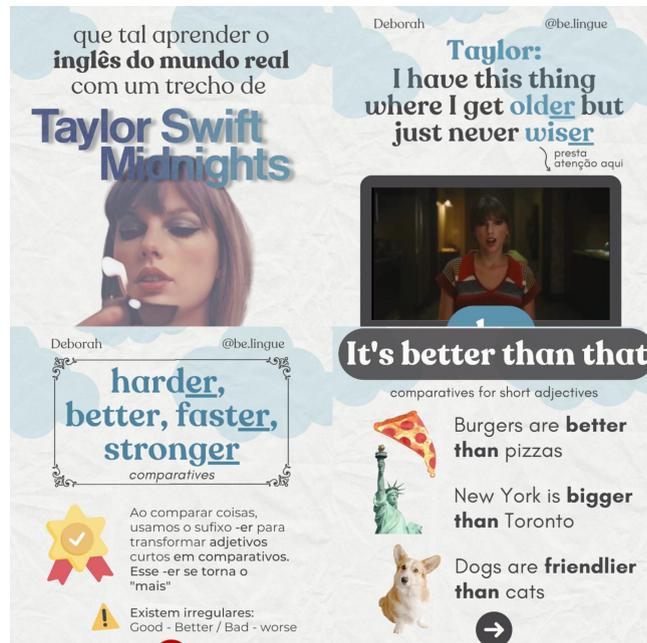
Figura 26 – Carrossel de fotos da *Teacher Ju Vicente*



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Ju Vicente (2023).

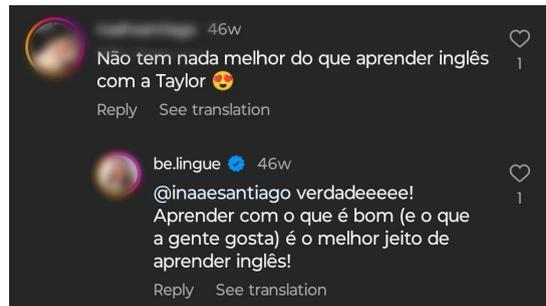
Agora, na Figura 27, temos uma outra professora que optou por explicar um aspecto gramatical, porém também utilizando um exemplo da música da Taylor. A professora, em vez de abordar alguma expressão utilizada na música, esclarece o uso do comparativo na frase “*I have this thing where I get older but just never wiser*”, como forma de chamar atenção do seu público ou de um possível futuro público — o *fandom* da Taylor Swift

Figura 27 – Carrossel de fotos da Deborah Oliveira (@be.lingue)



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Deborah Oliveira (2022).

Figura 28 – Comentário no post da Deborah



Fonte: adaptado pela autora, a partir de Deborah Oliveira (2022).

Esses foram alguns dos exemplos de materiais *online* criados e compartilhados por professores para ajudar os fãs a aprenderem a língua inglesa, principalmente alguns aspectos de vocabulário, gramática e expressões usadas em contextos diferentes. Os conteúdos não estão disponíveis apenas para serem consumidos pelo *fandom* da Taylor Swift, mas por qualquer pessoa que também goste das músicas dela ou que goste de aprender o inglês utilizando músicas. Salienta-se, então, que ao combinar os interesses do público com essa vontade de aprender algo novo, têm-se uma forma válida e motivadora de aprender, o que pode se tornar numa ferramenta interessante, assim como visto na Figura 28.

Além disso, essa é uma estratégia que pode e deve ser utilizada pelos professores, assim como o sugerido pelo “*Extramural English*”, estudo que nos aponta os novos aprendizes da língua estão buscando aprender o inglês de maneira informal, utilizando principalmente seus gostos pessoais, como as séries ou os conteúdos da cultura pop. Sendo assim, por que não adicionar esses meios como motivação dentro do aprendizado mais formal?

Considerando as práticas da cultura de *fandom*, nossa análise revelou como a participação em um *fandom* e o consumo da cultura pop podem, sim, influenciar a motivação para a aprendizagem da língua inglesa. De acordo com os relatos postados por fãs em redes sociais, é possível perceber o quanto o ídolo influencia na vida do fã e que o impacto de consumir conteúdos ligados aos artistas é uma ferramenta importante para a vontade de aprender o inglês. Ainda, observa-se que a Web é um meio facilitador no caminho até a aprendizagem, onde fãs podem criar e buscar conteúdos e materiais *online* para realizar o seu objetivo de aprender, sendo conteúdo de fã para fã, direto do seu ídolo ou de professores que postam seu trabalho e utilizam dos novos meios para motivar os jovens aprendizes.

O conceito de *Extramural English*, de Sundqvist (2009), nos relata como, cada vez mais, os jovens se utilizam de conteúdos diversos e informais para a aprendizagem da língua,

tendo como forma de motivação maior um aprendizado mais dinâmico, muitas vezes, diferente do que é visto em salas de aula mais tradicionais. Logo, a reflexão deste trabalho sobre a utilização da cultura pop como instrumento motivador no processo da aprendizagem é, de fato, um tema promissor. Uma vez que, a cultura pop — filmes, séries, TV, música, artistas, etc. — influencia e estabelece formas de fruição e consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afinidades que situam indivíduos dentro de um grupo em uma cultura participativa, como no caso dos *fandoms*.

Portanto, ao considerarmos o *fandom* como um espaço de aprendizagem da língua inglesa, bem como a motivação e o afeto como pontos essenciais para impulsionar os fãs a se tornarem aprendizes de uma língua estrangeira, este trabalho demonstra a validade do uso de interesses pessoais, tais quais ídolos ou qualquer aspecto da cultura pop, como motivadores na aprendizagem do inglês. Ademais, salienta-se que, esse conhecimento adquirido por meio da aprendizagem informal e dos *inputs* podem ser aprofundados, a partir da apropriação e do uso por professores em salas de aula ou em espaços *online* que visem o ensino da língua inglesa.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a investigação delineada ao longo deste trabalho, buscamos evidenciar a relação entre a vivência em um *fandom* como fator de motivação para o contato e a aprendizagem da língua inglesa. À medida que exploramos a influência do consumo e da imersão na língua inglesa por meio do envolvimento em diversos *fandoms*, constatamos, a partir dos dados analisados, que essa dinâmica desempenha um papel importante na relação entre fãs e a língua que o aproxima de seu ídolo.

Os resultados desta pesquisa destacam como a cultura de *fandom* pode atuar como um estímulo significativo para a aprendizagem da língua inglesa. A participação em um *fandom* funciona como uma porta de entrada para o interesse e vontade em aprender e aprofundar-se na língua inglesa, foco no presente estudo. Ao analisar dados de comentários, publicações de fãs e alguns materiais educativos online, pudemos estabelecer uma ligação entre a participação numa comunidade de fãs e o consumo de conteúdos, bem como uma maior interação com a língua inglesa.

Esta pesquisa reforça a ideia de que a cultura *fandom* é um espaço onde os fãs não apenas se identificam com seus ídolos, mas também se conectam com outras pessoas que compartilham a mesma paixão. A cultura participativa do *fandom* não apenas expressa identidade, mas também emerge como um ambiente favorável à aprendizagem, tornando-se uma comunidade caracterizada por uma cultura de colaboração e compartilhamento.

Utilizando uma abordagem qualitativa e com base em conceitos propostos por Krashen e Brown e Gardner, quanto à motivação e aprendizagem de línguas, este trabalho contribui para a compreensão de como a participação na cultura de *fandom* pode ser um fator de motivação para que os fãs aprendam a língua inglesa. A análise da relação entre a cultura de *fandom* e a aprendizagem de línguas pode oferecer algumas contribuições significativas, especialmente em contextos contemporâneos onde a disseminação de informação e a participação ativa em comunidades online têm desempenhado um papel importante nas experiências culturais dos indivíduos.

Finalmente, este estudo aponta a influência da cultura de *fandom* como motivação para a aprendizagem de línguas estrangeiras, mas também enfatiza a importância de reconhecer e integrar interesses culturais na experiência de aprendizagem. Pedagogicamente, pensando no *Extramural English* e nas possibilidades que a ideia de agregar a cultura pop dentro de sala de aula, esta pesquisa pode fornecer *insights* para educadores e entusiastas da cultura pop, destacando a possibilidade de ver espaços externos, como ambientes de *fandom*

online, como uma oportunidade para aprender línguas estrangeiras. Em última análise, este trabalho contribui para uma compreensão mais abrangente de como a cultura pop e o envolvimento dos fãs podem contribuir positivamente para o processo de aprendizagem de línguas estrangeiras, especialmente o inglês.

Destacamos que esta foi uma pesquisa introdutória e, mesmo com as limitações decorrentes do recorte dos dados apresentados nesse estudo, este pode ser ampliado em pesquisas futuras, para uma análise e compreensão mais aprofundada da relação entre a cultura de *fandom* e a motivação para aprendizagem da língua inglesa. Assim, pensando na possibilidade de estudos futuros explorando esse tema, sugere-se que, para uma maior ampliação do estudo, seja feita uma pesquisa e entrevista por meio de formulários com participantes de *fandoms* diversos que possam assim comprovar a relação mais direta entre a aproximação com o inglês por meio da motivação em decorrência da participação em um *fandom*.

## REFERÊNCIAS

- 5SOS BRASIL. [Perfil do Twitter]. [S. l.], set. 2012. Twitter: @5SOSBrazil. Disponível em: <https://twitter.com/5SOSBrazil>. Acesso em: 28 ago. 2023.
- ALMEIDA, R. **O que são fanfics, como ler e escrever uma?**. Blog Clube de Autores, 2020. Disponível em: <https://blog.clubedeautores.com.br/2020/08/entenda-o-que-e-fanfic-e-saiba-como-escrever.html>. Acesso em 09 de Nov. 2023.
- ARMY HELP THE PLANET. [Perfil do Instagram]. [S. l.], ago. 2019. Instagram: @army\_ftp. Disponível em: [https://www.instagram.com/army\\_ftp/](https://www.instagram.com/army_ftp/). Acesso em: 28 ago. 2023.
- ARMY HELP THE PLANET. **Como tirar o título de eleitor pela internet**. [S. l.], 20 mar. 2022. Instagram: @army\_ftp. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/CbVjD\\_ypqMo/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CbVjD_ypqMo/?img_index=1). Acesso em: 28 ago. 2023.
- BARBACHAN, A. N. **Levando o fã a sério**: estudos de fandom aplicados às relações públicas. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.
- BIANCHINI, M. [Canal do Youtube]. [S. l.], 15 maio 2015. Youtube: @maribianchini. Disponível em: <https://www.youtube.com/@MariBianchini/>. Acesso em: 28 ago. 2023.
- BIANCHINI, M. **Análise & teorias sobre o Folklore | Novo álbum da Taylor Swift**. [S. l.: s. n.], 2020. 1 vídeo (27 min). Publicado pelo canal Mari Bianchini. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7GN1Dekb0vM>. Acesso em: 28 ago. 2023.
- BROWN, H. D. Cognitive and affective characteristics of good language learners. In: HENNING, C. A. (ed.). **Proceedings of the Los Angeles Second Language Research Forum**. Los Angeles: TESL; Departament of English; UCLA, 1997.
- CAMARGO, C. [Técnica shadowing]. [S. l.], 26 set. 2023. Tiktok: @caroldoinglesteacher. Disponível em: [https://www.tiktok.com/@caroldoinglesteacher/video/7283219918701546758?\\_r=1&\\_t=8gDW4hKYv5S](https://www.tiktok.com/@caroldoinglesteacher/video/7283219918701546758?_r=1&_t=8gDW4hKYv5S). Acesso em: 1 out. 2023.
- CLIFFORD, M. [Perfil do TikTok]. [S. l., 2021]. TikTok: @michaelclifford. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@michaelclifford?lang=pt-BR>. Acesso em: 27 ago. 2023.
- COSTA, M. E. A. Cultura popular. In: REZENDE, M. B.; GRIECO, B.; TEIXEIRA, L.; THOMPSON, A. (org.). **Dicionário IPHAN de patrimônio cultural**. Rio de Janeiro: IPHAN; DAF; Copedoc, 2015. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/dicionarioPatrimonioCultural/detalhes/26/cultura-popular>. Acesso em: 27 ago. 2023.

**O que é cultura pop?**. Beco Cultural, 2020. Disponível em: <https://becocultural.com.br/cultura-pop/>. Acesso em: 28 de ago. 2023

CULTURE. *In*: Cambridge Dictionary. [S. l.]: Cambridge University Press & Assessment, c2023. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles-portugues/culture>. Acesso em: 13 ago. 2023.

DUFFET, M. **Understanding fandom**: an introduction to the study of media fan culture. New York: Bloomsbury, 2013.

DULAY, H.; BURT, M.; KRASHEN, S. **Language two**. Oxford: Oxford University Press, 1982.

DUVANEL, T. **'Please come to Brasil'**: país se destaca ao acolher ídolos com devoção em shows e engajamento massivo nas redes. O Globo, 2023. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/musica/noticia/2023/09/24/please-come-to-brasil-pais-se-des-taca-ao-acolher-idolos-com-devocao-em-shows-e-engajamento-massivo-nas-redes.ghtml>. Acesso em: 13 de Nov. 2023

FANFIC OBSESSION. **Home**. [S. l.], 5 dez. 2009. Disponível em: <https://fanficobsession.com.br/>. Acesso em: 28 ago. 2023.

GARDNER, R. Attitudes, motivation, and personality as predictors of success in foreign language learning. *In*: PARRY, T.; STANSFIELD, C. (ed.). **Language aptitude reconsidered**. New Jersey: Prentice-Hall, 1990. p. 179-221.

GEE, J. P. Affinity spaces: how young people live and learn online and out of school. **Kappan**. Arlington, VA, 26 Feb. 2018. Disponível em: <https://kappanonline.org/gee-affinity-spaces-young-people-live-learn-online-school/>. Acesso em: 27 ago. 2023.

GUIMARÃES, G. [**Masterclass**]. [S. l.], 6 jun. 2023. Instagram: @teachergabiguimaraes. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CtKzEEYrZnE/?igshid=MmU2YjMzNjRlOQ%3D%3D>. Acesso em: 18 set. 2023.

HAN, Y. J. **Extramural english in the classroom**: intersecting spaces for interest-driven english learning. 2022. Thesis (Doctorate Degree in Philosophy) – Margaret Warner Graduate School of Education and Human Development, University of Rochester, Rochester, New York, 2022.

HILLS, M. O fandom como objeto e os objetos do fandom. [Entrevista cedida a] Clarice Greco. **Matrizes**, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 147-163, jan./jun. 2015. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/100678>. Acesso em: 28 ago. 2023.

JENKINS, H. **Textual poachers**: television fans & participatory culture. New York: Routledge, 1992.

JENKINS, H. **Fans, bloggers, games**. New York: New York University Press, 2006.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

JENKINS, H. Avatar activism and beyond: confessions of an aca-fan. **Blog Henry Jenkins**. [S. l.], 21 Sept. 2010. Disponível em: [http://henryjenkins.org/2010/09/avatar\\_activism\\_and\\_beyond.html](http://henryjenkins.org/2010/09/avatar_activism_and_beyond.html). Acesso em: 13 ago. 2023.

JESSIE. **[Postagem do Twitter]**. [S. l.], 9 ago. 2023. Twitter: @lwtlitfreak. Disponível em: <https://twitter.com/lwtlitfreak/status/1689428921991712768>. Acesso em: 9 ago. 2023.

KRASHEN, S. D. **Principles and practice in second language acquisition**. Oxford: Pergamon, 1982.

KRASHEN, S. D. **Principles and practice in second language acquisition**. New Jersey: Prentice-Hall International, 1987.

MAGNONI, A. MIRANDA, G. **Convergência midiática, cultura participativa e o campo da Comunicação**: possíveis relações a partir da interação com as novas tecnologias. Interin, Paraná, vol. 23, núm. 2, p. 73-89, Março de 2018. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5044/504459790006/html/>. Acesso em: 10 de Nov. 2023

MARQUES, D. O que é cultura pop? **Educa Mais Brasil**. [S. l.], 10 ago. 2022. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/dicas/o-que-e-cultura-pop>. Acesso em: 27 ago. 2023.

MIDNIGHTS. Compositor: Taylor Swift, Jack Antonoff, Zöe Kravitz, Mark Anthony Spears, Jahaan Akil Sweet *et al.* Intérpretes: Taylor Swift, Lana Del Rey. [S. l.]: Republic, 2022. 1 CD (44 min).

MIRANDA, L. F. Cultura pop: o que é, história, características e impactos na sociedade. **Quero Bolsa**. [S. l.], 27 maio 2023. Disponível em: <https://querobolsa.com.br/revista/cultura-pop>. Acesso em: 28 ago. 2023.

MOHEBBI, H.; COOMBE, C. (ed.). **Research questions in language education and applied linguistics**: a reference guide. Gewebestrasse, Switzerland: Springer, 2021.

MONTEIRO, C. Fandom: cultura participativa em busca de um ídolo. **Revista Anagrama**, São Paulo, ano 4, ed. 1, p. 1-13, set./nov. 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35481>. Acesso em: 28 ago. 2023.

MORAIS, M.; NUNES, Lucas. **Diferenças entre o popular e o pop**: o cinema de super-heróis como parte integrante de uma cultura segmentada. Revista Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura, v. 10, nº 1, edição de Julho de 2021.

NODA, F. **A influência de Taylor Swift nos rumos da indústria musical**. Antena 1, 2023. Disponível em: <https://www.antena1.com.br/noticias/a-influencia-de-taylor-swift-nos-rumos-da-industria-musical>. Acesso em: 07 de nov. 2023.

OLIVEIRA, D. **Aprendendo inglês com Midnights**. [S. l.], 13 nov. 2022. Instagram: @be.lingue. Disponível em:

<https://www.instagram.com/p/Ck57hPotxRg/?igshid=MmU2YjMzNjRlOQ%3D%3D>. Acesso em: 24 set. 2023.

POPULAR. *In*: Cambridge Dictionary. [S. l.]: Cambridge University Press & Assessment, c2023. Disponível em: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-portuguese/popular>. Acesso em: 13 ago. 2023.

ROJO, R.; MOURA, E. **Letramentos, mídias e linguagens**. São Paulo: Parábola Editorial, 2019.

SEVERINO, A. **Metodologia do trabalho científico**. 23<sup>a</sup> ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVEIRA, G. E. L. Aquisição ou aprendizagem de uma segunda língua: reflexões teóricas sobre conceitos-chave para o ensino de línguas. **Revista Philologus**, Rio de Janeiro, ano 25, n. 73, supl., p. 1-18, 2019. Disponível em: [http://www.filologia.org.br/xi\\_sinefil/completos/aquisicao\\_GUSTAVO.pdf](http://www.filologia.org.br/xi_sinefil/completos/aquisicao_GUSTAVO.pdf). Acesso em: 28 ago. 2023.

SOARES, T. Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop. **Logos**, [s. l.], v. 2, n. 24, p. 68-81, 2014. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/14155>. Acesso em: 27 ago. 2023.

SUNDQVIST, P. The impact of spare time activities on students' English language skills. *In*: GRANATH, S.; BIHIL, B.; WENNO, S. (ed.). **Väger til språk-och litteratur**. Karlstad, Sweden: Karlstad University Press, 2009. p. 63-76.

SWIFT, T. **[Post do Instagram]**. [S. l.], 24 jul. 2020. Instagram: @taylorswift. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CDAsU8BDzLt/?igshid=MmU2YjMzNjRlOQ%3D%3D>. Acesso em: 27 ago. 2023.

TAYLOR SWIFT BRASIL. **Home**. [S. l., 2009]. Disponível em: <https://taylorswift.com.br/>. Acesso em: 27 ago. 2023.

UTILIDADE INGLÊS. **[Explicação de My Tears Ricochet]**. [S. l.], 10 jun. 2023a. Tiktok: @folkenglish. Disponível em: [https://www.tiktok.com/@folkenglish/video/7243086700384128261?\\_r=1&\\_t=8gEYFYFOo2H](https://www.tiktok.com/@folkenglish/video/7243086700384128261?_r=1&_t=8gEYFYFOo2H). Acesso em: 24 set. 2023.

UTILIDADE INGLÊS. **[Trecho de Exile]**. [S. l.], 13 jun. 2023b. Tiktok: @folkenglish. Disponível em: [https://www.tiktok.com/@folkenglish/video/7244178366574824710?\\_r=1&\\_t=8gEhHqDtsSD](https://www.tiktok.com/@folkenglish/video/7244178366574824710?_r=1&_t=8gEhHqDtsSD). Acesso em: 24 set. 2023.

UTILIDADE INGLÊS. **[Explicação de Champagne Problems]**. [S. l.], 16 jun. 2023c. Tiktok: @folkenglish. Disponível em: [https://www.tiktok.com/@folkenglish/video/7245298135663185157?\\_r=1&\\_t=8gEYsya6q0c](https://www.tiktok.com/@folkenglish/video/7245298135663185157?_r=1&_t=8gEYsya6q0c). Acesso em: 24 set. 2023.

VICENTE, J. **Aprendendo inglês com a loirinha!** [S. l.], 4 jul. 2023. Instagram: @juvicente.teacher. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CuReOweNvfZ/?igshid=MmU2YjMzNjRlOQ%3D%3D>. Acesso em: 24 set. 2023.