



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

IGOR LEONARDO DE SANTANA TORRES

**ATRAVESSAMENTOS AFETIVOS, MORAIS E POLÍTICOS NA EXPERIÊNCIA DE
CONSUMO DE SÉRIES BOYS LOVE (BL) NO BRASIL**

Natal
2023

IGOR LEONARDO DE SANTANA TORRES

**ATRAVESSAMENTOS AFETIVOS, MORAIS E POLÍTICOS NA
EXPERIÊNCIA DE CONSUMO DE SÉRIES BOYS LOVE (BL) NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Antropologia Social.

Orientadora: Profa. Dra. Eliane Tânia Martins de Freitas.

Natal
2023

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI

Catálogo de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes - CCHLA

Torres, Igor Leonardo de Santana.

Atravessamentos afetivos, morais e políticos na experiência de consumo de séries boys love (BL) no Brasil / Igor Leonardo de Santana Torres. - Natal, 2023.
256 f.: il.

Dissertação (mestrado) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pós-graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022.

Orientadora: Profa. Dra. Eliane Tânia Martins de Freitas.

1. Antropologia digital. 2. Consumo. 3. Cultura yaoi. 4. Fandom boys love brasileiro. 5. Séries boys love. I. Freitas, Eliane Tânia Martins de. II. Título.

RN/UF/BS-CCHLA

CDU 572

IGOR LEONARDO DE SANTANA TORRES

**ATRAVESSAMENTOS AFETIVOS, MORAIS E POLÍTICOS NA
EXPERIÊNCIA DE CONSUMO DE SÉRIES BOYS LOVE (BL) NO BRASIL**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Antropologia Social, pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Nº 154
Natal, 23 de janeiro de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Eliane Tânia Martins de Freitas — Orientadora _____
Doutora em Antropologia Social pela Universidade Federal do Rio Janeiro (UFRJ)
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Paulo Victor Leite Lopes — Avaliador interno _____
Doutor em Antropologia Social pela Universidade Federal do Rio Janeiro (UFRJ)
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Carolina Parreiras Silva — Avaliadora externa _____
Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)
Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)

Lisabete Coradini — Suplente _____
Doutora em Antropologia pela Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

AGRADECIMENTOS

A Olódùmarè e Òrìṣà, pela existência e caminhos.

À minha mãe, avós e bisa, pela vida e pelos esforços para que eu chegasse até aqui e continue seguindo em frente.

Às periguetes etnógrafas, Caroline Dal'Orto, Jonatan Rebouças e Raphael Cardoso, pelas trocas acadêmicas, pela amizade, pelos momentos de riso e diversão.

Às queridas amigas do mestrado, com as quais formo a Tríade Cósmica, Amanda Veríssimo e Josuel Queiroz, também pelas trocas acadêmicas e afeto mesmo à distância.

À minha orientadora, Eliane Tânia Martins de Freitas, pelo companheirismo, atenção e interesse tanto quanto eu pela pesquisa que dá origem a esta dissertação, por sua orientação real e generosidade.

Ao corpo docente do Programa de Pós-graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGAS|UFRN), pela excelência do ensino, comprometimento e dedicação à Ciência. Especialmente à professora Juliana Gonçalves Melo, que leu atentamente minha versão inicial da introdução e deu feedbacks construtivos.

À Geíza, a secretária administrativa do PPGAS|UFRN, que sempre muito solícita e rápida atendia a minhas solicitações e respondia a minhas dúvidas.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela bolsa de pesquisa concedida.

Às queridas amigas do grupo BSW, por terem me ensinado muito sobre o universo *boys love*.

Às fãs, no geral, que me cederam um pouco de seu tempo em cada conversa que tivemos.

TORRES, I. L. S. **Atravessamentos afetivos, morais e políticos na experiência de consumo de séries *boys love* (BL) no Brasil**. Orientadora: Eliane Tania Martins de Freitas. 2023. XXX f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) — Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2023.

RESUMO

As séries *boys love* (BL) (amor de garotos, em português) são um gênero de produções audiovisuais asiáticas focadas na representação de relações homoeróticas masculinas, muito diferente das abordagens ocidentais de obras audiovisuais dentro dessa temática. A Tailândia se destaca como a maior produtora desse conteúdo, mas outros países, como a Coreia do Sul, o Japão, Taiwan e as Filipinas também vêm disputando espaço nesse mercado. No Brasil, assim como em outros países do Ocidente, elas têm ganhado cada vez mais notoriedade, destacando-se como um novo produto de exportação asiático, que pode alcançar o sucesso de fenômenos como o *K-pop* e o *K-drama*. De modo a entender sua circulação entre brasileiras em plataformas digitais de mídias sociais, notadamente no Twitter e no Telegram, esta pesquisa busca responder a seguinte questão: quais relações estão implicadas na experiência de consumo de séries *boys love* pelo *fandom* brasileiro? Para tanto, tomei, como meio técnico para a condução da investigação, a observação participante sistemática e individual em ambientes de imersão digital. Como resultado, observei que há embates afetivos, políticos e morais ora explícitos, ora implícitos na experiência de consumo de fãs brasileiras, muitos dos quais são influenciados tanto por uma recepção mediada por fatores políticos e socioculturais locais quanto por elementos idiossincráticos.

Palavras-chave: Antropologia digital. Consumo. Cultura *yaoi*. *Fandom boys love* brasileiro. Séries *boys love*.

TORRES, I. L. S. Affective, moral and political crossings in the consumption experience of boys love (BL) series in Brazil. Advisor: Eliane Tania Martins de Freitas. 2023. XXX f. Master Thesis (Master in Social Anthropology) — Center for Human Sciences, Letters and Arts, Federal University of Rio Grande do Norte, Natal, 2023.

ABSTRACT

The boys love (BL) series are a genre of Asian audiovisual productions focused on the representation of male homoerotic relationships, very different from Western approaches to audiovisual works within this theme. Thailand stands out as the largest producer of this content, but other countries, such as South Korea, Japan, Taiwan and the Philippines have also been vying for space in this market. In Brazil, as in other Western countries, they have been gaining more and more notoriety, standing out as a new Asian export product, which can achieve the success of phenomena such as K-pop and K-drama. In order to understand its circulation among Brazilians on digital social media platforms, notably on Twitter and Telegram, this research seeks to answer the following question: what relationships are involved in the experience of consumption of boys love series by Brazilian fandom? To this end, I took systematic and individual participant observation as a technical means for conducting the investigation in digital immersion environments. As a result, I observed that there are emotional, political and moral clashes, sometimes explicit, sometimes implicit in the consumption experience of Brazilian fans, many of which are influenced as much by a reception mediated by local political and social factors as by idiosyncratic elements.

Keywords: Digital anthropology. Consumption. Yaoi culture. Brazilian boys love fandom. Boys love series.

NOTA SOBRE CONVENÇÕES GRÁFICAS E SEMÂNTICAS

Utilizo o sintagma nominal “pessoa” como termo neutro para referir-me a um grupo de — e a quaisquer — agentes sociais. Todas as palavras que exprimem um sujeito, nesse sentido, estarão no feminino, deixando incluída a menção à qualquer expressão de identidade de gênero, sem a distinção binária masculino/feminino ou sobredeterminação do primeiro, como geralmente acontece quando usamos o masculino universal. Assim, todo o texto está escrito no feminino universal como referência ao sintagma nominal “pessoa”. Ao lê-lo, peço que a leitora tenha em mente que antes de palavras que indicam um sujeito, ele estará implícito. A exemplo: “as [pessoas] fãs”, “as [pessoas] consumidoras”, “as [pessoas] autoras”, “as [pessoas] respondentes”, “as [pessoas] artistas”, “as [pessoas] profissionais”.

Os pseudônimos foram atribuídos às pessoas mencionadas nesta pesquisa considerando distintos aspectos. Quando era possível acessar seus pronomes e com base nos seus nomes nas plataformas digitais de mídias sociais, mantive a coerência entre eles e o pseudônimo: por exemplo, se alguém se chamava Pedro e tinha “ele/dele” em seu perfil, optei por utilizar um pseudônimo “masculino”. Se a pessoa não informava seus pronomes, mas dispunha de um nome “masculino”, optei por um pseudônimo também “masculino”. Se a pessoa não informava seus pronomes e não dispunha de um nome no perfil, optei por utilizar um pseudônimo neutro, como Ariel, Caê e Ota. Essas escolhas foram feitas para respeitar a autodeterminação de gênero das pessoas, e não incorrer em equívocos de gênero.

As citações do diário de campo, dos diálogos e entrevistas com mais de três linhas estarão com recuo de dois centímetros à esquerda. No corpo do texto, todas as citações do campo, de diálogos e entrevistas estarão grafadas em *itálico* sem aspas. Expressões estrangeiras (exceto topônimos, nomes de instituições etc.), títulos (e.g., livros, periódicos, artigos, projetos, planos etc.) e palavras, expressões (e.g., neologismos) ou sentenças que exijam ênfase também estarão grafadas em *itálico*. Todas as demais questões de formatação obedecem às NBR 5892/1989 e NBR 14724/2011 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 BOYS LOVE: ORIGENS E TRANSFORMAÇÕES DE UM GÊNERO	42
1.1 A CULTURA YAOI E AS SÉRIES <i>BOYS LOVE</i>	42
1.2 GÊNERO, DEMOGRAFIA E AS DISPUTAS SEMÂNTICAS	52
1.3 DOS USOS E ABUSOS CONCEITUAIS-TERMINOLÓGICOS OU POR QUE AS SÉRIES <i>BOYS LOVE</i> NÃO PODEM SER CONSIDERADAS MÍDIA QUEER?	71
2 O FANDOM DE SÉRIES <i>BOYS LOVE</i> NO BRASIL	83
2.1 PERFIL SOCIAL	83
2.1.1 Faixa etária e proveniência	84
2.1.2 Gênero, sexualidade e cor/etnia	86
2.1.3 A identidade fã, o consumo e a produção de conteúdo <i>boys love</i>	88
2.2 ECONOMIA SIMBÓLICA DO <i>SHIP</i> E <i>FANSERVICE</i>	105
2.2.1 A volatilidade do <i>ship</i>	121
2.2.2 O <i>fanservice</i> tem que acabar	129
3 REPRESENTAÇÃO LGBT+ E SÉRIES <i>BOYS LOVE</i>	135
3.1 OPORTUNISMO QUEER E DIREITOS LGBT+	135
3.2 EMBATES ENTRE A FICÇÃO E O POLÍTICO	158
3.3 AMBIGUIDADE E SEXUALIDADE	177
3.4 IDENTITARISMO CONTRA A MERCANTILIZAÇÃO DA IDENTIDADE	185
3.5 O <i>HOT</i> , O BEIJO E A NORMALIZAÇÃO: O DILEMA DO <i>SKINSHIP</i>	188
4 CONSUMO MORAL E ORIENTALISMO	196
4.1 PEDAGOGIA DO <i>FANDOM</i> COMO FENÔMENO ORIENTALISTA	196
4.2 REGULAÇÃO DO CONSUMO E DISCIPLINARIZAÇÃO DAS FÃS	203
4.3 O QUE QUEREMOS DIZER QUANDO DIZEMOS HIPERSEXUALIZAÇÃO, SEXUALIZAÇÃO E OBJETIFICAÇÃO?	212
4.4 FETICHISMO- <i>FUJOSHI</i> E A PRODUÇÃO DE HIERARQUIAS MORAIS	218
CONCLUSÃO	229
REFERÊNCIAS	233
ANEXO A — Lista de séries <i>boys love</i> lançadas em 2022	249
ANEXO B — Questionário do Google Forms	255

INTRODUÇÃO

Entrei, em março de 2021, no mestrado em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), com um projeto cujo tema de pesquisa era ativismo e epistemologia no discurso online de pessoas de axé¹ (àşę). Esse era um projeto que tinha certeza que implementaria no mestrado. Afinal, por que mudaria? Alterá-lo, sim, possivelmente, e foi o que fiz em um primeiro momento. Mas mudar? Isso não passava pela minha cabeça de jeito algum. No entanto, entre maio e junho do mesmo ano, após alguns dias de desconforto, de angústia, questionando-me inclusive acerca da minha vida acadêmica na pós-graduação (especialmente por ainda não estar bolsista), mas acalentado por personagens e cenas clichês de produções asiáticas, mais notadamente séries tailandesas, categorizadas como *yaoi*² ou *boys love* (BL)³, decidi mudar meu tema de pesquisa. Deixei, então, um objeto familiar (pois sou uma pessoa de àşę) e passei para um outro, completamente novo: o consumo dessas séries pelo *fandom*⁴ brasileiro.

Como cheguei a essa conclusão de mudança? A pandemia tem muito a ver com isso. Se não fosse pela leve instabilidade emocional — ocasionada pelo confinamento, do qual decorreu um sentimento não apenas de solidão, mas de solidão — pela que passei, não teria fortuitamente encontrado conforto no inesperado, o que chamaria, mais que

¹ Energia vital que move o cosmos e circula, individual e coletivamente, em uma casa de Candomblé.

² Palavra que, anteriormente, definia os textos que, hoje, são chamados de *boys love*. Opera como um sinônimo. Explicarei mais detidamente sobre seu significado e sua gradual substituição pela expressão *boys love* no primeiro capítulo.

³ As séries *boys love* (amor de garotos, em português), tratadas aqui, são um gênero de produções audiovisuais asiáticas focadas na representação de relações homoeróticas entre dois homens muito diferente das abordagens ocidentais, por isso o termo faz expressão direta ao seu conteúdo. Tratarei melhor desse subgênero dentro da categoria *dorama*, mais à frente, no segundo capítulo desta dissertação.

⁴ Contração da expressão *fan kingdom* (reino dos fãs), o termo nomeia um grupo de pessoas que interagem a partir do gosto em comum por algo ou alguém (um(a) ator/atriz, um(a) cantor(a) ou autor(a) etc., um seriado, um lugar, um filme (ou sequência) etc. O sufixo *dom*, em inglês, remete a um domínio controlado por alguém, como um reino controlado por um rei (*kingdom*), a uma habilidade ou condição/estado de ser, como a condição de liberdade (*freedom*) ou a capacidade de usar sua experiência e conhecimento (*wisdom*); e a uma classe de pessoas ou atitudes ligadas a elas, como funcionalismo (*officialdom*) (QUINION, 2008). Segundo Rutherford-Morrison (2016, tradução minha), “se lermos ‘fandom’ da mesma forma que ‘reino’, então ele se referiria literalmente a uma região controlada por fãs — um significado que acho que expressa algo essencial sobre o fandom: é um grupo dedicado a demonstrar devoção a algum objeto (um show, uma história em quadrinhos, um time esportivo, o que você tem), mas também é um local de produção gerado e controlado por fãs — um espaço onde os fãs criam sua própria linguagem e comunidades, e onde eles reimaginam personagens e mundos em algo que é exclusivamente deles. E se definirmos ‘-dom’ neste caso como um estado de ser, semelhante a palavras como ‘sabedoria’ ou ‘liberdade’, então ‘fandom’ também é um estado de ser, uma condição que os fãs têm. Essa definição — a ideia de que o fandom não é simplesmente uma comunidade externa, mas também um modo de ser — soará verdadeira para qualquer um que já esteve profundamente envolvido em um fandom.” Não obstante eu esteja de acordo com o argumento apresentado, no uso ordinário do termo, a primeira acepção é a mais comumente referida, e a ela me remeto neste trabalho.

qualquer coisa, de imponderável no sentido malinowskiano: as séries tailandesas e sul-coreanas de romance homoerótico⁵ masculino⁶. Retrospectivamente analisando, e parafraseando uma amiga, poderia dizer que essa mudança foi surreal, porque inimaginável. Mais uma vez, a pandemia influenciava a pesquisa científica de alguém. No meu caso, não se tratava da impossibilidade de condução do trabalho *in loco*, tendo que reestruturar a metodologia e os instrumentos de pesquisa. Tratava-se de uma total mudança de objeto, mas o ambiente permanecia sendo o mesmo: as plataformas digitais de mídias sociais⁷ (doravante, plataforma(s) digital(s)).

Devo agradecer ao amigo Felipe Assis, que, ainda hoje, fica espantado com os rumos que tomei em relação ao conteúdo que me apresentou no início de 2021. Sem ele, não teria tomado conhecimento de tal gênero audiovisual, tampouco teria sido conquistado por ele. Confesso que não foi tão rápida a minha queda de amores ou interesse científico pelas séries *boys love*. Era — e continuo sendo — não mais que um neófito nesse universo, descobrindo suas nuances. No entanto, bastou uma série aleatória, que não lembro o porquê de ter começado a assistir (certamente convencido pela narrativa, por óbvio), para, com um hiato de cerca de um mês, acompanhar até três outras produções tailandesas de uma só vez. Tive minha primeira experiência com esse gênero assistindo a *Tonhon Chonlatee*⁸ — que, para certas pessoas, é a uma das obras mais *tóxicas* ou *chernobyl*⁹ que podemos encontrar entre essas séries. Algum tempo depois, Felipe me convenceu a assistir à outra, mas agora de origem chinesa. Segundo ele, foi uma das mais intensas e problemáticas em alguns aspectos (e.g., as relações abusivas, violência física e simbólica); os quais depois, percebi ser uma tendência em maior ou menor grau nelas. Assim, comecei a assistir a *Addicted Heroin*¹⁰. A despeito de todas as críticas e

⁵ No primeiro capítulo, na seção 1.3, apresento os argumentos explicativos para o uso do termo “homoerótico”.

⁶ “Masculino” aqui está sendo usado como substantivo que indica um gênero: homem, seja cisgênero ou transgênero. Assim como “feminino” será usado com a mesma função. Quando for minha intenção indicar expressões de gênero, usarei os termos “performatividade masculina” e “performatividade feminina”.

⁷ Por mídias sociais, entendo todo o conteúdo e interações de usuários nas plataformas digitais de mídias sociais. Estas, no entanto, são compreendidas como os ambientes nos quais as interações se desenrolam e os conteúdos são difundidos (MILLER *et al.*, 2019).

⁸ Tonhon Chonlatee (2020). **MyDramaList**, [s.l.], ©2020. Disponível em: <https://mydramalist.com/61973-ton-hon-chon-tee>. Acesso em: 26 jul. 2021.

⁹ Categorias êmicas utilizadas para qualificar uma produção como ruim quando ela é politicamente incorreta. Em *Tonhon Chonlatee*, há, por exemplo, em alguns momentos, discursos e práticas de teor racista, homofóbico e transfóbico.

¹⁰ Addicted Heroin (2016). **MyDramaList**, [s.l.], ©2016. Disponível em: <https://mydramalist.com/16549-addicted-heroin>. Acesso em: 26 jul. 2021.

problematizações com as quais concordo, achei-as interessante naquele primeiro momento, tendo apreciado mais a primeira. Se ri na maior parte desta, apesar de alguns incômodos; na segunda, estes se fizeram muito mais presentes. Não as vou descrever¹¹, porque não as pretendo analisar aqui. Deixo para que a leitora, caso sinta interesse, procure-as na internet e tire suas próprias conclusões. Voltei, então, depois de um bom tempo, ao site FSB3, pelo qual assisti *Tonhon Chonlatee*, e decidi, mais uma vez aleatoriamente, baseado nas suas respectivas sinopses, começar a acompanhar outras séries: *Fish Upon The Sky*¹², *Nitiman*¹³ e *Top Secret Together*¹⁴.



Conforme o meu entusiasmo pelas séries *boys love* e suas histórias aumentava, inevitavelmente via-me cada vez mais inserido em uma comunidade¹⁵ pela prática de consumo de um objeto específico e com um público muito bem organizado nas e através das plataformas digitais. Muito do meu interesse por elas se deve ao meu pensamento antropológico, à forma de encarar a cultura alheia comparativamente, a partir da reflexão sobre a minha própria cultura. Estava absurdamente maravilhado e intrigado em como países asiáticos, cuja representação que nós produzimos e reproduzimos é de conservadorismo e pouca abertura às pessoas de gênero e sexualidade não normativas, estavam produzindo um conteúdo que nós ainda não temos tão abertamente nos meios públicos de radiodifusão. Assim, passei a tomá-las, seu público brasileiro e as páginas dedicadas a elas, com uma forte disposição científica. Já tendo eu mesmo sido crítico de *K-poppers*¹⁶, naquele momento, percebi que estava mais próximo delas do que jamais

¹¹ Quando eu estiver tratando de alguns desses aspectos que são matéria de crítica e problematização junto ao público, eventualmente, trarei breves resumos das séries e/ou filmes para contextualização. Neste momento, isso é dispensável.

¹² *Fish Upon The Sky* (2021). **MyDramaList**, [s.l.], ©2021. Disponível em: <https://mydramalist.com/682613-fish-upon-the-sky>. Acesso em: 26 jul. 2021.

¹³ *Nitiman* (2021). **MyDramaList**, [s.l.], ©2021. Disponível em: <https://mydramalist.com/62131-niti-man-society-and-lover>. Acesso em: 26 jul. 2021.

¹⁴ *Top Secret Together* (2021). **MyDramaList**, [s.l.], ©2021. Disponível em: <https://mydramalist.com/682143-top-secret-together>. Acesso em: 26 jul. 2021.

¹⁵ Uso “comunidade” em alusão ao sentido de uma ligação por algo em comum, não em referência a uma noção de homogeneidade, coesão interna.

¹⁶ Fãs de pop sul-coreano (*K-pop*). Por que eu era crítico? De fato, nunca entendi bem o que levava parte das jovens a consumirem e vivenciarem de maneira tão intensa elementos e produtos culturais de países asiáticos, sobretudo animês, mangás, a prática como *otakus*, ou a música sul-coreana, criando grupos de dança entre amigos, fazendo coreografias e participando de competições. Isso me parecia tão exagerado, como a cultura emo, e eu compartilhava de preconceitos que colocavam essas sujeitas em um lugar de estranheza (não a antropológica). Mas, naquele momento, não tinha observado que essas práticas também estavam presentes em comunidades de fãs de artistas/grupos ocidentais. Como disse, muito do meu

imaginária, se pensarmos no consumo de cultura midiática do Leste e Sudeste asiáticos que vinha fazendo inicialmente.

Quando iniciei o trabalho de campo¹⁷, não tinha lido muitos textos acadêmicos tratando do gênero *boys love*, fossem a respeito das séries ou dos textos (e.g., *dōjinshi*¹⁸, *fanfics*, mangás, *novels*). Na verdade, só comecei a ler durante o desenrolar do trabalho de campo, quando decidi pesquisar um pouco mais acerca do tema, para conhecer melhor o campo no qual estava me inserindo gradualmente, passando do consumo das obras audiovisuais para a interação em algumas páginas do *fandom* sobre elas. Diante disso, está evidente que não segui os passos clássicos da pesquisa antropológica, notadamente do método etnográfico: leitura introdutória do assunto e depois ida a campo.

As séries *boys love* me interpelaram tão abruptamente, que não tive esse tempo, e não sei se gostaria de ter tido. A sensação de estar em meio a novas relações, aprendendo sobre algo com pessoas cuja existência não imaginava, colocou-me em um lugar de mais escuta e atenção que investigação, que buscas por dados. Queria realmente entender o que era tudo aquilo que me aparecia. Ao passo que conhecia o *fandom*, as páginas, acompanhava as discussões ainda perdido no volume de informações que se me apresentavam, também me colocava a par do que já tinha e vinha sendo escrito cientificamente em relação ao gênero *boys love*, seu consumo em outros *fandoms* em diferentes países. As leituras só foram feitas mais sistematicamente durante a escrita desta dissertação, enquanto relia minhas anotações e produzia as análises que estão nas próximas páginas.

A maior parte da literatura sobre *yaoi/boys love* está em inglês. Tendo em vista que comecei a interagir com o conteúdo de origem tailandesa, fiz um breve levantamento bibliográfico do tema. No começo, encontrei muitos artigos de sites de revistas online,

estranhamento estava informado por noções estereotipadas de quem consumia produtos culturais de países asiáticos: socialmente distanciadas, emocionalmente problemáticas, desocupadas etc. Com o tempo, conhecendo melhor o *K-pop* por meio de uma amiga implicada em grupos de dança, pude desconstruir meus pré-julgamentos.

¹⁷ A noção de campo, seja na observação participante em ambientes digitais ou analógicos, assim como sugerido por Marcus (1995), Shah (2020 [2017]), Gupta e Ferguson (1997) deve descolar-se da localização, do lugar material no qual estamos, e ser atribuída ao nosso contato com as pessoas e imersão nas relações, práticas, discursos e processos com os quais as pessoas com quem pesquisamos estão envolvidas. As plataformas digitais que acessei, percorri, perambulei, flutuei e acompanhei são as localizações nas quais meu campo se expressa, isto é, nas quais as fãs de séries *boys love* estavam agindo, produzindo discursos e implicadas em processos ligados ao seu consumo. A interação que tive com elas e com suas práticas foram meu campo por excelência, as relações sociais mantidas por esse grupo de pessoas foram meu foco.

¹⁸ *Dōjinshi* se refere a publicações independentes, amadoras, mangás que parodiam outros mangás profissionais (MCLELLAND *et al.*, 2015).

principalmente em páginas específicas de cultura pop e mídia asiática, e um pequeno número de referências em português: duas dissertações, uma analisando uma produção *yaoi* (SILVA, 2017), e a outra pesquisando as relações digitais e analógicas¹⁹ entre membros de uma comunidade *otaku*²⁰ que consumia jogos *yaoi* (FLORINDO, 2013); um artigo do mesmo autor, referente ao tema de sua pesquisa de mestrado (FLORINDO, 2015), e outro artigo que investiga o potencial de duas categorias de um jogo *yaoi* no questionamento da masculinidade hegemônica (PIEVE; MENDONÇA, 2020). Sobre as séries *boys love*, encontrei uma monografia que, tendo como estudo de caso a série *boys love* filipina *Gameboys*, analisa a influência da *cultura boys love* na criação de um gênero de séries com audiência transnacional, (GUIMARÃES, 2021); e um paper que analisa o impacto da cultura de fãs na mídia a partir da série *boys love* tailandesa *The Lovely Writer* (*O Adorável Escritor*) (SILVA; TEIXEIRA, 2021). Especificamente sobre a cultura e literatura *yaoi*, encontrei os trabalhos de Aranha (2010), que traz apontamentos históricos sobre o gênero, interpretando-o como uma forma de mediação do discurso feminino, e de Pereira (2018), que estuda a experiência de consumo de *fujoshi* brasileiras a partir de grupos no Facebook. Ainda assim, elas eram muito poucas e as discussões, com exceção das duas últimas, não me forneciam material muito útil para minha pesquisa.

Ao procurar trabalhos mais elaborados no tema, ainda de caráter científico, cheguei a uma literatura de volume considerável, embora não vasta, mas que me permitiu fazer tanto uma contextualização histórica do gênero *boys love* e das questões políticas e sociais que marcaram seu acontecimento (LAVIN; YANG; ZHAO, 2017; MCLELLAND *et al.*, 2015) e expansão para outros contextos nacionais — como a Tailândia (BAUDINETTE, 2019;

¹⁹ O digital e o analógico serão utilizados como alternativa às categorias “virtual” e “real”. O uso destas impunha uma diferenciação hierárquica entre os dois domínios, na qual o primeiro seria menos verdadeiro que o segundo, sendo tratado como algo à parte da realidade, como se houvesse uma ruptura, e eles não dialogassem. Optar pelas categorias digital e analógico é assumir que a tecnologia está presente de uma forma e de outra na vida humana influenciando-a e sendo influenciada por ela, diferenciando-se em seu sistema. As tecnologias digitais representam uma continuidade, não um acontecimento sem precedentes. A comunicação e a atividade humana, no geral, sempre foram mediadas, seja por outras formas de sociabilidade ou tecnologias (HORST; MILLER, 2015; LINS, 2019).

²⁰ Uma categoria ambivalente, por apresentar ao menos dois significados contrapostos: no Japão, inicialmente, referia-se a pessoas que pouco se abriam ao contato social, viciadas no consumo de cultura pop, que podiam não ter ocupação profissional, serem sustentados pelos pais, e até mesmo apresentarem tendências psicopatológicas e/ou criminosas; atualmente, influenciado pela circulação global e ressignificação do termo em outros países da Ásia e no Brasil, a categoria recebeu um novo significado, referindo-se a fãs de cultura pop japonesa (e.g., animês, *dorama*, *J-pop*, mangás, *novels*), que criam formas alternativas de sociabilidade baseadas nesse consumo. No Brasil, elas remetem “[...] a práticas a confraternizações, encontros de fãs, festividades e efervescências juvenis, características que destoam da contraparte propriamente japonesa, mais contida e menos propensa a práticas de sociabilidade.” (GUSHIKEN; HIRATA, 2014).

PRASANAM; 2019) — quanto trabalhar comparativamente em diálogo com pesquisas que abordam os aspectos variados que envolvem o consumo de séries *boys love* pelo *fandom* de diferentes países, notadamente China, Filipinas, Indonésia e Vietnã (BAUDINET, 2020; FERMIN, 2013a, 2013b; KÜNZLER 2020; MCLELLAND 2005; ZHANG, 2021; ZSILA *et al.*, 2018). A bibliografia sobre *Fan Culture* (Cultura de Fã) e *Fan Studies* (Estudos de Fã) está baseada nos trabalhos de múltiplas autoras no decorrer deste trabalho: Abercrombie e Longhurst (1998), De Kosnik (2013), Fiske (1992), Hills (2002, 2015), Jenkins (1992, 2006, 2008 [2006]), Sandvoss e Kearns (2014), e Sandvoss (2013 [2005]).

Toda a literatura indicada oferece aportes analíticos para a discussão de alguns pontos que se me confrontaram logo do meu *début* no *fandom boys love*, como trago nesta transcrição direta de um extenso fragmento de meu primeiro diário de campo, escrito em 19 de junho de 2021:

Algumas observações se destacaram durante meu primeiro contato com as séries *boys love*, que logo compartilhei com dois amigos: Felipe²¹, que me aproximou desse objeto; e Victor²², com quem tenho trabalhado em outra pesquisa e que não as conhecia. A primeira diz respeito a pouca ou nenhuma representação dos problemas da população LGBT+ da Tailândia, ponto que é muito discutido por seus ativistas. Certas pessoas, entre as fãs mulheres, público-alvo dessas produções, e também pessoas LGB²³, questionam os discursos de que esse conteúdo não presta, porque não discute a vida da população LGBT+. As opiniões são diversas e nem sempre estão de um lado de defesa exclusiva das séries *boy love* tailandesas ou de crítica a elas, há um equilíbrio entre o que pode ser extraído de positivo e o que ainda precisa ser revisto e melhorado.

A segunda perpassa o tópico do roteiro, estando ainda no âmbito das representações, uma vez que eles reforçam, na maioria das vezes, um estereótipo de gênero entre homens que se relacionam com homens. Há sempre a relação entre uma personagem mais masculinizada e outra mais feminilizada dentro da narrativa. Isso pode ser visto na atribuição de temperamentos, cores e na relação mesmo de flerte entre elas. A primeira tem uma tendência a ser sempre mais direta, incisiva, quem se coloca a conquistar a outra. A segunda geralmente está em busca da figura masculina, noutros casos ela a recusa por um desejo por outrem, mas segue sendo buscada pela primeira, que não desiste até conseguir a reciprocidade afetiva. Aqui, inserem-se outros

²¹ Homem cisgênero, homossexual, negro, (auto e heteroidentificação), soteropolitano, 21 anos, cursando o Ensino Superior em Medicina Veterinária.

²² Homem transgênero, bissexual, branco (auto e heteroidentificação), soteropolitano, Ensino Superior completo.

²³ Suprimi, intencionalmente, a letra “T” e “Q” do acrônimo para evidenciar que a maioria dos discursos acima mencionados foram feitos por mulheres lésbicas, homens gays e pessoas bissexuais ou pansexuais. A visibilidade de pessoas não cisgêneras tanto nas séries quanto entre o *fandom* ainda é pequena. Falo de visibilidade, porque, embora em menor número, elas existem nesse grupo social. O questionário quantitativo que será apresentado no segundo capítulo, por exemplo, aponta para isso.

problemas como a presença de representações de relações abusivas, a perseguição confundida com flerte, passando da cantada para o assédio explicitamente, e a romantização desses fenômenos.

Victor comenta quanto a isso: *realmente existe essa questão de jogar para um campo normativo, do mais masculino que toma mais atitude. Querendo ou não, é a forma como a mídia daqui também representa essas coisas. O vilão da série é a bicha afeminada má, umas coisas assim, nessa vibe, que acabam não ficando tão distantes assim do mesmo ponto de problematização.* (Mensagem no WhatsApp, 16 jun. 2021).

As séries *boys love* estão trazendo algo que sempre esteve disponível para as pessoas heterossexuais. Estão produzindo um drama LGBTQ+ a partir de um modelo heterossexual, perceptível na forma que a narrativa se apresenta, inclusive similar a muitas produções adolescentes estadunidenses que pululam nas plataformas de streaming, como Netflix e Amazon Prime Video. Essas são uma tradição na cinematografia ocidental. Assim, eles não estão inventando a roda, apenas copiando um formato que já existe, funcionou e ainda funciona como produto midiático. Por que não criar narrativas dentro do mesmo escopo, só que de uma perspectiva homoerótica? Mas há suas diferenças, como Victor percebeu rapidamente: *pelo que entendi, não é uma coisa que é muito explorada no lado sexual propriamente dito. Tem uma romantização muito maior. Acho isso legal, porque tira um pouquinho o foco do ser bicha em querer foder o tempo todo, e é sobre isso que é. Acho que faz um movimento muito interessante.* (Mensagem no WhatsApp, 16 jun. 2021).

A fluidez sexual, a bi ou pansexualidade, é construída como algo natural nas narrativas. O fato de uma personagem, que teve um relacionamento hétero em algum momento, passar a se interessar por um garoto é algo ordinário. Os amigos, e até mesmo a ex-namorada, entendem isso como algo esperado. Permissão de vivência da sexualidade sem a necessidade de uma nomeação. A bissexualidade como algo inerente às pessoas. Há um forte incentivo à permissividade de trânsito do desejo. Quanto a isso, Felipe expressou: *queria saber se no dia a dia das gays de lá é assim mesmo, porque geralmente quando a gente pensa Ásia, a gente pensa muita proibição, não sei... A gente não pensa nessa questão que as séries, que as boys love, passam. Nunca pesquisei, também tenho que ver como é na Tailândia a questão de gênero lá. Não faço ideia.* (Mensagem no WhatsApp, 16 jun. 21). De outro ponto de vista, há quem acredite que não haja nenhuma motivação política tácita ou explícita nessa representação da sexualidade, mas sim um interesse comercial de manutenção de um certo apelo à popularização dessas produções.

Na mesma linha, Victor, quando comentei de meu interesse nas séries *boys love*, replicou-me com curiosidade o seguinte: *a única coisa que havia escutado falar da Tailândia e do meio LGBTQ até o momento era a questão das cirurgias. Achava que ser gay ou lésbica lá era uma coisa muito mal vista. Mas se isso tá fazendo tanto sucesso, sei lá, né?* (Mensagem no WhatsApp, 16 abr. 2021). Ele desperta um ponto central: pensar a imagem que nós temos da Ásia, do Oriente, relativamente às questões de gênero e sexualidade, e confrontarmos-nos com uma produção, cada vez mais crescente, desse gênero audiovisual. E acrescenta: *prestei tanta atenção nessa questão cultural, do que é, enfim, explicado do que se consome lá, de que a gente acha que estamos, ocidentais, superiores e à frente de tudo. E é legal a gente baixar um pouco a bola, dar uns passos para trás, olhar que a gente está no Brasil de Bolsonaro, e tá aí a Tailândia fazendo historinha de viado para menina hétero consumir.* (Mensagem no WhatsApp, 16 abr. 2021).

É algo que conflita um pouco com nossas percepções e provoca-nos a saber como essas questões se desenrolam nos países do Leste e Sudeste asiáticos, como as pessoas de lá recebem essas produções e por onde elas circulam. Porque, tomando o exemplo do Brasil, as fãs se inserem em um nicho muito pequeno, mas notável, de quem consome cultura asiática, sobretudo da Coreia do Sul e do Japão, com os animês, os mangás e o *K-pop*²⁴. Mas como observa Victor — concordo e compartilho do mesmo sentimento: *fiquei curioso pelo fato de nunca ter escutado falar, e é uma parada que, aparentemente, não é tão pequena assim, né?* (Mensagem no WhatsApp, 16 abr. 2021).

Todas as observações aqui aludidas não podem ser refletidas sem tomar como pano de fundo as pessoas e a cultura de origem dessas produções. Dessarte, tanto uma maior imersão em campo quanto uma revisão mais profunda e abrangente de literatura são mister para apreensão de nuances e demais complexidades que permeiam esse objeto de pesquisa. (Diário de campo, 19 jun. 2021).

À altura da escrita desse diário, essas observações surgiram de perambulações no Twitter, Reddit²⁵, TikTok²⁶ e entre artigos sobre as séries *boys love* na internet. Leitão e Gomes (2017) identificam e modelam três abordagens metodológicas que podem ser utilizadas como formas de observação participante em ambientes digitais: a perambulação, o acompanhamento e a imersão²⁷. A prática de cada uma delas vai estar submetida às agências e lógicas “[...] estruturantes das plataformas, em decorrência do que seu ambiente propicia, e dos modos de usos e engajamentos que elas engendram.” (LEITÃO; GOMES, 2017, p. 45). Abordarei minha relação com as duas primeiras. A perambulação se inspira na figura do flâneur e na prática da observação flutuante (PÉTONNET, 2008), deixando-se misturar à multidão, percorrendo os fluxos dos acontecimentos e das mensagens nas plataformas digitais, observando e experienciando os lugares a partir de múltiplos pontos, estando aberta aos (des)caminhos aos quais se pode ser levada, sem “[...] os encontros já intencionalmente planejados com pessoas que já conhecemos previamente.” (LEITÃO; GOMES, 2017, p. 50).

²⁴ Pop sul-coreano.

²⁵ Plataforma digital de mídias sociais que funciona através de comunidades sobre assuntos diversos. A usuária pode criar ou fazer parte delas e interagir com conteúdos de sua preferência. Como consta em seu site, “o Reddit abriga milhares de comunidades, conversas sem fim e conexão humana autêntica. Se você gosta de notícias de última hora, esportes, teorias de fãs de TV, ou um fluxo interminável dos animais mais fofos da internet, há uma comunidade no Reddit para você.” (HOME, 2022).

²⁶ O TikTok é um aplicativo criado para o compartilhamento de vídeos curtos e conta com uma série de recursos de edição. O aplicativo foi lançado em 2016 pelo engenheiro de software chinês Zhang Yiming. Na PlayStore, sua versão comum já foi baixada mais de um bilhão de vezes; e sua versão Lite, mais de 100 milhões.

²⁷ A imersão é uma abordagem apropriada para ambientes imersivos, como os de jogos como o Second Life, que impõem uma descontinuidade entre os espaços digital e analógico (LEITÃO; GOMES, 2017).

O excerto acima do diário ilustra parte das controvérsias, discutidas pelas fãs, envolvendo as séries *boys love*. Devo deixar claro que elas serão objeto de discussão neste texto, assim como outros fenômenos que me foram sendo visíveis à medida que circulava mais densamente no *fandom*. Naquele momento, ainda não havia descoberto os canais no Telegram²⁸ e tampouco o grupo ao qual fui convidado a me juntar e do qual tenho minhas mais diretas interlocutoras. Considerei, a princípio, realizar a pesquisa a partir do Instagram e do Twitter tão somente, mas, por uma questão de tempo e impossibilidade de trabalhar em plataformas digitais distintas, correndo o risco de fragmentar minha atenção a tal ponto que pudesse ter efeitos negativos para a pesquisa, optei por focar no segundo. Como argumenta Hine (2020), “se os métodos de investigação não podem ser previstos de antemão em um estudo etnográfico, também não é possível identificar prontamente o lugar apropriado para realizar o estudo”. As antropólogas em sua observação participante de inspiração etnográfica deveriam se deter menos aos limites geográficos das suas potenciais interlocutoras, e mais aos trânsitos do objeto de investigação (MARCUS, 1995). Diante disso,

“[...] o pesquisador deve estar atento ao fato de que essas conexões que está perseguindo não são apenas agenciadas por seus interlocutores de pesquisa, mas resultado tanto das práticas destes quanto dos agenciamentos tecnológicos proporcionados pelos ambientes digitais.” (LEITÃO; GOMES, 2017, p. 54).

Nesse sentido, conforme adaptava-me e conhecia o *fandom*, os principais grupos *fansub*²⁹ e de notícias, outras plataformas digitais, em menor grau, como Reddit e TikTok, fui levado, pelas conexões e associações (MARCUS, 2001) em relação ao meu objeto, ao Telegram. Se desconsidere a possibilidade de pesquisa no Instagram para manter o foco no Twitter, a própria atenção a minhas interlocutoras, suas práticas, discursos e circulação conduziu-me para outra plataforma. Como reafirma Hine (2020, p. 9), o que chama de “[...] etnografia para Internet pode se beneficiar por ser mais aberta e inventiva sobre a escolha do local de campo, permitindo que se persiga diferentes tipos de conexão.”

²⁸ Serviço de mensagens instantâneas, concorrente ao WhatsApp, criado, em 2003, por Pavel Durov.

²⁹ A palavra resulta de suas outras em língua inglesa: fan (fã) e subtitle (legenda) (CAMPOS; TEODORO; GOBBI, 2015). Refere-se a grupos com fãs de conteúdos audiovisuais de origem asiática que atuam na sua tradução, legendagem e disponibilização informal para o público em geral (URBANO, 2013). Podemos usar *fansubs* para nos referirmos tanto a “legendas de fãs” (tradução livre) quanto aos grupos e páginas destinadas a esse conteúdo; e *fansubbers* para nos referirmos tanto a “fãs que legendam” (tradução livre) quanto aos grupos. *Fansubbing* corresponde à atividade desenvolvida por esses grupos.

Esse caminho pelo qual fui conduzido, assemelha-se à abordagem de acompanhamento, que consiste na perseguição dos deslocamentos das interlocutoras de pesquisa com base nos fluxos proporcionados pela sociabilidade digital. Isto é, acompanhar “[...] os passos de perfis/pessoas na própria plataforma e fora dela, viajando junto com seus interlocutores.” (LEITÃO; GOMES, 2017, p. 54). A particularidade do meu caso é que o deslocamento deste pesquisador não ultrapassou os limites do digital.

Então, comecei a utilizar o Telegram, para ter acesso aos *fansubs*. Aproveitava também para acompanhar discussões que aconteciam nos grupos de cada canal. Foi ao participar de uma delas que fui convidado, em 19 de agosto de 2021, para participar do grupo BSW. Quando entrei nele, no mesmo dia do convite, havia aproximadamente 60 pessoas. Não me apresentei formalmente logo no início, só me manifestei no dia seguinte. Sem muita flutuação de integrantes, com entradas bem esporádicas de novas, assim como a saída, em 3 de março de 2022³⁰, havia 44 membras. O fluxo de mensagens era grande, muito embora não houvesse a participação de todas as pessoas nas conversas. Dependendo do tópico e da disponibilidade das participantes, a quantidade de mensagens poderia ir de 100 a 700–1000 por dia. Os assuntos eram os mais variados dentro do tema *boys love*, desde comentários de episódios de séries, de produtoras e escritoras; o compartilhamento de links de *novels*, imagens de atores tailandeses — e sua azaração — e vídeos — principalmente *edits*³¹ do TikTok — até discussões mais críticas de aspectos do *fandom*, da cultura tailandesa — em parte problematizada a partir das séries; para citar os mais recorrentes.

Desde o meu ingresso no grupo, o seu núcleo duro — formado por aquelas que mais o movimentam e estão presentes desde a minha entrada — foi facilmente identificável:

³⁰ Data em que concluo o meu campo.

³¹ Vídeos com compilações de cenas ou imagens de artistas ou personagens com um fundo musical que dialogue com a ideia que se pretende passar com o produto, na maioria das vezes, as fãs fazem montagens que estimulem um relacionamento amoroso entre artistas ou personagens. Falarei mais detidamente em outro capítulo.

Aline³², Aurora³³, Bruno³⁴, Diego³⁵, Fernando³⁶, George³⁷, Lorena³⁸, Taísa³⁹, Teodora⁴⁰ e Wanda⁴¹. Delas, apenas sete possuíam fotos suas nos seus respectivos perfis: Aline, Aurora, Bruno, Fernando, George, Taísa e Teodora. As demais não expunham seus rostos — mesmo que o Telegram permita o upload de várias fotos no perfil, que pode se tornar uma galeria.

Diferente do Facebook, a convergência identitária (LEITÃO; GOMES, 2017) — a adequação da identidade offline, dos perfis nos ambientes digitais, à identidade civil — não é uma característica fundamental no Twitter ou Telegram, embora haja métodos de verificação de conta para garantir a segurança da usuária. Isso se verifica diretamente na existência de contas de fãs, voltadas para atores individuais ou *ships*, bem como diretores em ambas as plataformas digitais. Além dessa particularidade, a maioria dos perfis de fãs não apresentam fotos pessoais de suas usuárias, estão mais para avatares, cujos nomes podem ser de atores, personagens, casais ou frases que indiquem uma relação de *stan* com algum ator, série ou *ship*.

Assim, no lugar de suas fotos pessoais, figuravam atores tailandeses ou sul coreanos de séries *boys love* ou *dorama*⁴², incluindo atrizes, personagens de animês ou quaisquer outras, bem como imagens de *K-pop idols*⁴³. Essas membras têm entre 17 e 36 anos, estão cursando ou já concluíram o Ensino Médio, ou estão cursando o Ensino Superior. A

³² Mulher cisgênero, assexual, branca (auto e heteroidentificação), paulista, 25 anos, cursando o Ensino Superior em Gestão de Turismo.

³³ Mulher cisgênero, bissexual, branca (auto e heteroidentificação), paulista, 21 anos, cursando o Ensino Superior em Engenharia da Computação.

³⁴ Saiu do grupo, em 6 de março de 2022, sem deixar explicações, e não mais retornou a ele.

³⁵ Homem cisgênero, bissexual, mestiço (autoidentificação)/pardo (heteroidentificação), amazonense, 17 anos, cursando o Ensino Médio.

³⁶ Homem cisgênero, gay, mestiço (autoidentificação)/branco (heteroidentificação), mineiro, 29 anos, Ensino Médio completo.

³⁷ Homem cisgênero, gay, branco (auto e heteroidentificação), carioca, 29 anos, cursando o Ensino Superior em Língua e Literatura Portuguesa.

³⁸ Mulher cisgênero, heterossexual, branca (autoidentificação), brasiliense, 21 anos, cursando o Ensino Superior em Direito.

³⁹ Mulher cisgênero, bissexual, branca (auto e heteroidentificação), paulista, 26 anos, Ensino Médio completo.

⁴⁰ Mulher cisgênero, pansexual, branca (auto e heteroidentificação), paraibana, 36 anos, formada em Ciências da Computação.

⁴¹ Não faz mais parte do grupo.

⁴² Termo japonês, oriundo da palavra “drama”, pelo qual são identificadas as séries asiáticas, principalmente as produzidas no Japão, na China, na Coreia do Sul, na Tailândia e em Taiwan (CAMPOS; TEODORO; GOBBI, 2015). As produções de cada país citado anteriormente também podem, respectivamente, ser referidas, individualmente, pelos termos J-drama, C-drama, K-drama, Th-drama e TW-drama.

⁴³ Ídolos de *K-pop*. *Idol* é um termo utilizado para fazer referências aos cantores e cantoras solos e de *boys/girl groups* (grupos de garotos/de garotas) do pop sul-coreano.

maioria tem cor branca e reside no Sudeste (Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo). Apenas uma pessoa mora no Norte (Amazonas) e outra no Nordeste (Paraíba).



Hine (2020), uma das principais autoras sobre antropologia e etnografia digital, apresenta três características da internet: incorporada, corporificada e cotidiana. Uma vez que me interessa discutir mais detidamente a primeira, apresentarei brevemente as duas últimas. Por corporificada, ela entende que o corpo desempenha um papel importante no uso da internet, afetando as formas em que esta é vivida pelas pessoas, bem como sendo afetada pelos seus diferentes usos, uma vez que pode ser experienciada diferencialmente com base na idade, nas demandas de saúde (psicológica e fisiológica) e prazer impostas pelo próprio corpo. Como explica, sublinhando as conexões entre subjetividade e tecnologia, esta enquanto agente de subjetivação, “[...] a Internet pode moldar nossa experiência de corporificação, pois as informações e percepções que encontramos online nos ajudam a nos entender de novas formas.” (HINE, 2020, p. 26). Esta característica pode ser observada na relação das fãs com questões de representatividade e erotismo nas séries *boys love*.

Quanto ao aspecto cotidiano, Hine (2020) demonstra que, mesmo a internet tendo se tornado algo mundano, em momentos específicos, denota um caráter excepcional. Deve ser observada com fito a compreensão dos processos que a tornam comum e, noutros casos, motivo de discussão social. Considerada como uma infraestrutura⁴⁴ que age socialmente, a antropóloga deve buscar “[...] tomar o cotidiano da Internet e expor até que ponto ela molda as ações de forma invisível.” (HINE, 2020, p. 32). Isso, afirma, pode ser realizado através da observação do e participação no cotidiano de desenvolvedores de tecnologia em seus locais de trabalho (tanto digitais quanto analógicos). Almeja-se, ao estudar a internet a partir da sua cotidianidade, “[...] perceber e questionar o que é dado como certo.” (HINE, 2020, p. 33). Esta característica pode ser observada na facilidade de participação das fãs em discussões, a qualquer momento, sobre tópicos relacionados às séries *boys love*, seja no Twitter ou nos chats do Telegram.

⁴⁴ A autora trabalha o conceito a partir da Sociologia e Antropologia da Infraestrutura, que pensam “[...] sobre as tecnologias de infraestrutura como um espaço onde ocorre um trabalho invisível, no sentido de que o design da tecnologia e a maneira pela qual interagimos com ela tem o efeito de tornar algumas ações mais fáceis e outras mais difíceis, criando espaço para papéis e responsabilidades sociais e definindo possíveis ações.” (HINE, 2020, p. 29).

O modelo de internet incorporada parte do “[...] sentido mais geral a partir do qual a Internet se torna entrelaçada, no uso, com múltiplas formas de contexto e molduras de criação de significado.” (HINE, 2020, p. 16). Esse modelo busca avançar na proposição de perguntas e respostas que não podem ser feitas nem respondidas pelo modelo cibercultural/espacial, de internet como espaço cultural em si mesmo, e cujas pesquisas tomam os ambientes digitais como campos prioritários. O primeiro responderia a perguntas “[...] sobre as maneiras pelas quais a Internet ganha sentido como uma forma de interação entre as várias outras, um modo de existência ao lado de várias alternativas que as pessoas podem experimentar diariamente.” (HINE, 2020, p. 17). O segundo seria

[...] o caminho para entender um conjunto específico de questões teoricamente orientadas. A etnografia em espaços online pode olhar em detalhes para como uma cultura distinta pode emergir em tal espaço, com seu próprio conjunto de normas e valores, com entendimentos comuns de humor, reciprocidade e um sentido de sua própria identidade como formação social distinta de outras. (HINE, 2020, p. 17).

Confundido pela delimitação do modelo incorporado e cibercultural/espacial postos pela autora — segundo os quais, independentemente do objeto, somente se poderia responder perguntas específicas não intercambiáveis entre eles — tentei trazer minha pesquisa para o modelo incorporado, como se ela já não o abarcasse. Cheguei mesmo a ficar incomodado por talvez não estar devidamente abordando meu objeto. Mas estudar *fandom* traz inevitavelmente essa perspectiva de internet incorporada — tenhamos ou não um trabalho de observação participante digital e analógico — pois enquanto artefato e lugar, a internet, dada a incorporação de outras mídias a ela, e vice-versa, permite acessos, práticas, discursos, produções e expressões de identidades que outras opções em sua concorrência, como a televisão, o rádio e os jornais limitam — posto que são meios públicos de radiodifusão de comunicação diádica⁴⁵ (MILLER *et al.*, 2019).

Em alguns momentos, seu texto soou como se o modelo cibercultural/espacial fosse hermético, ainda trabalhasse na distinção online e offline que o modelo incorporado havia ultrapassado, algo que minha experiência em campo refutou. Mas a autora referia-se a pesquisas que tomam práticas isoladas em si mesmas. Em minha pesquisa, o modelo

⁴⁵ Formas de mídias sociais nas quais não existe a possibilidade de criar interações em seu interior (MILLER *et al.*, 2019).

incorporado adotado, talvez como a autora quisesse mostrar, não pressupõem uma exclusão do modelo cibercultural, mas entende que o primeiro o engloba e expande.

Observei, conversei e interagi em diferentes momentos e plataformas digitais com pessoas de um grupo que tem especificidades comunicativas, mobilizam termos, relacionam-se e agem em relação ao objeto de *fandom* e às próprias dinâmicas de socialização na internet — que mesmo eu não estava familiarizado e tive que muitas vezes recorrer ao Google para pesquisar palavras e expressões. O *fandom boys love* ainda é um nicho. Suas integrantes fazem o consumo de um conteúdo até pouco tempo circunscrito a um pequeno público se comparado aquele das mídias de massa, e embora tenha ganhado popularidade nos últimos três anos, ainda não tem caráter de conteúdo de audiência ou conhecimento generalizado. Isso exigiu de mim uma imersão nesse nicho, nessa *cibercultura* (HINE, 2020). Não obstante, a compreensão da experiência de consumo de séries *boys love* pelas fãs brasileiras também exige uma contextualização e diálogo com a situação histórica⁴⁶ tanto do Brasil quanto da Tailândia, passando por assuntos como direitos LGBTQ+, discriminação sexual e de gênero, economia, orientalismo, representação LGBTQ+ na mídia etc. Dessarte, a abordagem articulada dos modelos de internet incorporada e cibercultural (HINE, 2020) foi indispensável para a condução desta pesquisa. Um não exclui o outro, ambos se complementam.

Como apontam Miller e Slater (2004, p. 44, grifos do autor), “[...] se limitar à pesquisa *on-line* não necessariamente implica que contextos mais amplos se tornem invisíveis ao pesquisador.” Assim, se esses domínios estão imbricados, considerar que uma abordagem cibercultural/espacial se limita a respostas que não tocam as experiências offline nega essa interconexão de espaços. O que diferencia e coloca limites

⁴⁶ Segundo Oliveira (2015) “uma situação histórica se compõe de um conjunto determinado de atores e forças sociais, cada um desses provido de diferentes recursos, padrões de organização interna, interesses e estratégias. [...] O modelo implicado pela situação histórica traça um quadro explicativo da distribuição de poder em uma sociedade, abrangendo tanto a normas gerais acatadas por seus grupos componentes, quanto a visões particulares e a manipulações dessas normas atualizadas apenas por um dos seus segmentos.” (OLIVEIRA, 2015, p. 49). A atenção à perspectiva histórica não está sendo pensada apenas como o cumprimento de um protocolo, sem aplicação analítica. A categoria dialoga com outras, como “cenário político” (POULANTZAS, 1970), “hegemonia” (GRAMSCI, 1968) e “social situation” (GLUCKMAN, 1968), e tem, destacadamente, a função de estabelecer, em uma perspectiva diacrônica, um diálogo com o contexto geral da sociedade estudada, evidenciando as correlações de forças ao longo da história que impactaram cultural, econômica, social e subjetivamente o povo estudado pelo antropólogo. Ao utilizá-la, ele, outrossim, pretende evitar o essencialismo, a operação de categorias estanques e sem contextualização dos processos que lhes acompanharam e fomentaram os contextos e fenômenos descritos e/ou analisados (OLIVEIRA, 2015).

entre o online e o offline não é o contexto em si, mas a escolha analítica da antropóloga. Devemos observar se a pesquisa

[...] partiu do compromisso maior em relacionar o fenômeno a contextos mais amplos (independentemente de como foram definidos) ou se, ao invés, se começou de noções como “virtualidade” ou “ciberespaço”, que envolvem uma pressuposição metodológica em que o cenário poderia ser tratado como *sui generis*, autocontido e autônomo. (MILLER; SLATER, 2004, p. 45, grifos do autor).

Nos Estudos de Fãs, o consumo de mídia e a organização pelas plataformas digitais não poderiam ser pensados sem considerar o processo de convergência digital⁴⁷ (JENKINS, 2008), considerando que a internet vive processos constantes de incorporação mútua de outras mídias, fenômeno necessário à emergência de novas práticas, sensibilidades e identidades. No caso deste trabalho com o *fandom* de séries *boys love*, o uso da internet para acesso a essas produções emerge como resposta ao contexto insular de divulgação delas em países asiáticos, havendo uma baixa, quando nenhuma, difusão delas em plataformas de streamings ocidentais populares. Com isso, ela opera centralmente no *fandom*, porque permite, primeiramente, o contato com um produto não acessível nas mídias tradicionais; secundamente, porque permite o acesso aos atores, o que dá base à prática de *shipping*⁴⁸, estruturante das formas de se relacionar no *fandom* e traço constitutivo de sua identidade.

⁴⁷ Jenkins (2008, sem paginação) sobre o que nomeia *cultura da convergência*: “A convergência não depende de qualquer mecanismo de distribuição específico. Em vez disso, a convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos de mídia e em direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima. Apesar da retórica sobre a “democratização da televisão”, essa mudança está sendo conduzida por interesses econômicos e não por uma missão de delegar poderes ao público. A indústria midiática está adotando a cultura da convergência por várias razões: estratégias baseadas na convergência exploram as vantagens dos conglomerados; a convergência cria múltiplas formas de vender conteúdos aos consumidores; a convergência consolida a fidelidade do consumidor, numa época em que a fragmentação do mercado e o aumento da troca de arquivos ameaçam os modos antigos de fazer negócios. Em alguns casos, a convergência está sendo estimulada pelas corporações como um modo de moldar o comportamento do consumidor. Em outros casos, a convergência está sendo estimulada pelos consumidores, que exigem que as empresas de mídia sejam mais sensíveis a seus gostos e interesses. Contudo, quaisquer que sejam as motivações, a convergência está mudando o modo como os setores da mídia operam e o modo como a mídia das pessoas pensa sobre sua relação com os meios de comunicação. Estamos num importante momento de transição, no qual as antigas regras estão abertas a mudanças e as empresas talvez sejam obrigadas a renegociar sua relação com os consumidores. A pergunta é se o público está pronto para expandir a participação ou propenso a conformar-se com as antigas relações com as mídias.”

⁴⁸ Consiste na prática de criar casais entre personagens fictícias ou personalidades da mídia (atores e atrizes, cantores(as) etc.) (PRASANAM, 2019). O resultado dessa criação (do *shipping*), que envolve a

Contudo, Hine (2020) aponta que “[...] existem várias outras maneiras potenciais de enquadrar o contexto no qual a Internet é vista como incorporada para além da espacial e da cultural.” (HINE, 2020, p. 21). Neste trabalho, então, situo-me no modelo cibercultural, uma vez que procuro entender comportamentos de um determinado grupo na internet, mas, embora pesquise em ambientes totalmente online, pela especificidade de meu objeto de pesquisa, também insiro-me no modelo incorporado, posto que me leva a pensar a incorporação da internet por um grupo de fãs e as conexões de suas experiências de consumo com dimensões macrossociais.

Diante disso, meu problema de pesquisa consiste na seguinte questão: quais relações estão implicadas na experiência de consumo de séries *boys love* pelo *fandom* brasileiro? Com o intuito de respondê-la, considero três outras questões complementares (objetivos específicos). Algumas pesquisas relativas ao seu consumo (BAUDINET, 2020; FERMIN, 2013a, 2013b; KÜNZLER 2020; MCLELLAND 2005; ZHANG, 2021; ZSILA *et al.*, 2018) apontam uma presença superior de mulheres cigênero e heterossexuais entre as fãs. Conforme minha primeira impressão do *fandom* brasileiro, mapear parcialmente a audiência se colocou como um objetivo específico relevante para uma abordagem comparativa com outros estudos (BAUDINET, 2020; FERMIN, 2013a, 2013b; KÜNZLER 2020; MCLELLAND 2005; ZHANG, 2021; ZSILA *et al.*, 2018), nesse sentido, indago: (1) qual o perfil do *fandom* no Brasil? Havendo uma centralidade das plataformas digitais na expressão da identidade fã vista no acesso a essas produções e na interação com elas (das personagens, atores e atrizes às agências, produtoras, emissoras de TV e plataformas de streaming), (2) como o *fandom* as utiliza em suas experiências de consumo? Estas não estão mediadas tão somente pelas Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC), mas envolvem afetos e tensões que mobilizam o público consumidor e estabelecem a heterogeneidade do conjunto de fãs. Nesse sentido, certas que estamos lidando com a dimensão simbólica das representações e com o consumo enquanto prática cultural mediada por questões emocionais, éticas e políticas, (3) quais atravessamentos afetivos, conflitivos e morais podem ser vistos nessas experiências de consumo?

De abordagem qualitativa e indutiva, esta pesquisa tem natureza básica e exploratória. Utilizei o método de procedimento observacional e o de análise interpretativa. Tomei, como meio técnico para a condução da investigação, a observação

combinação de seus nomes (ou de parte) na criação de um terceiro termo que os definirá, será chamada de *ship* (corruptela de *relationship*, que significa “relacionamento”).

participante sistemática e individual (MARCONI; LAKATOS, 2003), remetendo o seu exercício às competências da técnica de observação correspondente (INGOLD, 2015 [2011], 2016, 2017, 2018 [2019]), em um campo de imersão eminentemente digital (HINE, 2020; MILLER; SLATER, 2004). Considerando os argumentos trazidos por Ingold (2015, 2016, 2017, 2018), e compartilhados daqui para frente nesta introdução, defino observação participante como um procedimento, para fins de pesquisa, no qual a participação da pesquisadora ocorre “[...] a partir de dentro da corrente de atividades através da qual a vida transcorre, concomitante e conjuntamente com as pessoas e coisas que capturam a atenção que se dispensa a elas.” (INGOLD, 2016, p. 407).

Ingold (2016, p. 407, grifos do autor) pensa a Antropologia “[...] enquanto uma *prática* de educação.” Aprender com as experiências vividas no campo e com as pessoas é a meta antropológica. Como uma prática de educação, diferencia-se da sua versão etnográfica, porque não antecipa os fins durante o processo de observação-participante e “[...] não pretende elucidar o mundo da vida [...]”, desenvolve correspondências no processo de estudar “[...] as condições e possibilidades de ser humano” e pensar as múltiplas experiências no mundo e aprender com e expor-se a elas (INGOLD, 2016, p. 408). Dessa maneira, atuei entendendo que em diferentes contextos de interação, a antropóloga

[...] faz intervenções como parece adequado para o momento, ao invés de esperar para realizar uma declaração singular e imparcial sobre o cenário quando está a uma distância segura dela. Longe de estar preocupada com influenciar ou alterar de alguma forma o objeto de estudo, a etnógrafa aceita as responsabilidades e os desafios de estar presente dentro dele. (HINE, 2020, p. 3).

Não estive preocupado em como minha presença em campo, quando já informado o meu lugar também de pesquisador, poderia alterar o comportamento das pessoas com as quais conversei. Estive em muitos momentos sob afetação (FAVRET-SAADA, 2005) do campo, atravessado pelas mesmas forças que as fãs — não por uma heteropresunção sem influência de minhas práticas, mas pela forma como colocava-me agentivamente, em diálogo, entre concordâncias e discordâncias⁴⁹, no *fandom*. Isso se trata de uma prática de

⁴⁹ Alguns momentos, o silêncio e a observação *tout court* foram cruciais para acessar significados de discursos e ações. Houve episódios nos quais fui confrontado com certa agressividade discursiva, quando, no meu uso cotidiano de plataformas digitais, como o Twitter e o Telegram, expressei-me em relação às séries *boys love*. Esses momentos exigiram de mim menos confronto tentando impor minha opinião,

correspondência. Esse movimento de atenção, e não de intenção sobre o campo, constitui a observação correspondente. A intersubjetividade, como experiência almejada no encontro e durante o trabalho de campo etnográfico, não está em questão. Antes de ser um objetivo a ser alcançado, ela é tomada como uma condição sempre em emergência que “[...] prossegue ou se desdobra ao longo de caminhos que se cruzam. E, ao seguirem vivendo, as pessoas e coisas não se encontram já lançadas no mundo — como sugere o sufixo *jet* — mas estão sendo lançadas.” (INGOLD, 2016, p. 408, grifos do autor). Assim, não pretendo escrever uma etnografia nos moldes clássicos. Quero antes desenvolver meu pensar no mundo como antropólogo, e não apenas como etnógrafo (INGOLD, 2015, 2016, 2017, 2018). A santificação e supervalorização da etnografia ainda gera muita inquietação entre as estudantes de Antropologia. Quanto a isso, em 10 de agosto de 2022, depois de conversar com algumas amigas mestradas, publiquei o seguinte texto em meu Facebook:

Uns amigos sendo orientados a enfiar etnografia nos seus métodos a todo o custo, mesmo que não se aplique ao desenho da pesquisa, só porque estão em um programa de pós-graduação em Antropologia. Esse pessoal que acha que a distinção dessa ciência está no seu método, e não nos seus conceitos, práticas e ética. Sendo orientados a escrever o capítulo teórico à parte. Algo que não é comum em trabalhos antropológicos. O que está acontecendo? (Publicação no Facebook, 10 ago. 2022).

O que chamamos de método etnográfico ou observação-participante *tout court*, como sinaliza Ingold (2016), é um conjunto de práticas etnográficas e observacionais-participativas, que são múltiplas, contrastantes, e respondem a distintos interesses e perspectivas científicas, éticas e políticas. Não existe o que chamo de *essencialismo do método*, como se fossem entidades ontológicas carregadas de um valor intrínseco e forma de execução únicas. A teoria ingoldiana (2015, 2016, 2017, 2018) permite-nos desvencilhar de uma suposta excepcionalidade do método etnográfico, o que, no meu ponto de vista, expressa uma filosofia e ética da disciplina. Ela mostra que a diferença do pensamento e da prática antropológica está justamente na forma como as antropólogas entendem a relação entre interlocutoras e pesquisadoras, ensino e aprendizagem, o

e mais traquejo na mediação de uma ideia antagônica. Quanto mais tempo passava nesses ambientes, mais entendia a natureza autoritária que está presente nos usos e abusos delas. Como pesquisador, aprendi muito mais sobre contextualização, escuta e honestidade intelectual nas plataformas digitais que nos círculos acadêmicos institucionalizados.

compartilhamento de saberes, que parte de uma mirada horizontal. Não está na etnografia ou na observação participante *tout court*, mas constitui o pensamento antropológico. Essas interpretações não estão circunscritas ao método, mas expressam-se como princípios da disciplina. Ingold (2015, 2016, 2017, 2018) utiliza a observação participante para construir essa argumentação, mas sua abordagem nos possibilita expandi-la como o faço aqui. Nesse sentido, sublinho que este é um trabalho antropológico, antes de etnográfico, posto que não se qualifica apenas pelo seu método ou estilo de escrita, mas pelos conceitos, pelo enfoque analítico e pela ética adotados.

Se, no início, estava interessado em estudar sobre e fazer uma etnografia do *fandom* de séries *boys love*, a forma como me relacionei com as pessoas e conduzi minha experiência em campo levou-me a aprender junto com elas, muito mais que descrevê-las e suas práticas. Eduquei-me com as fãs e com as séries no processo de pesquisa. E elas se mostraram genuinamente dispostas a me ensinar. Isso se expressa nas respostas das membras do BSW, logo que revelei meu interesse de pesquisa e pedi sua ajuda:

Bom, hoje, apresentei-me como pesquisador ao pessoal do grupo BSW. Retardei esse momento por receio de como seria a recepção delas da informação. Aconteceu que ela não poderia ter sido melhor. Ou até poderia, mas não consigo pensar como, uma vez que o acolhimento que tive foi incrível. Muito solícitas, quem estava online, quando enviei o texto de apresentação e pedido de ajuda, aceitou de imediato participar da pesquisa. Foram elas, em ordem de resposta: George, Aurora, Taísa, Diego, Aline e Wanda. No mesmo dia, Diego, me recomendou e enviou textos relacionados ao gênero *boys love*, anunciando para mim, e colocando-se em posição de professor, que iriam começar as aulas sobre o assunto e que, caso eu tivesse alguma dúvida, ele estaria disponível para respondê-las.

Além das respostas positivas à minha solicitação de ajuda na pesquisa pelas integrantes do BSW, um comentário bem afetivo feito por Taísa reflete o meu interesse em pesquisar sobre o tema: *falar de algo que a gente gosta sempre traz muito mais enriquecimento para qualquer coisa* (Mensagem no grupo BSW, 23 jan 2022). Aprendi realmente a gostar dessas séries, algo que, até pouco menos de um ano atrás, não imaginava a existência, saturado de produções norte-americanas e europeias (da Europa ocidental).

Tanto aprendi a gostar delas, como a valorizá-las, a percebê-las não só como séries, mas como objetos de questionamento social e político — seja do seu contexto de produção, seja do meu próprio contexto em referência à economia da representação — e como desestabilizadoras do orientalismo⁵⁰ que, em menor ou maior grau, faz-nos

⁵⁰ Trato orientalismo nos termos empregados por Said (2007 [1978], p. 29): “[...] um estilo de pensamento baseado numa distinção ontológica e epistemológica feita entre o ‘Oriente’ e (na maior parte do tempo) o ‘Ocidente’.” O orientalismo é, assim, um conjunto de discursos ocidentais que constrói representações a respeito do Oriente e dos orientais que, em geral, dispõe-no em posição inferior ao Ocidente dos pontos de vista moral e cultural.

conceber o oriente como atrasado (neste caso, em matérias como gênero e sexualidade), homogêneo; e o ocidente, como *avant-garde*. Elas têm me apresentado um continente asiático contraditório, heterogêneo, com mais nuances e complexidades do que podemos conhecer através da mídia ou das representações orientalistas. (Diário de campo, 23 jan. 2022).

Não domino com profundidade o tema *boys love*, tal qual as fãs que conheci, com quem conversei, aprendi e ainda aprendo. Se Diego se propôs diretamente a me ensinar, e as demais, a contribuírem como pudessem, foi porque, de fato, não apenas coloquei-me como um recém chegado em um novo lugar, como elas reconheceram em si mesmas as competências e o conhecimento que detinham do assunto em razão de suas intensas experiências como fãs. Assim, se o conhecimento é coproduzido, cindi-lo entre acadêmico, obtido nos limites das universidades, e “etnográfico”, apreendido no campo entre as pessoas, nossas interlocutoras, seria reproduzir uma distinção entre o conhecimento desenvolvido entre pares e o obtido em cima de terceiros, recolocando “[...] os modos dos outros como objeto de escrutínio” (INGOLD, 2016, p. 410).

A distinção entre os trabalhos feitos “a partir de” e “com” é de toda importância aqui. É a expressão “a partir de” que converte a observação em objetificação, preponderando sobre os seres e as coisas que guiam a nossa atenção e convertendo-os em tópicos circunscritos de pesquisa. Assim, nós produzimos uma antropologia *disso* ou *daquilo*. Mas praticar a antropologia, tal como eu a entendo, significa estudar com as pessoas — do mesmo modo que estudamos *com* os nossos professores na universidade — não produzir estudos sobre elas. (INGOLD, 2017, p. 225–226, grifos do autor).

Endosso seu argumento de que “conhecimento é conhecimento, onde quer que ele cresça, e assim como o propósito ao adquiri-lo dentro da academia é (ou deveria ser) educacional e não etnográfico, assim deve ser também fora da academia.” (INGOLD, 2016, p. 410). Corresponder é tomar o conhecimento, *tout court*, sem o qualificativo “etnográfico”, é afastar-se do pressuposto descritivo, antecipativo, da etnografia; é engajar-se em experiências e coimaginar futuros possíveis; é educar-se com as pessoas em campo; é desenvolver seu pensar no mundo nem sempre concordando com o que lhe foi dito por alguém; é falar com sua própria voz, sem esconder-se na voz alheia em favor do rigor etnográfico (INGOLD, 2015, 2016, 2017, 2018).

Nesse sentido, não estou dizendo que este trabalho foi escrito pelas pessoas com as quais dialoguei, em termos de uma coautoria formal, como se elas tivessem inserido

parágrafos ou períodos textuais nele. Não. O que quero dizer é que o conhecimento, aqui disposto, só foi possível graças às interações que tive com elas, respeitando seus modos de ver as coisas e as pessoas, e colocando-me em um lugar de aprendiz, mesmo na discordância. Todos os posicionamentos aos quais tive acesso me ensinaram algo. Com alguns concordei, com outros, nem tanto. Mas mantive-me aberto ao conhecimento não importasse de onde surgisse, pois ele “[...] emerge a partir das encruzilhadas de vidas vividas junto com outros [...]” (INGOLD, 2016, p. 407) e “[...] consiste não em proposições sobre o mundo, mas em habilidades de percepção e capacidades de julgamento que se desenvolvem no decorrer de engajamentos diretos, práticos e sensíveis com aquilo que está à volta.” (INGOLD, 2016, p. 407). Isso, para mim, é o que significa corresponder e romper a barreira entre o conhecimento acadêmico e o etnográfico. Assim, a responsabilidade a respeito destas páginas é totalmente minha. São as minhas interpretações de fenômenos em interlocução com as ideias que vêm das pessoas com as quais engajei.

Entretanto, para Ingold (2015, 2016, 2017, 2018), nesta altura de sua vida e carreira, não se torna fácil pelas críticas que pode enfrentar, mas se torna possível, sem oferecimento de riscos ao seu futuro profissional, defender esse seu ponto de vista. Não faço essa observação de modo a desmerecê-lo, até porque concordo e defendo seu pensamento. No entanto, no atual contexto brasileiro de precarização e ataques à Ciência, especialmente às cientistas sociais e pesquisadoras das Ciências Humanas, e diante do enquadramento produtivista da prática científica, torna-se difícil ou muito limitado o exercício da Antropologia nesses termos. A exemplo, e isto foi tema de debate nas aulas do componente *Seminário de Pesquisa*, sob encargo da professora Juliana Gonçalves Melo, a burocracia e os prazos acadêmicos colocam limites ao pleno exercício da correspondência, de uma *Antropologia como artesanato*⁵¹ (INGOLD, 2015).

Como experimentar o campo com um período tão curto de dois anos, que deve ser dividido entre cursar os créditos, o que nos leva, no mínimo, dois semestres? Tendo que organizar texto para qualificação, quando, muitas vezes, nem possibilidade de ir ao campo as pessoas tiveram? Essas circunstâncias, embora não figurem no texto final, levam as

⁵¹ Segundo Ingold (2015), a Antropologia está mais próxima do artesanato que da arte, uma vez que a relação que o artesão mantém com as peças e o modo como as trabalha guarda profunda relação de intimidade com o material e as ferramentas escolhidas. Da mesma forma, uma Antropologia educativa, correspondente e artesanal se pauta em relações íntimas e respeitosas na construção de conhecimento/no aprender com as pessoas.

pesquisadoras a objetificar, sim, o campo e as sujeitas. O pressuposto do trabalho de campo se torna, inevitavelmente, *colher dados* para o mais rápido possível traduzi-los em *texto etnográfico*. As *etnografias a jato* (RIBEIRO, 2010) se tornam o exemplo paradigmático desse fenômeno. Assim, deixo essa crítica também inspirado na necessidade de considerarmo-nos e sermos consideradas como implicadas em nosso processo de *artesanato criativo* (INGOLD, 2015), e para pensarmos que o direcionamento da pesquisa e da experiência em campo está mediado também pelas demandas institucionais e por uma perspectiva produtivista do fazer ciência voltada para o fortalecimento do mercado acadêmico, no qual se tempo é dinheiro, que “percamos” o mínimo possível.



Vou abrir um pequeno parêntese para para comentar o ponto fora da curva que me demonstrou ser o Programa de Pós-graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGAS|UFRN), pelo qual estou cursando o mestrado. Deixei para fazê-lo aqui, posto que o debate promovido por Ingold (2015, 2016, 2017, 2018) deixa espaço para este comentário — não obstante esse antropólogo ainda esteja em sintonia com a tradição da observação-participante.

Alguns PPGAS ainda resumem o trabalho antropológico à etnografia, e em seu modo clássico, e isso vem sendo sentido e discutido por colegas mestrandas em nossas conversas particulares. Trata-se de um verdadeiro incômodo que externamos entre nós e na maioria das vezes levamos para nossos textos, como o faço aqui. Ouvi-las coloca-me em um lugar distinto, que consegui perceber somente a partir de seus relatos, do debate entre colegas e através de outras leituras do fazer acadêmico-antropológico (INGOLD, 2015, 2016, 2017). É comum, em seus PPGAS, quando surge um projeto, por exemplo, de abordagem digital, críticas quanto à possível fragilidade desse tipo de pesquisa, recomendando uma forma de trabalho de campo etnográfico clássico, com a proposta de morar por algum tempo em determinado local. Quando não, se o trabalho não tiver abordagem etnográfica, corre o risco de nem ser aprovado. Nas aulas e comentários de docentes, o campo relacionado a esse tipo de pesquisa é comumente colocado como um recurso quebra-galho, quase nunca como um campo rico em si mesmo, onde possamos “[...] especular sobre as condições de possibilidade da vida humana neste mundo.”

(INGOLD, 2017, p. 226). O que faz incidir, indiretamente, desconfianças a respeito de suas pesquisas.

Aqui que me distingo delas. Muito diferente de suas experiências, o PPGAS|UFRN sempre se mostrou muito receptivo a outros métodos e instrumentos de pesquisa desde a seleção — e vale destacar a condução crítica e generosa da banca de seleção. Não tive nenhum questionamento ou ouvi comentários como os que apresentei. Muito pelo contrário. No primeiro dia de aula, quando nos apresentamos no componente *Antropologia Clássica*, uma amiga falou que seu trabalho não era etnográfico, utilizaria grupo focal e a análise de conteúdo como técnicas de pesquisa. Ela demonstrava alguma preocupação por seu projeto ter um método tão distinto para a disciplina antropológica. O professor Luiz Assunção, então docente, respondeu muito tranquilamente que antropólogas também trabalham com outros instrumentos e técnicas de pesquisa, não estando limitadas à etnografia. Já havia comentado com outras amigas o quão surpreso fiquei em saber que um projeto de abordagem não etnográfica tinha sido aprovado, quando, a depender do PPGAS, poderia nem ter chance de aprovação. Mas ouvir o professor dizer aquilo foi reconfortante, e, retrospectivamente, agora consigo repensar essa minha experiência acadêmica, a postura do professor e do PPGAS|UFRN desde a crítica pelo futuro da Antropologia e o seu não reducionismo — como disciplina que enfoca o pensar no mundo e a correspondência — a um “método”. No entanto, como mostrei, essa está longe de ser a realidade de todo mundo. Ao ainda reforçarem esse reducionismo, os PPGAS assumem que pararam no tempo. Dessarte, desejo às minhas amigas sucesso em suas empreitadas acadêmicas e que mostrem a relevância de seus campos e metodologias de pesquisa, sendo um sopro para a mudança em seus programas.



Diante do exposto, interagi com as fãs e as observei nas páginas PBL1, FSB1 e FSB2, no Twitter e no Telegram, e no BSW. A primeira página está direcionada para divulgação de notícias sobre a indústria *boys love*, as duas últimas são *fansubs*. Escolhi-as por serem centrais na divulgação de conteúdos relativos às séries e na facilitação do acesso às produções em si, especificamente através da atividade de tradução. As três páginas têm considerável número de seguidores: a primeira possui 55,3 mil, a segunda, 30,9 mil, e a terceira, 41,4 mil. Todas elas têm canais no Telegram com, respectivamente, 6,8 mil, 3,8

mil, e 24,3 mil inscritos⁵². Através deles, os grupos *fansubs* divulgam os episódios das séries e também notícias para as usuárias, permitindo comentários das inscritas nas publicações através de seus respectivos chats. Esses espaços foram centrais para minha entrada e imersão em campo. Elas não foram o meu campo *tout court*, mas funcionaram como locais de interação condensada, permitindo-me expandir minhas observações e diálogos com perfis pessoais de fãs no Twitter como um todo e em outros grupos no Telegram. Foram mais um ponto de partida que um local de fixação.

A primeira fase da pesquisa (respondendo aos objetivos específicos 2 e 3), realizada entre junho de 2021 e início de março de 2022, consistiu na observação e participação no *fandom* por meio do acompanhamento das páginas de notícias, *fansubs* e perfis pessoais. Em ambos os casos, tomei nota da organização, interface, fluxo de publicação, acompanhando as interações das pessoas, os gostos, as discussões etc. Uma parcela considerável das pesquisas em ambientes digitais exigem a criação de perfis, sejam eles pessoais ou para a pesquisa especificamente (LEITÃO; GOMES, 2017). Como opção metodológica, ou menos como uma opção refletida, mas uma sensibilidade de como gostaria de me projetar entre as pessoas com as quais pesquisaria, não optei por criar uma conta própria para realizar a pesquisa, assim, utilizei minhas contas pessoais para interagir com minhas interlocutoras.

A estrutura e a forma de funcionamento do Twitter, permitiu-me acessar uma elevada quantidade de conteúdos sem ter a exigência de seguir um grande volume de pessoas do *fandom*. A propriedade de contatos assimétricos entre usuários e contas (LEITÃO; GOMES, 2017), o uso de tags e a publicidade das contas como predefinição foram condições positivas para o desenvolvimento da pesquisa. No primeiro caso, você pode seguir uma pessoa sem a obrigatoriedade de ela a seguir de volta e vice-versa. Mesmo sem seguir uma conta, tinha contato com suas publicações quando alguém que eu seguia as respondia, curtia ou retweetava. No segundo, você pode acessar assuntos e discussões pelas tags sem estar diretamente interagindo com algum perfil (LEITÃO; GOMES, 2017). No último, quando as contas não têm a *proteção de tweets* ativada — configuração que restringe o acesso das seguidoras às publicações — podemos visualizar e interagir com os tweets de terceiros sem segui-los.

⁵² Informações de seguidoras e membras obtidas em 3 de março de 2022.

A maior parte de minhas interlocutoras — aquelas com as quais dialoguei diretamente — e colaboradoras indiretas⁵³ — aquelas cujas interações foram observadas e selecionadas por mim para este trabalho — foram homens não heterossexuais no Twitter. A princípio, isso poderia ser visto pela leitora como uma escolha voluntária. Contudo, como *supra* pontuei, utilizei minha conta pessoal para a condução da pesquisa. E isso, analisando melhor agora, teve implicações nos perfis que apareceram para mim — majoritariamente de homens gays ou bissexuais. Acredito que essas ocorrências estão mediadas pelos algoritmos, posto que tenho tendência a interagir com conteúdos alusivos à cultura LGBTQ+ e perfis de outros homens não heterossexuais. Tomando a agência maquínica⁵⁴ como parte do domínio da prática, não atribuindo apenas agência às usuárias (CESARINO, 2021), esses contatos não foram decisões puramente conscientes como a leitora poderia pensar. De todo modo, parte do material que será analisado procede de sujeitas múltiplas que não poderia enquadrar em termos de gênero e sexualidade sem impor identidades cujas condições de enunciação não lhes são próprias — mesmo porque os dados obtidos no Telegram, por meio dos chats das páginas de notícias e fansubs, assim como das conversas no BSW, são de pessoas variadas.

Se há plataformas digitais nas quais podemos “[...] trabalhar com objetos de estudos para os quais a centralidade do perfil se sobrepõe àquela das hashtags” (LEITÃO; GOMES, 2017, p. 50) ou vice-versa, os perfis e as tags assumem igual relevância para a pesquisa diante das ações das pessoas no Twitter. Nesse sentido, de modo mais direto, também segui algumas fãs que se destacaram, para mim, durante o trabalho de campo tanto pela quantidade de seguidoras quanto pela intensidade de sua participação no Twitter e capacidade de engajamento de seus tweets acerca das *boys love*. Utilizei essa estratégia com o objetivo de aproximar-me mais incisivamente do cotidiano do *fandom* e, sempre parcialmente, conseguir entender suas pautas corriqueiras. No Telegram, observei as interações das fãs com o conteúdo publicado e entre elas mesmas. Quando oportuno, juntei-me às conversas em andamento e iniciei alguns contatos.

⁵³ Não uso involuntárias porque não houve demanda pelos dados obtidos, não sendo necessária alguma tomada de decisão quanto à concessão voluntária ou involuntária (mediante coação ou contra a vontade contrária conhecida por mim do informante).

⁵⁴ Consideramos que a agência maquínica e algorítmica, na sociabilidade digital, mistura-se à agência do usuário, porquanto indissociáveis da prática deste nas plataformas digitais. Como argumenta Cesarino (2021, p. 305), “o que o novo ambiente cibernético faz não é e nem pode ser controlar diretamente os usuários, mas eles alteram profundamente, e de formas imprevisíveis, as mediações sociotécnicas por meio das quais as próprias pessoas e sociedades se fazem, propiciando novas “ressonâncias” entre forças sociais, políticas e epistêmicas.” Diante disso, devem ser levados em conta na execução desta pesquisa.

Como expus acima sobre a configuração de pessoal do grupo BSW, mesmo com participação reduzida das integrantes, havia uma profusão de mensagens. Desse modo, era inviável simplesmente recolher todo o conteúdo de um dia inteiro de interação para análise posterior. Isso passaria ao largo de uma observação-participante, seria tão somente observação ou *lurker*. Optei, então, por filtrar as mensagens a que tinha acesso enquanto estava online no grupo e interagia em maior ou menor grau em uma ou mais conversas. Minhas escolhas, por óbvio, estavam orientadas pelos meus objetivos de pesquisa, meu interesse em questões de moral, representação e sexualidade, que são, no *fandom boys love* brasileiro, conflituosas por excelência.

Na segunda fase (respondendo ao objetivo específico 1), realizada em março de 2022, compartilhei um questionário fechado (LAKATOS; MARCONI, 2003), para obtenção de dados quantitativos. Ele serviu ao mapeamento do perfil socioeconômico das consumidoras, uma vez que informações no tocante ao gênero e à sexualidade do público consumidor é matéria de discussão seja na literatura a respeito do tema, seja nas interações do *fandom*, em sua maioria reproduzindo consensos frágeis que reforçam a ideia de predominância de um público de mulheres cisgênero e heterossexuais. Na terceira fase (respondendo aos objetivos específicos 2 e 3), aplicaria entrevistas parcialmente estruturadas (DIONNE; LAVILLE, 1999) com algumas fãs do BSW e do Twitter. Essa fase seria realizada entre julho e setembro de 2022. A entrevista seria um instrumento que me permitiria, em conjunto com a observação participante, tecer quadros comparativos, estabelecendo conexões e/ou distanciamentos entre a prática e o discurso dessas pessoas nesses dois momentos. Mas, por excesso de material e possível escassez de tempo, considerei com minha orientadora a dispensabilidade desta fase.



Não ter encontrado nenhum artigo, dissertação ou tese, de abordagem socioantropológica ou qualquer outra, que investigue o consumo de séries *boys love* por um público brasileiro, deixou-me ainda mais inclinado a assumir esse desafio de pesquisa, sabendo das dificuldades de encarar um novo objeto sem nenhuma familiaridade. Mas ciente de que faria o que melhor fazem as antropólogas, ou seja, buscar a alteridade, senti ainda mais prazer em assumir essa tarefa e os desafios que se me apresentariam, todos os imponderáveis, as dificuldades analíticas, teóricas e até mesmo éticas, assumindo o peso e a alegria de estar pesquisando algo “novo” de um outro lugar, porque, embora no Brasil

haja uma expressivo número de trabalhos⁵⁵ acerca do consumo de cultura asiática, como mostrei acima no levantamento de literatura, ainda não há trabalhos que investiguem o tema com um recorte nessas séries e em seu *fandom*.

Este trabalho foi escrito tendo em vista um público acadêmico, mas também o grupo de fãs do qual fazem parte minhas interlocutoras e colaboradoras indiretas de pesquisa. Documentar e analisar esse grupo específico de sujeitas a partir de seu posicionamento e engajamento enquanto fãs de séries *boys love* permitiu-me entender o consumo como prática cultural, por isso, muito mais complexo do que se supõe, envolto e constitutivo de contextos afetivos, morais e políticos. Não sei se me considero um acafã⁵⁶ (acadêmico+fã), mas estou emocionalmente e cientificamente envolvido com elas, respeitando e aderindo ao compromisso ético que o conceito carrega. Talvez esteja em processo de vir a ser⁵⁷, talvez o seja, mas ainda não consigo assim autodesignar-me. Meu engajamento afetivo e acadêmico se misturam. Respeitando a intensidade que atravessa essa identificação e analisando a minha própria relação com as séries e o *fandom*, talvez entenda-me tanto

⁵⁵ Destaque para o MidiÁsia — Grupo de Pesquisa em Mídia e Cultura Asiática Contemporânea, da Universidade Federal Fluminense, que desponta como referência nas “[...] um polo aglutinador de pesquisadores interessados em investigar a mídia e a cultura midiática dos países asiáticos e como foro de debates entre pesquisadores brasileiros e de outros países [...]” (MANIFESTO..., [20--]).

⁵⁶ *Acafan/acafen*, em inglês, indica uma relação próxima e afetiva da pesquisadora com seu objeto de estudo, sendo ela mesma integrante do *fandom* com o qual pesquisa e aprende. O termo surge, na década de 1990, com a consolidação dos Estudos de Fãs, como resposta às tentativas de patologização do *fandom* que se encontravam baseadas em uma metodologia que preconizava o distanciamento entre a pesquisadora e as sujeitas da pesquisa, estimulando um tratamento dos “[...] fãs menos como colaboradores do que como insetos sob um microscópio.” (JENKINS, 2011, tradução minha). Essa descredibilização do *fandom* incidia na deslegitimação das pesquisadoras que se identificavam também como fãs e acreditavam na importância do dessa dupla filiação, posto que indicava o “[...] conhecimento subcultural como parte do que informava o trabalho que estávamos fazendo como acadêmicos.” (JENKINS, 2011, tradução minha). Ademais das críticas quanto a se tornarem nativas (e claro, isso representar um problema a objetividade científica), “o novo ‘acafen’ (*fen* tem sido o plural de fã dentro da cultura de fãs de ficção científica) procurou distinguir-se da geração anterior, sinalizando suas próprias afiliações e responsabilidade às comunidades que estavam estudando.” (JENKINS, 2011, tradução e grifos meus).

⁵⁷ Posso considerar como mais um passo nesse processo a aquisição, ainda em pré-venda, em 30 de março de 2022, do primeiro volume da tradução para o português de *Mo dao zu shi* (doravante, MDZS), *light novel* (escrita por Mo Xiang Tong Xiu, traduzida pela editora Newpop como *O fundador da cultivação demoníaca*. Ainda em 2021, em meio ao frenesi da descoberta das séries *boys love*, conheci esse romance por meio da série, inspirada nela, *The untamed* na Netflix. Com 50 episódios de duração média de 45min, lembro-me que terminei de assistir a ela em uma semana, tendo sido completamente absorvido pela narrativa e pelo romance discreto que era retratado entre as protagonistas, Wei Ying e Lan Zhan, interpretados por Xiao Zhan e Wang Yibo. Não há menção explícita que considere MDZS um gênero *boys love* no sentido literário ou audiovisual. Mas o texto literário é categorizado como *danmei* — categoria chinesa para nomear um gênero de literatura e outras mídias que representam relações homoeróticas masculinas. Algumas pessoas a consideram como bromance, categoria êmica que alude a representações homoeróticas mais sutis, muitas vezes sem o erótico, trabalhando muito mais sobre a ambiguidade, a indefinição, permitindo às fãs o exercício da imaginação, dando os contornos que lhes melhor convêm. No entanto, pelas referências no texto, também mantidas na série *live action*, que reforçam a existência de um relacionamento entre as personagens principais, MDZS é, inegavelmente, uma obra homoerótica, um *danmei*.

como fã (ABERCROMBIE; LONGHURST, 1998) casual (JENKINS, 2008) quanto seguidor (TULLOCH; JENKINS, 1995), alguém que consome esse produto e relaciona-se com seu *fandom*, mas não intensamente e/ou identitariamente. O impacto e o estranhamento inicial que tive com as séries e o posterior interesse acadêmico me colocam tanto como pesquisador quanto fã.

Acho que nunca me dediquei tanto a uma pesquisa quanto a esta. A necessidade de retorno ao grupo com o qual pesquisei tem ressoado em mim de uma maneira muito forte. Tanto positivamente, no sentido de fazer-me comprometido com a escrita do melhor trabalho possível; quanto negativamente, despertando em mim ansiedade por saber que, em se tratando de uma pesquisa a partir de um ponto de vista, o meu, ela poderá não estar a contento de todas as pessoas e não corresponder à imagem que elas têm do *fandom* e, conseqüentemente, de si mesmas. À medida que aprendi e correspondi com elas — e essa prática envolve a discordância, posto que se trata da produção de um saber que se faz coletivamente, mas também é próprio da pesquisadora — essa última possibilidade se constitui em condição quase que inseparável da atividade antropológica. Não pretendo tentar trazer o retrato mais fiel do *fandom* brasileiro, mas um texto crítico, situado, que aponta algumas linhas de muitas, por meio das quais podemos percorrer esse grupo e entendê-lo em suas múltiplas, complexas, e por vezes, contraditórias práticas de consumo e experiências de fã.

Com base no que foi apresentado, pretendo, com a pesquisa e este trabalho, contribuir para o fortalecimento de um campo que toma o consumo de séries *boys love* como objeto de investigação transnacional, que merece ser estudado em culturas distintas a partir de uma perspectiva comparada, pensando que a recepção e circulação em contextos culturais específicos, por pessoas diversas, serão variados e poderão fornecer análises sobre as diferentes formas de consumo desse bem. Ademais, estando este trabalho inserido no contexto da Antropologia Digital e da Antropologia do Consumo poderá contribuir no adensamento teórico e metodológico desses campos, notadamente do último, no que toca às relações de consumo transnacional de cultura sul-asiática no Brasil, em particular, e no ocidente, em geral. Essas séries se juntam ao conjunto de produtos consumidos por pessoas interessadas em expressões das culturas asiáticas

pelas mídias, como os animês, *dorama*, mangás, grupos musicais de *Korean pop (K-pop)* e *Japanese pop (J-pop)*⁵⁸, e seus subprodutos.

Quanto aos aspectos éticos do texto, conferi anonimato aos grupos *fansubs* e de fãs, e a todas as pessoas com as quais dialoguei e mencionei neste trabalho. Não obstante os primeiros possam ser encontrados na internet, o caráter ilegal da atividade desempenhada — o compartilhamento não autorizado de mídias, pirataria — por suas administradoras lhes exigem a adoção de estratégias de segurança variadas⁵⁹, para que consigam manter suas atividades em andamento. Assim, expor esses *fansubs* aqui seria agir contra essas estratégias de invisibilidade aos censores. Optei por manter unicamente o nome verdadeiro de sites de divulgação, como a Central Boys Love⁶⁰, o Blyme Yaoi⁶¹ etc., quando suas publicações, tanto os artigos de seus respectivos sites quanto seus tweets, forem citadas no texto, porquanto elas têm contribuído demasiado na divulgação dessas produções, tanto literárias quanto audiovisuais, no Brasil, dentro e fora do *fandom*.

Pensei bastante a respeito de qual decisão tomar quanto à manutenção ou não do anonimato para as minhas interlocutoras e colaboradoras indiretas. Como apontam Leitão e Gomes (2017), e Fonseca (2007), aceitar participar de uma pesquisa não implica em consciência das consequências que o que nos foi dito ou permitido ser acessado pode trazer, “[...] não significa que [os participantes] estejam dispostos a ter enfrentamentos morais e sofrerem execrações públicas.” (LEITÃO; GOMES, 2017). Apesar dos locais onde pesquisei serem ambientes digitais, reconhecidos tanto pela velocidade na construção de múltiplos espaços e na produção discursiva quanto na dissolução deles e exclusão de seus textos, o que pode dificultar a identificação das pessoas e as páginas citadas neste trabalho, não poderia contar com a sorte ou basear minha decisão em hipóteses abertas. Assim, preferi, entendendo e desejando que este texto possa circular fora dos limites acadêmicos, sem acarretar ônus a qualquer pessoa, anonimizar suas identidades com a utilização de pseudônimos, assim como fiz com os *fansubs* e grupos de fãs, e evitar, quando utilizadas imagens, remeter a suas autoras ou veiculadoras nas plataformas digitais, uma vez que avaliadas as possibilidades delas lhes causarem algum constrangimento.

⁵⁸ Pop japonês.

⁵⁹ Exemplos dessas estratégias são a criação de fóruns, tradução do título das séries para o português, apoio das espectadoras na vigilância de divulgação dos vídeos *fansubs* em plataformas digitais como o YouTube.

⁶⁰ Central Boys Love, [s.l.], ©2021. Disponível em: <https://www.centralboyslove.com>. Acesso em 13 abr. 2022.

⁶¹ Blyme Yaoi, [s.l.], ©2018. Disponível em: <https://blyme-yaoi.com>. Acesso em 13 abr. 2022.

A pesquisa em ambientes digitais nos coloca o desafio de termos que lidar com um volume imenso de discursos e práticas que se espalham por diferentes caminhos, em diferentes perfis, sendo citados pelos retweets, respondidos e comentados pelas interações de múltiplas usuárias. Ao contrário do que algumas antropólogas podem pensar: como sendo uma técnica de pesquisa mais simples, talvez até mesmo confortável, pela sua suposta facilidade de obtenção de dados sem o trabalho considerado pesado da etnografia clássica analógica. Isso dificulta uma aproximação de todas as colaboradoras cujas práticas e discursos estão sendo observadas pela pesquisadora. Solicitar autorização para utilização de cada tweet, apesar de eticamente mais recomendado, seria um trabalho extenuante, em razão da quantidade de textos de lugares e pessoas diversas. O cuidado com material de pesquisa acessado em plataformas digitais como o Twitter deve ser redobrado e exige uma abordagem artesanal da pesquisadora, porque basta colocar parte de qualquer tweet na busca do Twitter, que pode ser facilmente encontrado na íntegra.

Compreendo que, guardadas as especificidades de cada caso, o que se produz e veicula em uma plataforma está destinado ao seu público. Quando deslocamos um tweet, publicação ou comentário do seu lugar de postagem e o inserimos em um trabalho acadêmico, estamos levando seu conteúdo para um outro público. Não está em discussão se esse conteúdo chegaria-lhe se não fosse por essa via, mas sim o nosso compromisso ético: preservar a segurança de quem contribuiu direta ou indiretamente para pesquisa. As noções éticas que permeiam o fazer antropológico nos diferenciam, enquanto estamos no papel de cientistas, das práticas de compartilhamento de conteúdos entre plataformas digitais que fazemos no dia a dia, quando pegamos publicações do Twitter e compartilhamos no Facebook ou no Instagram, ou vice-versa. Assim sendo, o tratamento dos discursos de fãs, que partem de diversos tweets, acessados por mim e selecionados para análise, trazidos como exemplos no decorrer deste texto, estão citados não literal e desmembradamente para resguardar o anonimato das autoras — isso quer dizer que em alguns casos, tive que reescrever as passagens, trocando palavras por seus sinônimos, na tentativa de salvaguardar tanto a integridade semântica do discurso quanto a identidade da emissora. Apenas tweets de páginas voltadas para notícias serão citados na íntegra dado o caráter impessoal, jurídico, e informativo da conta. Considerando que os chats dos quais participei estão em anonimato e, por isso, não localizáveis, assim como as conversas

não podem ser encontradas por buscas gerais, estas figuram no texto na sua íntegra com a anonimização de suas autoras.



Zhang (2021) ressalta a importância de não nos limitarmos, em nossas pesquisas sobre o consumo de séries *boys love*, à essência dos relacionamentos homoeróticos, sua representação. Os aspectos de gênero e sexualidade que atravessam essas produções e seu consumo não devem ser deixadas de lado, mas também não devem ser tudo o que pode ser explorado em relação a esse objeto, invisibilizando ou não notando outras propriedades delas que podem ser importantes para compreensão das próprias séries, mas sobretudo dos contextos de consumo e a relação entre ambos. Não poderia me encontrar mais nessa observação posta por Zhang.

Tópicos de gênero e sexualidade, com efeito, atravessavam meu engajamento na pesquisa enquanto interesses e pontos com os quais certamente discutiria, posto que inevitáveis, sendo informados a mim logo no início do campo. Todavia, já planejava uma incursão em temas como afeto e moral *a priori*, o que poderia ter sido alterado no decorrer da pesquisa, mas manteve-se intacto como assuntos pelos quais deveria passar. Mais adiante, fenômenos como distinção e orientalismo começaram a tilintar em campo, pontos que, dialogando com os temas de gênero e sexualidade, e representação, suscitavam uma elaboração analítica que os compreenderia como combustível para difusão de discursos que, em seu cerne, não eram mais que pura expressão de etnocentrismo.

Feitas mais essas considerações, passo agora para a apresentação da organização deste trabalho. Diferente do formato narrativo, aquele que apresenta uma ideia/argumento e o explica a partir de diferentes situações sociais no decorrer de um texto, esta dissertação organiza-se em eixos analíticos, no qual explico fenômenos distintos — que se me apresentaram durante meu trabalho de campo — em cada capítulo.

No primeiro, começarei explorando a origem dos termos *yaoi/boys love* e o desenvolvimento dessa cultura literária, primeiramente, no Japão, e posteriormente, sua circulação e as transformações pelas quais passou na Tailândia, culminando em sua adaptação às mídias audiovisuais. Seguidamente, abordarei as formas de classificação do *fandom* brasileiro a respeito das séries tailandesas por meio da controvérsia gênero vs. demografia.

No segundo, apresentarei informações sociodemográficas de parte desse *fandom*, obtidas através de questionário Google Forms, divulgado no Twitter e no Telegram. Concernente às práticas de fã, discutirei a cultura do *ship*, a prática do *fanservice* e as relações entre erotismo e (hiper)sexualização que aparecem entrelaçadas na experiência de consumo das séries *boys love*.

No terceiro, abordarei um tema candente no *fandom* brasileiro: a representação LGBTQ+ nesse conteúdo. As discussões sobre política e mídia, passando por tópicos como apoio à comunidade LGBTQ+, assunção da sexualidade, *pink money* (dinheiro cor de rosa) e *pinkwashing* (lavagem cor de rosa), e culminando no que conceituarei como *oportunismo queer*, são recorrentes entre as fãs tanto no Brasil quanto internacionalmente. Oferecerei um panorama, com base em minhas observações, de como tem se desenrolado esses debates e o que eles podem significar.

No quarto, discutirei como, em meio a experiência de consumo das séries, existe uma regulação moral da forma como as fãs devem se comportar em relação a essas produções, suas personagens e seus atores. Mostrarei como essa moralização do consumo está vinculada a práticas de diferenciação com o *fandom* asiático, notadamente o tailandês, que, muitas vezes, são acompanhadas de discursos orientalistas (SAID, 2007 [1978]⁶²), que criam uma hierarquia valorativa entre fãs brasileiras e asiáticas, atribuindo às primeiras uma postura pedagógica em relação às últimas.

À guisa de conclusão, gostaria apenas de ressaltar que alguns fenômenos não podem ser interpretados a partir de pontos de vista dicotômicos. Apresentam-se-nos discursos, práticas e situações sociais (GLUCKMAN, 2010 [1968, 1987]) que nos colocam a contradição como uma dimensão incontornável. Este é o caso no consumo de séries *boys love* pelo *fandom* brasileiro nas plataformas digitais.

⁶² A data entre colchetes refere-se à edição original da obra. Ela será indicada na primeira vez em que uma obra for citada. Nas demais, indicar-se-á somente a edição utilizada pelo autor.

1 BOYS LOVE: ORIGENS E TRANSFORMAÇÕES DE UM GÊNERO

Neste capítulo, começarei explorando a origem dos termos *yaoi* e *boys love* e o desenvolvimento dessa cultura literária, primeiramente, no Japão, e posteriormente, sua circulação e as transformações pelas quais passou na Tailândia, culminando em sua adaptação ao formato audiovisual. Seguidamente abordarei as formas de classificação do *fandom* a respeito das séries *boys love* tailandesas por meio da controvérsia gênero vs. demografia.

Antes de qualquer coisa, preciso situar que *boys love* é um signo linguístico, cujo significante está a todo momento com seu significado (a ideia que se tem sobre o signo) em disputa. Nesta seção, trabalhá-lo-ei tanto como um gênero e uma demografia (quando referir-me aos seus produtos) quanto como um conceito (quando me referir aos significados que lhe são empregados pelas fãs). Tratá-lo-ei assim, pois não apenas facilitará a condução da discussão presente neste capítulo, como também vai evitar confusões entre as tendências a sua qualificação em termos de gênero e demografia. Estas serão tomadas como formas de significar (o signo) *boys love*. Quando aplicado, por diferentes pessoas, a um conjunto de produtos, assume a posição de um adjetivo, um qualificativo, podendo distinguir-se como um gênero específico ou uma demografia. A diferença entre o primeiro significado e o segundo reside na estabilidade conceitual e insuscetibilidade à maleabilidade cultural conferida ao último, isto é, a ideia de demografia não permite nenhuma transformação contextual de seu sentido, permanecendo algo imutável — ao menos assim pode ser interpretado da abordagem de algumas fãs. Considerando que a literatura consultada tem compreendido *boys love* como um gênero, assim prosseguirei em toda esta dissertação, apesar das interpretações contrastantes que serão apresentadas aqui.

1.1 A CULTURA YAOI E AS SÉRIES BOYS LOVE

A expressão *boys love* inicialmente tem como seu ascendente o termo *yaoi*, que pode ser reduzido ao “y” (*wai*, em tailandês) (BAUDINETTE, 2019; PRASANAM, 2019). Surgido no Japão, na década de 1980, era utilizado entre escritoras e seu público de leitoras, sendo um acrônimo para as frases japonesas *yama nashi*, *ochi nashi*, *imi nashi* — sem clímax, sem objetivo, sem significado (MCLELLAND *et al.*, 2015; PRASANAM, 2019). Ele indicaria, então, a representação de um texto exclusivamente limitado aos cenários sexuais, e menos

atentivo aos elementos narrativos, como o enredo e a história das personagens (ZSILA et al, 2018). *Yaoi* qualificava um conjunto de textos paródicos, adaptações de outras obras (e.g., animês, mangás, *novels*), produzido por fãs, geralmente publicados autonomamente na forma de mangás chamados *yaoi dōjinshi*⁶³, que se associavam pelo sujeito em comum: homoerotismo masculino com explícitos elementos pornográficos (FERMIN, 2013; MCLELLAND et al., 2015; PRASANAM, 2019).

No contexto tailandês, *boys love* assumiu o lugar de *yaoi* para fazer referência a todo um leque de produções que vão dos já mencionados animês e mangás até os comerciais, filmes e séries, e também aos textos escritos por fãs (PRASANAM, 2019). No Japão, entre as fãs ocidentais do gênero, e de outros países asiáticos, o movimento de substituição de um termo por outro, seguindo uma tendência de mercado, também pode ser observado⁶⁴ e tem sido estimulado por motivos distintos. O primeiro seria por *yaoi* ter sido usado primeiramente para nomear trabalhos amadores de fãs para fãs (*yaoi dōjinshi*), que reescreviam histórias cujas personagens não tinham relações homoeróticas ou eram heterossexuais. Diferente de textos *boys love*, que seriam aqueles produzidos comercialmente, publicados por revistas, editoras e produzidos audiovisualmente (FERMIN, 2013). Referir-se à literatura *boys love* como *yaoi* seria, em alguns casos, compreendido como *chamar um livro publicado profissionalmente de fanfic*. O segundo faz uma diferenciação não em níveis de profissionalização, mas de conteúdo: *yaoi* seriam textos mais erotizados e pornográficos, e *boys love*, não. Separação que, pragmaticamente, não se aplica. A sobredeterminação de *boys love* sobre *yaoi*, por fim, também se deve à influência do público ocidental falante de língua inglesa no consumo desse gênero, que teria uma preferência pela expressão em língua inglesa, pela sua descomplicada tradução.



Na década de 1970, os mangás *shōjo*⁶⁵ foram o berço do gênero *yaoi* até sua consolidação em 1980/1990. Ao passo que se expandiram, deram abertura para a criação de um subgênero chamado *dōjinshi* ou *yaoi dōjinshi*, que se apropriava de personagens de textos

⁶³ Para uma leitura mais profunda sobre cultura *yaoi* e *boys love*, cf. ANGLES, 2011 [1971]; LEVI; MCHARRY; PAGLIASSOTTI, 2008; MCLELLAND et al., 2015.

⁶⁴ Apesar de *yaoi* estar cada vez mais em desuso, pode, eventualmente, ser citado como sinônimo de *boys love*, ser visto em menções como *series wai* ou *series y* (mais comum entre a população tailandesa), mas acaba sendo mais usado em textos que fazem um percurso histórico do gênero *boys love*.

⁶⁵ Uma das principais demografias de mangás, destinada a meninas adolescentes e pré-adolescentes, geralmente entre 07–18 anos.

populares⁶⁶ através da pirataria textual⁶⁷ (*textual poaching*) (JENKINS, 1992), reinscrevendo-os em outros cenários e histórias com base em processos criativos de reimaginação textual (MCLELLAND *et al.*, 2015; PRASANAM, 2019). Na tailândia, não obstante estivesse presente no país desde 1990, a cultura *yaoi* ascendeu apenas nos anos 2000, quando mulheres leitoras de mangás *phuying* ou *tawan* passaram a se interessar por mangás *naew* — respectivamente *shōjo* e *boys love* (PRASANAM, 2019). O surgimento dessa tendência se apoia nos fluxos transnacionais das culturas pop japonesa — especialmente a *bishōnen*⁶⁸ — e sul-coreana — a síndrome dos *flower boys*⁶⁹ — que emergiram, em 1990, em seus países de origem e tornaram-se notáveis no contexto tailandês, na década seguinte (BAUDINETTE, 2019; PRASANAM, 2019). Não coincidentemente, esses textos também eram conhecidos por *tanbi mono* (ficção estética) ou *bishōnen manga* (mangás de garotos bonitos), entre outros (WELKER, 2015).

Considerada uma espécie de *mídia obscena* (*sue lamok*, em tailandês), o crescimento da literatura *yaoi* enfrentou a censura governamental (PRASANAM, 2019). Deslocando-se para internet e distanciando-se dos censores estatais, as fãs do gênero conseguiram dar prosseguimento a suas práticas de leitura e produção de textos, o que favoreceu o sucesso da cultura *yaoi* e sua popularidade, expandindo-se para outros formatos, como o audiovisual, com sua gradual inserção na grande mídia, em programas de televisão e

⁶⁶ Os mangás publicados por grandes revistas eram os textos populares sobre os quais as *dōjinshika* — quem produz literatura *dōjinshi* — criavam suas obras. Segundo Suzuki (2013), “[...] desde a segunda metade da década de 1980 até hoje, praticamente todos os mangás populares serializados na revista Shōnen Jump (Shūeisha) ganharam seus próprios seguidores yaoi [...]”.

⁶⁷ Segundo Jenkins (2006), as fãs são como *catadoras culturais* (*cultural scavengers*), que veem os textos, quando ninguém mais o faz, uma fonte de capital popular. A leitura para si é um tipo de jogo (*kind of play*) que responde aos seus próprios prazeres. Partindo da interpretação de De Certeau (1998 [1990]) sobre a prática de leitura como uma relação tática de apropriação e reapropriação textual, Jenkins (2006) operacionaliza o conceito de textual poaching para reforçar essa ideia e salientar a leitura como produção de sentido mais que imposição — e no caso das fãs, de sentidos que dialoguem com sua própria experiência social.

⁶⁸ Significando “garoto jovem bonito”, essa categoria se reporta, no Japão, aos garotos colegiais abaixo dos 18 anos. Entre as fãs de anime e mangá, ela é mobilizada em alusão a qualquer homem considerado belo por seus traços finos (tidos como femininos), corpo magro e pele clara, sugerindo uma certa androginia (XIAOLONG, 2013).

⁶⁹ *Kkonminan*, em coreano romanizado. Em tradução literal, significa “garotos floridos”. Categoria utilizada para denominar garotos que possuem um rosto delicado e um corpo geralmente magro de pele clara, uma expressão de gênero quase andrógina por sua aparência feminina e metrosssexualidade (OH, 2015). Esse ideal de masculinidade teria surgido no contexto da crise asiática e intensificado-se com a Copa do Mundo de 2002, tendo influência decisiva da literatura *bishōnen* japonesa (TURNBALL, 2009; XIAOLONG, 2013). Outras categorias são mobilizadas por fãs para definir “[...] protótipos masculinos predominantes no K-pop [...]” (OH, 2015, p. 63, tradução minha), como *beast boy*, que, ao contrário da primeira, representa os corpos mais masculinos, definidos por um comportamento viril e por sua musculosidade.

filmes de sucesso a partir de 2004 (PRASANAM, 2019) — mas com uma maior regulação de representações sexuais explícitas.

No seu processo de migração e estabelecimento na Tailândia, uma característica do *espírito yaoi* (*yaoi spirit*) japonês foi mantida: a *apropriação lúdica* (*playful appropriation*) (PRASANAM, 2019), que consiste no ato de as fãs criarem casais homoeróticos masculinos com base em celebridades ou personagens fictícias. Conhecida por *ship/shipping* no contexto anglófono, recebe o nome, no *fandom* tailandês, de “[...] *long ruea* [embarcar no barco], *phai ruea* e *jaew ruea* [remando o barco]”⁷⁰ (PRASANAM, 2019, p. 66, tradução minha, grifos do autor).

A partir de 2004, “[...] *y* ou *wai* foram subsequentemente usados como um modificador para uma ampla variedade de produtos, por exemplo, “*cartoon y* (mangá e animê yaoi), *nang-y* (filmes yaoi) e *lakhon-y* (séries yaoi).”⁷¹ (PRASANAM, 2019, p. 67, tradução minha, grifos do autor). Isso aconteceu depois da exibição de *Academy Fantasia* (2004), um reality-show que “[...] forneceu casais yaoi para a indústria de entretenimento tailandesa”⁷² (PRASANAM, 2019, p. 67, tradução minha) e que culminou em um concerto com os casais selecionados. Esse modelo de evento se tornou um exemplo para outras companhias de entretenimento, como a GMM Grammy Public Company Limited, um grande conglomerado midiático que, por meio de suas subsidiárias, mais tem investido na promoção das séries *boys love* na Tailândia e na Ásia.

Se a atenção ao conteúdo *yaoi* se uniu à onda coreana⁷³ em 2007, juntando interesse em produções relativas a casais de homens ao *ship* de ídolos de *K-pop*, as discussões sobre representação homossexual na mídia também contribuíram para o fenômeno *yaoi*. Essa pauta permitiu um período de diversidade na televisão tailandesa, momento em que a GMM Grammy Public Company Limited se destaca (PRASANAM, 2019). Naquele ano, *Love Of Siam*⁷⁴, considerado o primeiro filme *yaoi* da Tailândia, foi lançado. Não há consenso sobre a categorização da obra como gênero *boys love*. Há quem critique essa

⁷⁰ “[...] *long ruea* [boarding the boat], *phai ruea*, and *jaew ruea* [rowing the boat].” (PRASANAM, 2019, p. 66, grifos do autor).

⁷¹ “[...] *y* or *wai* was subsequently used as a modifier to a wide range of products for example, *cartoon y* (yaoi manga and anime), *nang-y* (yaoi films), and *lakhon-y* (yaoi series).” (PRASANAM, 2019, p. 67, grifos do autor).

⁷² “[...] has supplied yaoi couples to the Thai entertainment industry.” (PRASANAM, 2019, p. 67).

⁷³ Expressão que nomeia o fenômeno de circulação e popularização transnacional da cultura popular sul-coreana. Também conhecida por *Hallyu*.

⁷⁴ *The Love Of Siam* (2007). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/9899-the-love-of-siam>. Acesso em: 3 set. 2022.

inferência, em razão dos temas abordados na história, como homofobia, religião etc. E há quem defenda, argumentando o uso da beleza juvenil dos protagonistas como apelo ao público consumidor de *yaoi* da época (PRASANAM, 2019). A despeito das opiniões antagônicas, segue sendo lembrado como um marco na mídia *boys love* do país e das transformações que estavam ocorrendo naquele momento.

O cinema e a televisão tornaram-se os espaços para apresentar identidades gays e problematizar imagens estereotipadas [...]. Nesse clima, a GMM Grammy, uma das maiores empresas de entretenimento da Tailândia, lançou sua seção de televisão com diversos conteúdos, incluindo os *yaoi*.

Embora a configuração do reino televisivo da GMM fosse nova, a empresa promoveu o conteúdo de casais gays por meio de diferentes colaborações. A Exact Company e a Scenario Company (fundida na The One Enterprise Company Limited em 2014), sob o guarda-chuva da GMM Grammy [...] podem ser posicionadas como produtoras pioneiras de conteúdo de casal gay reformulado na televisão.⁷⁵ (PRASANAM, 2019, p. 68–69, tradução e grifos meus).

Como podemos depreender da citação acima, esse conglomerado se divide em sub-empresas. A The One Enterprise Company Limited se tornou a principal empresa para a operação dos negócios de produção de conteúdo voltados especificamente para as séries e outros programas. Está responsável pela gestão do canal One 31 em conjunto com a One 31 Company Limited — outra subsidiária licenciada “[...] como operadora de negócios de transmissão de televisão digital, categoria de alta definição (HD)”⁷⁶ (THE ONE..., 2022, tradução minha) — e pela comercialização e co-produção de conteúdos para o canal GMM 25, em parceria com a “[...] GMM Channel Company Limited [...] como licenciada para o uso de frequências e como uma operadora de negócios de transmissão de televisão digital, categoria de definição padrão (SD).”⁷⁷ (THE ONE..., 2022, tradução minha).

⁷⁵ “Film and television have become the spaces to present gay identities and to problematize stereotypical images [...]. Under this climate, GMM Grammy, one of the biggest entertainment companies in Thailand launched its television section with a variety of contents including the yaoi ones.

While the setup of GMM television kingdom was new, the company has been fostering gay couple content via different collaborations. Exact Company and Scenario Company (merged into The One Enterprise Company Limited in 2014), under the umbrella of GMM Grammy [...] can be positioned as pioneer producers of refashioned gay couple content on television.” (PRASANAM, 2019, p. 68–69).

⁷⁶ “[...] as a digital television broadcasting business operator, high definition (HD) category.” (THE ONE..., 2022).

⁷⁷ “[...] GMM Channel Company Limited [...] as licensee for use of frequencies and as a digital television broadcasting business operator, standard definition (SD) category.” (THE ONE..., 2022).

A criação dos canais GMM 25 e One 31, resultado da expansão da companhia com a inclusão da televisão digital em 2014, teve como objetivo atingir públicos mais novos e com ideias mais contemporâneas (PRASANAM, 2019). Nesse momento, a empresa desejava posicionar-se como um provedor de conteúdo, produzindo e investindo em inovação nos campos musical e audiovisual (e.g., filmes, séries de televisão etc.). O alcance dessa meta exigiu da companhia a otimização e a ampliação de estratégias para a adaptação de conteúdos à televisão no ano seguinte: começou a recolher histórias publicadas em plataformas digitais, comunidades literárias de textos em tailandês — a exemplo os sites Dek-D.com e thaiboyslove.com. Como resultado dessa nova abordagem, algumas séries foram produzidas e exibidas (PRASANAM, 2019). Nesse mesmo ano, a Nadao Bangkok produziu *Hormones*⁷⁸, a primeira série *boys love* tailandesa. Embora credite-se a *Love Sick*⁷⁹ o pioneirismo na cultura audiovisual *yaoi* na Tailândia, a transmissão de *Hormones* foi um momento chave na expansão dessa cultura no país (PRASANAM, 2019). *Love O-net*⁸⁰, menos conhecida que as duas outras, também antecede *Love Sick*. Mas esta, pela produção cuidadosa e representação mais explícita de relacionamento homoerótico masculino, gerou um maior impacto na audiência nacional e internacional (ZHANG, 2021).

Diante dessa nova empreitada assumida pela companhia e dos acontecimentos que a acompanharam, é imprescindível considerar a interação entre fãs e indústria a fim de explicar o *yaoi boom* na Tailândia a partir de 2010 (PRASANAM, 2019). Isso porque, ao mesmo tempo que a transposição da literatura *yaoi* para a televisão ocorreu com grande influência — e participação decisiva — da GMM Grammy Public Company Limited, também contribuiu na expansão do mercado literário *yaoi*, como estratégia complementar de fortalecimento do que viria a se tornar um grande fenômeno na indústria midiática tailandesa, em especial, e asiática, no geral. Desta forma, a companhia colaborou com a criação de editoras *yaoi*, das quais se serviu das publicações para a produção de outras adaptações de séries *boys love* à televisão (PRASANAM, 2019).

⁷⁸Hormones (2013). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/10032-hormones>. Acesso em: 3 set. 2022.

⁷⁹Love Sick (2014). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/10872-love-sick-the-series>. Acesso em: 3 set. 2022.

⁸⁰Love O-net (2014). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/16101-love-o-net>. Acesso em: 3 set. 2022.

Essas editoras procuravam por novos textos e autoras em plataformas literárias digitais. Diante dessa parceria entre indústria televisiva e literária, a GMM Grammy Public Company Limited, via suas subsidiárias, deu início ao projeto da série *boys love Sotus*⁸¹, adaptação da *novel Phi Wak Tau Rai Kap Nai Pi Nueng (The Hazer And The Fresher)*, publicada no site Dek-D.com e escrita por BitterSweet (PRASANAM, 2019). Tendo observado o sucesso da primeira temporada, a companhia investiu em sua sequência *Sotus S*⁸². Eis o momento mais decisivo da novelização (*novelization*) da literatura *yaoi*, marcadamente expressa no processo de adaptação daquele texto para televisão e de produção das duas séries com a participação direta da escritora, que se desloca do seu lugar de *novelista (novelist)* para as funções de *novelizadora (novelizer)* ou de *corroteirista (coscreenwriter)* (PRASANAM, 2019, p. 74, tradução minha). Diante disso, para Prasannam (2019) não restam dúvidas de

[...] que os romances *yaoi* têm sido a fonte do conteúdo *yaoi* da GMMTV desde o surgimento do fenômeno em 2014. Também é importante destacar que a inter-relação entre a GMMTV e a indústria do livro interage diretamente com o *fandom* compartilhado.

As sequências e as produções *spin-off*, pelas práticas colaborativas de escritores *yaoi* e a GMMTV, indicam que eles buscam manter a memória de seus casais *yaoi* entre as fãs. Essas práticas geraram subsequentes *fan fiction, fan art e fan video*.⁸³ (PRASANAM, 2019, p. 75, tradução e grifos meus).

Como mostrado acima, a GMM Grammy Public Company Limited — através de suas subordinadas The One Enterprise Company Limited e GMM Channel Company Limited — ocupa um lugar central na expansão da indústria *boys love* e no crescimento do seu *fandom* na Tailândia e em diferentes países do continente asiático e do ocidente. Essa indústria se baseia na promoção de garotos jovens em suas séries e anúncios de propaganda. Tal prática tem influência do apelo aos *garotos fofos (cute boys)*, fenômeno que ainda ressoa

⁸¹Sotus (2016). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/16667-sotus-the-series>. Acesso em: 3 set. 2022.

⁸²Sotus S (2017). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/22722-sotus-s-the-series>. Acesso em: 3 set. 2022.

⁸³ “[...]that the *yaoi* novels have been the source of GMMTV’s *yaoi* content since the rise of the phenomenon in 2014. It is also important to highlight that the interrelationship between GMMTV and the book industry is directly interacted with the shared fandom.

The sequels and the *spin-off* productions, by the collaborative practices of *yaoi* writers and GMMTV, indicate that they seek to maintain the memory of their *yaoi* couples among the fans. These practices generated subsequent fan fiction, fan art, and fan videos.” (PRASANAM, 2019, p. 75).

de maneira notável no cotidiano da mídia do país (BAUDINETTE, 2019; PRASANAM, 2019). Aof⁸⁴ Noppharnach Chaiyahwimhon, diretor sênior de produção de conteúdo da GMMTV, em entrevista ao site Bangkok Post, informou que cerca de 20% dos artistas da companhia atuam em séries *boys love*, e que sua demanda tem aumentado, apontando um crescimento de 30–40% ao ano do ecossistema de negócios vinculados a elas (KOMSANTORTERMVASANA; LEESA-NGUANSUK; WORRACHADDEJCHAI, 2022).

Essa empresa não possui apenas os canais supracitados, também tem ações do GDH, um proeminente estúdio cinematográfico que tem como subsidiária a Nadao Bangkok⁸⁵, uma importante e conhecida produtora de séries *boys love*; dispõe de gravadoras, destacando-se também no mercado musical tailandês, canais de rádio e revistas. Seu lucro, em 2021, segundo dados do Yahoo Finance (GMM..., 2022), girou por volta de 3,8 bilhões de *baht* (aproximadamente R\$ 563 milhões)⁸⁶. Outras produtoras de conteúdo e gerenciadoras de artistas se destacam na indústria *boys love* tailandesa junto com a GMM Channel Company Limited e a Nadao Bangkok, compondo o principal grupo de empresas no ramo, as quais cito algumas: Be On Cloud, Copy A Bangkok, DoMunDiTV, Idol Factory, Star Hunter Entertainment e Studio Wabi Sabi. Cada uma delas possui seu quadro de artistas e seus respectivos casais de destaque (os *ships*).

Desde 2015, a mídia *boys love* tem dado sinais de crescimento no cenário tailandês. Se havia apenas cinco séries naquele ano, entre 2016 e 2019, os números oscilaram entre 26 (2016), 34 (2017), 20 (2018) e 25 (2019) (PRASANAM, 2019). Nos últimos dois anos, exibiram-se respectivamente 13 (2020) e 29 (2021) séries *boys love* (2021 THAI..., 2022; THAI BL..., 2022), com aproximadamente 65 lançadas em 2022 (2022 BL..., 2022; THAI..., 2022). Elas comumente são veiculadas entre 20h30min e 23h em canais abertos como

⁸⁴ Os nomes precedidos de asterisco são os apelidos pelos quais os atores, produtores e diretores se apresentam e são popularmente conhecidos pelo público. O asterisco será indicado somente na primeira entrada do nome de alguém com apelido no decorrer deste trabalho. Sobre esses vocativos, eles podem ser dados pelos pais ou escolhidos pela própria pessoa, podem ter significados múltiplos, indo de referências à aparência física (muitas vezes quando colocados pelos progenitores) a expressões de desejos auspiciosos etc. Não há regras bem definidas para sua escolha. Segue um vídeo interessante em que Perth* Stewart Nakhuntanagarn Screaigh, um ator de séries *Boys Love*, explica os sobrenomes, apelidos e honoríficos em tailandês: Thai names & honourifics (for the casual BL fan). 2022. 1 vídeo (14min 17s). Publicado pelo canal Perth Nakhun. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yi5Win5Avuo&t=283s>. Acesso em: 17 abr. 2022.

⁸⁵ Após 12 anos no mercado audiovisual e fonográfico da tailandês, a Nadao Bangkok encerrou suas atividades em 1 de junho de 2022. Seus principais artistas, Bilkin* Putthipong Assaratanakul e PP* Krit Amnuaydechorn abriram suas respectivas produtoras, a Billkin Entertainment e a PP Krit Entertainment.

⁸⁶ Cotação (1,00000 THB = 0,14817 BRL) e conversão realizada em 7 de julho de 2022, no Wise.

Amarin⁸⁷, MCOT⁸⁸ e Workpoint⁸⁹, e os já mencionados One 31 e GMM 25. A maioria delas são disponibilizadas no YouTube da emissora ou da produtora responsável. Em alguns casos, pode-se ocorrer de não haver *distribuição internacional* — isso acontece quando as séries, exibidas por algum serviço de streaming que só funciona na Ásia, como a AIS PLAY⁹⁰, não são disponibilizadas em outras plataformas tais quais Viki⁹¹, iQiyi⁹², GagaOOLala⁹³, WeTV⁹⁴ ou mesmo o Youtube. A duração média das séries gira em torno de 45–50min, com 10–14 episódios.

O aumento na produção tem colocado um desafio aos produtores. Se antes elas não tinham um roteiro muito elaborado, hoje precisam convencer muito mais a audiência. Assim, a Tailândia tem diversificado as histórias, indo do tradicional romance universitário para os gêneros terror, ação e suspense, investido em analogias para causas sociais, incorporado aos poucos um discurso político em favor dos direitos LGBTQ+ e revisto a representação banalizada de fenômenos como assédio sexual e moral, estupro de vulnerável, importunação e violência sexual. O *fandom* agora pode escolher o que consumir diante do leque de opções que têm sido apresentado pela indústria tailandesa.

Tailândia, Coreia do Sul e Japão são definitivamente os líderes na produção de séries *boys love*. Nenhum dos dois últimos se aproxima em números de produção do primeiro, que, como apresentado acima, só em 2022 produziu aproximadamente 65 séries *boys love* (THAI... 2022). A Coreia do Sul tem se destacado com o aumento de séries produzidas: entre 2017 e 2022, 31 foram produzidas no país (KOREAN..., 2022). O Japão e Taiwan

⁸⁷ Amarin. [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://www.amarintv.com/>. Acesso em: 4 maio 2022.

⁸⁸ MCOT. [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://tv.mcot.net/mcothd>. Acesso em: 4 maio 2022.

⁸⁹ Workpoint TV. [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://www.workpointtv.com/>. Acesso em: 4 maio 2022.

⁹⁰ É um serviço de streaming da operadora de telefonia móvel tailandesa AIS. AIS PLAY. [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://aisplay.ais.co.th/portal/>. Acesso em: 4 maio 2022.

⁹¹ De origem estadunidense, lançada em 2010, tem como proprietária a empresa japonesa Rakuten. Plataforma de conteúdo asiático em geral, mas, sobretudo, séries e filmes sul-coreanos. Ela tem uma política de legendagem feita por fãs, expandindo a possibilidade de idiomas nos quais as produções podem ser disponibilizadas. Viki. [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://www.viki.com/?locale=pt>. Acesso em: 4 maio 2022.

⁹² De origem chinesa, lançada em 2010, tem como proprietária a Baidu, principal ferramenta de busca na China. Na sua versão local, “[...] mistura a possibilidade de assistir vídeos com a proposta de se tornar também uma rede social, unificados na mesma plataforma.” (ARAUJO, 2021, p. 160). Na sua versão internacional, há apenas a configuração padrão e comum de plataformas de streaming, como Netflix. iQiyi. [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://www.iq.com/?lang=pt-br>. Acesso em: 4 maio 2022.

⁹³ De origem taiwanesa, lançada em 2016, é considerada a primeira e principal plataforma específica para produções dos gêneros LGBTQ, queer e *boys love* asiáticas, possuindo um amplo catálogo de filmes e séries. GagaOOLala. [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://www.gagaoolala.com/en/home>. Acesso em: 4 maio 2022.

⁹⁴ De origem chinesa, lançada em 2018, é a versão internacional da Tencent Video, uma plataforma de streaming chinesa, de propriedade da Tencent. WeTV. [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://wetv.vip/>. Acesso em: 4 maio 2022.

seguem logo atrás com, respectivamente, 27 e 23 produções entre 2018 e 2022⁹⁵ (JAPANESE..., 2022; TAIWANESE..., 2022).

Considerada fonte de *soft power* (poder brando) por empresários, produtores, diretores e atores, segundo o governo tailandês, a indústria *boys love* equivale a mais de 1 bilhão de *baht* (aproximadamente R\$ 148 milhões)⁹⁶, refletindo também no impulso ao turismo no país (ENOMOTO; HASHIZUME; KISHIMOTO, 2022). Agências japonesas e chinesas têm investido em planos de viagem, especialmente remotos, para locações das séries e eventos de *fanmeeting*⁹⁷ (KOMSANTORTERMOVASANA; LEESA-NGUANSUK; WORRACHADDEJCHAJ, 2022).

Atualmente os principais mercados de exportação desse produto são China, Japão, Taiwan, Filipinas, Indonésia e América Latina. O Departamento de Promoção do Comércio Internacional da Tailândia (Department of International Trade Promotion — DITP, em inglês) reuniu, entre 29 e 30 de junho de 2021, produtoras de conteúdo *boys love* para facilitar o contato com empresas internacionais interessadas em investimento nesse mercado (“COMÉRCIO”..., 2021). O sucesso notório das séries *boys love* internacionalmente levou o governo tailandês a comparar sua popularidade com a do *K-pop*, almejando torná-las um fenômeno tão reconhecido quanto ele (ENOMOTO; HASHIZUME; KISHIMOTO, 2022; KOMSANTORTERMOVASANA; LEESA-NGUANSUK; WORRACHADDEJCHAJ, 2022).

Consoante Baudinette (2019), as séries *boys love* representam a criação de um novo gênero de mídia *queer*, um tipo de *lakhon* (série ou novela) originada da mídia homoerótica japonesa. Elas “[...] tornaram-se uma característica significativa da cultura popular tailandesa contemporânea.”⁹⁸ (BAUDINETTE, 2019, p. 116, tradução minha). Os autores, até então citados, são enfáticos ao pontuarem o termo *boys love* como um qualificativo que expressa um gênero de mídia, um conteúdo particular. A despeito de considerarem a origem dos textos e do gênero *yaoi* fortemente vinculada a uma cultura

⁹⁵ Os números foram obtidos de acordo com a lista do site BL Watcher combinada à adequação da narrativa com o conceito de *boys love*.

⁹⁶ Cotação (1,00000 THB = 0,14817 BRL) e conversão realizada em 7 de julho de 2022, no Wise.

⁹⁷ São eventos voltados ao encontro de artistas com as fãs. Nesses eventos, geralmente, há sessões de bate-papo, exibição de cenas das séries, jogos e a possibilidade de fotos individuais com algumas fãs (os *meet and greet*) e um registro coletivo, com a plateia, do momento.

⁹⁸ “[...] have become a significant feature of contemporary Thai popular culture.” (BAUDINETTE, 2019, p. 116).

de escrita e consumo literário pretensamente de mulheres heterossexuais jovens e adultas, não há tratamento de ambos os termos como demografias.

Dessarte, tendo apresentado um breve histórico da emergência e consolidação desse gênero no Japão e na Tailândia, passarei para a discussão sobre as formas de recepção e conceituação do significante *boys love* pelo *fandom* brasileiro.

1.2 GÊNERO, DEMOGRAFIA E AS DISPUTAS SEMÂNTICAS

O que de fato vem a significar *boys love*? Ao que corresponde esse signo? Sua definição se baseia no conteúdo dos produtos assim nomeados ou no seu público alvo? No seu formato literário ou audiovisual? Baseando-se nos primeiros ou nos últimos elementos, quais significados e representações podem ser dispostos? Qual coorte temporal será tomado para a definição da audiência, do conteúdo e, conseqüentemente, para a significação do próprio signo? Quais as possíveis influências afetivas e socioculturais que atravessam sua definição? Ela deve reforçar suas raízes históricas ou deve abrir-se às transformações do tempo e da ação humana? Essas são algumas questões que os discursos sobre as séries *boys love* suscitam no *fandom*. Tentarei sistematizar e apresentar distintos pontos de vista sobre esse assunto.

No dia 10 de outubro de 2021, no grupo do Telegram da PBL1, houve uma discussão em resposta ao seguinte questionamento de uma usuária: *mas qual a diferença de um romance shoujo, que basicamente é um boys love, e um boys love com origem boys love*? Essa pergunta foi feita depois de uma publicação, que divulgava *Kieta Hatsukoi*⁹⁹, noticiar que a produtora a tinha classificado como uma série *boys love*, quando o seu texto-fonte, o mangá no qual a série foi inspirada, é demograficamente um *shōjo* — isto é, foi publicado por uma revista *shōjo*. Levantada a dúvida, seguiram-se algumas respostas:

- 1 **Heir:** o público alvo são menininhas, e não tem muito foco na relação dos dois meninos. Mas, nesse caso, o shoujo não tem nenhum teor sexual qualquer. Possa ser que tenham adaptado e agora a relação seja mais “explícita” e menos infantilizada.
- 2 **Fanxy:** shoujo é qualquer mangá voltado pra mulheres a partir de 12 anos. São mangás mais leves, e mesmo quando tem romance hétero, não costuma ter beijos (e quando tem é beijoquinha). Dá pra ser shoujo e BL ao mesmo tempo, da mesma

⁹⁹Kieta Hatsukoi (2021). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/708381-kieta-hatsukoi>. Acesso em: 13 abr. 2022.

forma que dá pra ter comédias românticas [...]. Shoujo é mais sobre o público alvo e menos sobre o gênero.

- 3 **Heir:** shoujo é pra um público, BL é pra outro. Não dá pra ser os dois ao mesmo tempo. Como a gente falou, BL e shoujo têm públicos diferentes. Sim, o relacionamento é entre dois homens, mas você não vê coisas que você veria em BL (erotismo, beijos ardentes, etc). BL, apesar de significar “boy's love”, não significa simplesmente relação entre dois homens: tem a ver com o público alvo daquela produção (normalmente são escritos por mulheres cis e para mulheres cis heteros que tem fetiche em homem se pegando). O shoujo é aquela história mais fantasiosa, fofinha, juvenil...
- 4 **Fanxy:** shoujo é pra um público, mas BL é boys love sem necessariamente ter sexo envolvido. Também existe mangá na categoria shoujo + GL.
- 5 **Yuyu:** amg¹⁰⁰, Cherry Magic¹⁰¹ também é BL, certo? E é shoujo. BL não precisa ter essas coisas que você falou (pegação), BL é um romance entre dois homens. Posso ter os dois juntos sim. Shoujo é para um público alvo mais jovem e normalmente meninas, porque é algo mais fofo, então esse aí vai ser provavelmente igual Cherry Magic mesmo, talvez até mais bromance e provavelmente sem beijo nenhum [...].
- 6 **Heir:** falei sobre o que normalmente tem em BL e sobre o que o público alvo espera desse tipo de produção. O shoujo é o material em que se basearam pra fazer a série, mas a série é “BL”, tendeu? A gente pode falar o que quiser, mas o propósito dos yaoi e do BL era justamente esse: mostrar histórias de relacionamentos entre dois homens que normalmente não são gays, mas sentem atração por outro homem. As coisas começaram a mudar depois que perceberam que além das mulheres héteros cis, o público BL tava se expandindo para o LGBTQI+ também.
- 7 **Helena:** mas pra mim shoujo é um BL mais fofinho, mas não deixa de ser BL, gente... É como se fosse uma subdivisão.
- 8 **Heir:** mas não é. Shoujo pode ser sobre casais héteros, sáficos, etc. A diferença é o público. Você tá pensando em BL pelo “boys's love” (amor entre garotos), mas não é um gênero, é um público. BL, shoujo, yaoi, yuri, etc... isso não são gêneros, são demografias (o público para quem essas histórias são feitas).
- 9 **Helena:** meio que entendi o que você quer dizer, mas pra mim não deixa de ser BL só porque é shoujo, pois pra mim BL significa ter uma relação homoafetiva na obra.
- 10 **Heir:** só tô querendo que você entenda que o “gênero” tem a ver com o público alvo que ele tem (por exemplo, BL não tem como público alvo mulheres “maduras”). Todo mundo pode consumir? Pode. Mas quando estão lançando, eles focam exatamente em um público. Se lançarem uma série e falarem que o gênero é “gay”, provavelmente quem gosta de “BL” não vai assistir, porque no “gay” tem coisa que não tem no “BL”.
- 11 **Heir:** os BL são obras escritas por mulheres, na perspectiva de mulheres, sobre relações entre homens e o público alvo são outras mulheres. Normalmente (agora tá mudando justamente porque o público LGBTQI começou a consumir) tem temas como assédio, estupro, fetiche, incesto e outros temas tabus. Já percebeu que

¹⁰⁰ Abreviação para “amigo(a)”. Parece-me que a opção pela forma curta tem relação com a possibilidade de evitar a inferência de gênero pelo artigo.

¹⁰¹ Cherry Magic! (2020). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/69463-30sai-made-doteida-to-mahotsukai-ni-narerurashi?lang=pt>. Acesso em: 13 abr. 2022.

normalmente são cheias de estereótipos e tem sempre um personagem que representa o estereótipo do “seme” (ativo) e o outro um “uke” (passivo)? Talvez você não saiba, mas quando lançam um BL lá na Ásia que não siga esses estereótipos, as fãs vão à loucura e começam a fazer confusão (quando um ator “afeminado” faz um papel de seme, por exemplo).

- 12 **Helena:** ok, entendi o que você quer dizer, mas, pra mim, se o foco é uma relação homem x homem vai ser um BL [...]. Inclusive amo quando alguma obra sai do estereótipo. Como você disse, tá começando a mudar, não é? Não acho que dizer que esse dorama ou obras como *Cherry Magic* não é BL faz algum sentido.
- 13 **Diego**¹⁰²: uma pequena explicação: BL não tem que ser explícito, pode ser como um shoujo também. Foi adaptado de um shoujo e a produtora tá vendendo como BL, então você pode usar o termo. Mas que fique claro que é um shoujo não por ser fofa, pois um BL também pode ser fofo e não ter nenhum beijo. Pois, assim como um BL, vai mostrar uma relação homoafetiva. Deixa claro que shoujo é mais pra adolescente, já que BL pode ir de mãos dadas à cena explícita pesada, já que BL não tem isso de “isso aqui é mais leve”. Pode ser ou não (já shoujo é leve). (Mensagens no grupo PBL1, 10 out. 2021).

Em 2 de novembro de 2021, a Central Boys Love tweetou uma outra notícia. Desta vez, sobre o lançamento do remake de *Bungee Jumping Of Their Own*¹⁰³, retificando as informações passadas por outras páginas de notícias de que seria um filme *boys love* — quando não houve sua divulgação pela produtora nesses termos.

- 1 Muita confusão sobre #Jaehyun do #NCT no remake de ‘Bungee Jumping of Their Own’ surgiu na última noite e muitas páginas noticiaram erroneamente que se trata de um BL. Segue a Thread para entender melhor:
- 2 BL é um mercado/demografia/gênero criado a partir da fantasia feminina para outra[s] mulheres como forma de escapismo. NEM TODA OBRA QUE TOQUE NO ASSUNTO DA HOMOSSEXUALIDADE É BL! Abaixo à esquerda exemplos de BLs e à direita exemplos de obras não BL com relações entre homens. [Esquerda: *To My*

¹⁰² Integrante do BSW.

¹⁰³ *Bungee Jumping Of Their Own* (2001). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/2342-bungee-jumping-of-their-own>. Acesso em: 13 abr. 2022.

*Star*¹⁰⁴; *2gether*¹⁰⁵; *HIStory 3: Trapped*¹⁰⁶ e *Given*¹⁰⁷. Direita: *Otto no Otto*¹⁰⁸; *Friend Zone*¹⁰⁹; *Banana Fish*¹¹⁰; *3 Will Be Free*¹¹¹].

- 3 Então ainda que parte da trama de *Bungee Jumping of Their Own* gire em torno disso, ele não foi feito dentro dessa demografia e nem se encaixaria. Isso também não faz do filme um bromance, os sentimentos são professados explicitamente e é o ponto de conflito que leva ao final! (MUITA..., 2 nov. 2021).

O segundo tweet foi excluído devido a alguns questionamentos que foram feitos por fãs quanto à redução do gênero *boys love* a obras de mulheres cisgênero e heterossexuais para si mesmas — mesmo que a Central Boys Love estivesse referindo-se aos mangás e às *novels*. Em réplica a essas críticas, eles responderam com uma leve alteração do texto-fonte apagado:

- 4 Já que estava tendo confusão sobre um dos tweets e tavam tirando totalmente do contexto: BL é um mercado/demografia, para o ser tem que ser publicado/pensado nessa demografia/público alvo. EM MOMENTO ALGUM falamos que precisa de sexo ou coisas do tipo (?).
- 5 O ponto era unicamente que NEM TODA OBRA QUE TOQUE NO ASSUNTO DA HOMOSSEXUALIDADE É BL! Abaixo à esquerda exemplos de BLs e a direita exemplos de obras não BL com relações entre homens. [Esquerda: *To My Star*; *2gether*; *HIStory 3: Trapped* e *Given*. Direita: *Ototo no Otto*; *Friend Zone*; *Banana Fish*; *3 Will Be Free*].
- 6 Inclusive vocês vem querer dizer que estamos reduzindo BL a fetiche quando a página sempre advogou o contrário. Vocês sabiam que existe uma outra demografia 100% voltada pra relacionamentos gays NÃO é BL? O nome é geicomic. [Link para a publicação sobre a demografia citada:] <https://twitter.com/centralboyslove/status/1279117502736408578?s=20>
- 7 Existe história de romance de homens que [têm] várias demografias (seinen, shounen, geicomic, shoujo, BL). E existem diversos filmes e séries todos os anos na Ásia lançados que falam de romances gays e NÃO SÃO BL por não serem uma obra dessas demografias! (JÁ QUE..., 2 nov. 2021).

¹⁰⁴To My Star (2021). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/680749-to-my-star>. Acesso em: 13 abr. 2022.

¹⁰⁵2gether (2020). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/39563-2gether-the-series>. Acesso em: 13 abr. 2022.

¹⁰⁶HIStory 3: Trapped (2019). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/30567-history3-trap>. Acesso em: 13 abr. 2022.

¹⁰⁷Given (2021). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/701867-given>. Acesso em: 13 abr. 2022.

¹⁰⁸Otto no Otto (2018). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/26489-my-brother-s-husband>. Acesso em: 13 abr. 2022.

¹⁰⁹Friend Zone (2019). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/32097-friend-zone>. Acesso em: 13 abr. 2022.

¹¹⁰Anime adaptado em 2018 do mangá homônimo (1985–1994) ilustrado por Akimi Yoshida.

¹¹¹3 Will Be Free (2019). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/31871-3-will-be-free>. Acesso em: 13 abr. 2022.

Para entendermos essa definição e os argumentos acima, precisamos ir à sinopse de *Bungee Jumping Of Their Own*. O filme conta a história de um professor que, ao conhecer um estudante mais novo, percebe que ele é a reencarnação de sua antiga companheira. Na primeira parte, a atenção está no relacionamento heteroerótico entre o professor e sua namorada. Com a separação causada por um desentendimento e o falecimento dela, passados alguns anos, ele nota um garoto que sofre bullying por supostamente parecer gay. Percebe depois que o estudante é a reencarnação de seu antigo amor, e ambos passam a ter um relacionamento.

A Central Boys Love chegou a comentar acerca da versão tailandesa (um reboot), intitulada *Dew*¹¹². A página tentou contextualizar a primeira obra e explicar o porquê de não se encaixar como *boys love*, e quiçá o reboot tailandês. Mas por quê? Neste, dois adolescentes são separados por uma série de acontecimentos, entre os quais a morte de um deles, que depois reencarna no corpo de uma garota. De acordo com a narrativa de *Dew*, eles não puderam viver o relacionamento ainda no Ensino Médio em razão da homofobia da época (a primeira parte do filme é ambientada no final da década de 1990, entre 1996 e 1997), reencontrando-se após 23 anos: ele estando no papel de professor em sua antiga escola, e ela, como aluna. Fica evidente que a história traz temas como a homofobia, sendo esta uma das características que influenciam na não categorização do reboot como um filme *boys love* (mais adiante, veremos que há uma tendência a considerar *boys love* como um gênero que não toca em temas sensíveis à população LGBT+).

Já na versão coreana, não há essa inversão, trata-se de um casal em relacionamento heteroerótico, cuja mulher reencarna no corpo de um garoto. Até o que podia ser conferido pelas informações divulgadas, o remake pretendido seguiria a conformação de casal do filme inicial. Assim, o professor estaria interessado no estudante por ele ser sua amada, e não por um desejo homoerótico *a priori*. No segundo caso, esse desejo preexiste à reencarnação do companheiro no corpo de uma garota, sendo o motivo do interesse afetivo. Sugere-se, dessarte, que *Dew* e *Bungee Jumping of Their Own* (tanto o filme-fonte quanto seu remake) poderiam ser incluídos no grupo da direita, enquanto *exemplos de obras não boys love com relações entre homens*, pois ambos, de um jeito ou de outro,

¹¹²Dew The Movie (2019). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/40773-dew-the-movie>. Acesso em: 13 abr. 2022.

abordam a questão da homossexualidade e do homoerotismo, e das intempéries sentidas ao decidir-se vivê-los.

Como espero tenha ficado visível, *boys love* transita entre uma definição em termos de gênero literário e audiovisual, e demografia. Podemos, com base nessa série de comentários, estabelecer algumas interpretações. Dessa forma, conforme os excertos acima, Heir parece referir-se a *boys love* tendo como referência os mangás japoneses na maior parte de sua argumentação (§§ 1, 3, 6, 8 e 10). Defende que ele representa uma demografia, um conteúdo elaborado por mulheres cisgênero e heterossexuais para outras mulheres do mesmo grupo (§§ 3, 5 e 11), em contraste com o *shōjo*, cujo público alvo são *meninhas* (§ 1). Mas também assume que há mudanças em andamento no perfil da audiência de séries *boys love* e que o consumo por pessoas LGBTQ+ têm influenciado no conteúdo dessas produções (§§ 6 e 11). No entanto, permanece com uma conceituação demográfica ainda muito hermética e definitiva do signo (§ 11).

Mesmo pensando a partir do esquema japonês de classificação de mangás¹¹³, Fanxy compreende que *shōjo* está para demografia, e *boys love*, não. Logo, é possível que uma série possa se enquadrar nas duas categorias ao mesmo tempo, como no caso de *Cherry Magic* (§ 2). Apresenta uma interpretação diferente daquela de Heir. De igual modo, se Fanxy, Yuyu e Diego concordam com a última quanto ao perfil do público *shōjo* (§§ 2, 5, 13), discordarão dela em relação a ideia de que *boys love* se caracteriza por *erotismo, beijos ardentes* — mesmo que como expectativas do público leitor ou telespectador — e *shōjo* narra histórias *mais fantasiosas, fofinhas, juvenis*. E contrargumentarão que aquele também pode apresentar conteúdo sem sexo (§§ 4, 5, 13).

A seu turno, Helena parece desconhecer o funcionamento da classificação demográfica de mangás ao mobilizar *shōjo* como *boys love* (§ 7). De algum modo, ela não está errada. Mas seu argumento não teria representação empírica atualmente. Isso pois, segundo Baudinette (2019), Prasannam (2019) e Pachi (2021), os mangás *boys love* foram

¹¹³ O mercado de mangás se divide em demografias, isto é, pela faixa etária e pelo gênero do público consumidor de uma determinada revista. A demografia não deve ser confundida com o gênero dos mangás, pois estes são muito mais amplos e transdemográficos, ou seja, não se circunscrevem a uma demografia específica. As principais demografias são *kodomo* (para crianças até os 6 anos), *shōnen* (para meninos de 7–18 anos), *shōjo* (para meninas de 7–18 anos), *seinen* (para homens acima de 18 anos), *josei* (para mulheres acima de 18 anos) (BENTÔ..., 2021; BRAGA JR., 2015; DEMOGRAFIAS..., 2021; FACAIA, 2016; LUYTEN, 2012). Dentro delas, podemos encontrar histórias de gêneros diversos: aventura, ação, terror, suspense, romance, comédia, *boys love*, *girls love* etc. Estes dois últimos, especificamente, são compreendidos como gêneros, pois atuam como termos de marketing, tendo as revistas autonomia para classificar uma obra como *boys love* ou *girls love*; e, também, demografias, uma vez que existem revistas especializadas nesse gênero, com um enfoque no público feminino de diferentes faixas etárias (DEMOGRAFIAS..., 2021, PACHI, 2021).

publicados em revistas *shōjo* inicialmente, mesmo que ainda não tivessem essa nomenclatura. Esse cenário mudou com a consolidação do mercado *boys love*, a criação de revistas específicas, passando, então, a existir demograficamente. Como sustentado por Pachi (2021), “hoje nós vivemos no meio de um ‘BL boom’ devido ao sucesso de vários seriados japoneses e mesmo assim romances gays em shoujo mangá não são chamados de boys love em nenhum momento.” No entanto, ao pensando-o enquanto gênero tão somente por *ter uma relação homoafetiva na obra* (§ 9) de fato não se está dizendo muita coisa. Há outras histórias homoeróticas tanto em mangás quanto em séries que não são denominadas dessa forma, tanto no Japão quanto na Tailândia.

De acordo com o esquema japonês de classificação de mangás, podemos dizer que Heir também não está errada em afirmar que *boys love*, *yaoi*, *yuri* etc. são demografias (§ 8). Embora haja algumas discordâncias quanto à definição de categorias como *yuri*, que, em alguns sites especializados em literatura japonesa, figura enquanto gênero (DEMOGRAFIAS..., 2021; SIMÕES, 2016). Todavia, Yuyu e Helena parecem estar trabalhando *boys love* com o significado de gênero a partir das séries, desvinculando sua interpretação desse esquema (§§ 5, 7, 9, 12). No uso dos significados de gênero e demografia, elas estão tomando como referências produtos distintos. Isso gera a confusão na compreensão de um ponto de vista e de outro, não obstante Heir aparente entender o fato de Cherry Magic ser *shōjo* quando mangá, e *boys love* quando série — momento em que podemos ver a mobilização da noção de expectativa, que, conforme Pachi (2021), delinea *boys love* como um gênero (§ 6).

Nos tweets da Central Boys Love (§§ 2, 4 e 7), mais técnicos e ao mesmo tempo condensando-se e diferenciando-se das demais opiniões, há um alinhamento com Heir. Os administradores não comentam sobre a existência de um conteúdo padrão, inclusive negam que teriam alguma vez mencionado [...] *que precisa de sexo ou coisas do tipo* (§ 4). Se dizem algo sobre o público alvo no tweet excluído (§ 2), não lhe fazem nenhuma menção no posterior (§ 5). Remetem-se à classificação demográfica de mangás e a estes mesmos como produtos de referência para catalogação de qualquer mídia sob o signo *boys love* e definição de seu significado, sendo, então, considerado uma demografia.

Dos excertos acima da conversa em um grupo no Telegram, dos tweets da Central Boys Love e de outras situações sociais de disputa pelos sentidos desse signo, as compreensões de *boys love* em gênero ou demografia são distintas. Mas podemos extrair deles três significados e representações gerais que, com mais ou menos aproximação com

os pontos de vista trazidos aqui, são compartilhados pelas fãs: (i) *Boys love* como uma demografia, com demonstração explícita de sexo (*shōjo* sendo o seu inverso, sem erotismo); (iii) *Boys love* como um gênero, representando qualquer série (ou texto) com relações homoeróticas (*shōjo* podendo ou não ser tomado por demografia), na qual se pode prescindir de qualquer teor sexual obrigatório; (iii) As séries *boys love* como um produto que nem sempre vai dialogar em sua classificação com aquela de seus textos de inspiração (isso vai depender muito de como a produtora faz a divulgação); cujo conteúdo pode ser muito mais variado do que aqueles que comumente se vê nos mangás e nas *novels*; e que não apresenta mais o mesmo perfil de público e autoras destas, sendo cada vez mais consumidas, escritas e dirigidas por pessoas LGBTQ+.

As discussões que envolvem o status de *boys love* em gênero ou demografia nos desloca para o consumo de mangás e seu mercado no Japão, uma vez que o termo surge lá, e é exportado para os demais países do Leste e Sudeste asiáticos, como apresentado na discussão da sessão anterior. Algumas dessas séries também são adaptações de mangás: não apenas *Kieta Hatsukoi* e *Cherry Magic*, mas também *A Man Who Defies The World Of BL*¹¹⁴, *Love Stage*¹¹⁵, *Meow Ears Up*¹¹⁶, *Mr. Unluck Has No Choice But To Kiss*¹¹⁷ etc. A querela sobre a definição de *boys love* se desenvolve nessa complexa relação de circulação transnacional e convergência entre mídias distintas.

Quase um mês depois da querela em torno de *Kieta Hatsukoi* e três dias após a confusão sobre o remake de *Bungee Jumping Of Their Own*, em 5 de novembro de 2021, o Blyme¹¹⁸ publicou uma matéria na qual tenta esclarecer as definições de *boys love* em ambos os sentidos (gênero e demografia) a partir do mercado de mangás. Pachi, que assina o texto, afirma categoricamente que “[...] para ser classificado como BL um mangá deve ser publicado em uma revista BL.” (PACHI, 2021). A equipe do site toma o signo como uma demografia por se comportar assim no Japão em uma relação vertical de classificação, ficando “[...] a cargo das editoras, produtoras e criadoras no país de origem, não do público.” (PACHI, 2021, grifos meus). E evita um tratamento apenas enquanto

¹¹⁴Zettai BL Ni Naru Sekai vs. Zettai BL Ni Naritakunai Otoko (2021). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/689215-absolute-bl>. Acesso em: 13 abr. 2022.

¹¹⁵Love Stage!! (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/683799-love-stage>. Acesso em: 13 abr. 2022.

¹¹⁶Meow Ears Up (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/693649-meow-ears-up>. Acesso em: 13 abr. 2022.

¹¹⁷Fukou-kun Wa Kiss Suru Shikanai! (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/722729-fukou-kun-wa-kiss-suru-shikanai?lang=en-US>. Acesso em: 13 abr. 2022.

¹¹⁸Site especializado na divulgação de mangás BL.

gênero, “[...] porque existem mangás que possuem relacionamentos gays como parte da trama [...], mas que não são considerados BL [...]” (PACHI, 2021).

Se, por um lado, a classificação em demografia se relaciona com a revista na qual os mangás são publicados e depende da forma que elas escolhem vender o material; a classificação em gênero vai repousar nas expectativas que são criadas em torno do conteúdo de textos *boys love*: foco no casal principal, sexo (caso haja indício de acontecimento), desenvolvimento rápido do romance. Assinalando que estes sejam um padrão para todas as histórias, não se nega que haja abordagens heterogêneas (PACHI, 2021). Sendo tais diferenças mais expectativas que normas, os modelos de narrativas não se vão circunscrever a uma demografia específica, ainda que alguns possam ser mais populares em uma ou outra (PACHI, 2021). Nesse caso, essa ressalva desmonta pressupostos generalistas sobre a literatura *boys love*.

Ao advogarem a favor do gênero literário *boys love*, fãs têm criticado generalizações, consideradas superficiais, que o tratam como unicamente *fetichista, violento, um prato de erotismo*, desconsiderando a existência de uma grande complexidade e variedade de abordagens dentro desse conjunto de textos. Essa apreensão reducionista, replicada na conceituação das séries, se baseia em alguns elementos considerados convencionais desse gênero (BAUDINETTE, 2019), mas não somente. A eles se incorporam também o sexo explícito e a fetichização como quesitos que são matéria para juízo de valor mais que quaisquer outros. As detratoras do gênero *boys love*, seja em seu formato literário ou audiovisual, tomam-no não em termos processuais e abertos, mas como um tipo ideal. A manutenção de uma ideia se sobrepõe a sua aplicação prática. Com isso, ele não se faz por meio de apropriações e releituras, segundo algumas fãs. É tão somente um monólito. Outras, contudo, apostam na sua capacidade de iterabilidade¹¹⁹ (DERRIDA, 1973) e na própria equivocidade (VIVEIROS DE CASTRO, 2015) presente na tradução de signos. Questionam quais referências suas antagonistas estão tomando para a elaboração de suas noções acerca do gênero, porque destoam muito do que as primeiras observam em seu consumo.

A existência de outras demografias (*shōnen, shōjo, seinen, josei, gei komi* etc.), e mesmo de filmes de romances gays, ao contrário de reforçar a especificidade da

¹¹⁹ Faz referência à divisão do signo, a sua abertura semântica constitutiva, à perda de “[...] seu caráter de transmissão do sentido intencional [...]” (NASCIMENTO, 2015), à possibilidade de repetição e abertura à alteridade.

demografia *boys love* em razão de seu público inicial e da abordagem feita no Japão, parece posicioná-la muito mais pelo seu conteúdo — ainda que se reconheça que ela possua narrativas heterogêneas, sem limitação a um tipo de história ou formato — que pelas suas leitoras em potencial, se considerarmos que seu público alvo em termos etários é o mesmo que os das revistas *josei*. Ademais, especialistas em mangás tendem a reforçar que, não obstante haja uma projeção sobre o leitorado, há a possibilidade que ele não se limite ao recorte demográfico previamente definido (BENTÔ..., 2021; DEMOGRAFIAS..., 2021; FACAIA, 2016; PACHI, 2021), isto é, pode haver uma variabilidade etária e de gênero das leitoras, o que se observa informalmente na prática.

O debate sobre a existência ou não de um conteúdo específico para uma demografia específica ou no tocante ao tratamento ou não do público alvo como um bloco monolítico são incansáveis, e não me cabe delongar esse tópico. Todavia, uma vez que boa parte das séries *boys love* são adaptações audiovisuais de mangás e *novels*, a diferenciação tem importância para refletir a heterogeneidade do campo literário japonês do qual elas se principiaram.

A partir do momento que se trata o BL exclusivamente como gênero literário, isso abre espaço para que obras que não são vistas assim em seu país de origem sejam interpretadas de forma diferente em outros lugares. E, como dito anteriormente, obras BL têm expectativas que não são cobradas em histórias não-BL. Julgar essas obras sob a mesma lente é pedir para sair frustrado. (PACHI, 2021).

Se antes achava que se tratava de um preciosismo conceitual essa defesa, agora penso nas implicações culturais, de reconhecimento e não reducionismo que ela suscita, uma vez que reconhece o contexto sociocultural de surgimento desse gênero e demografia. Entretanto, podemos discutir o persistente reducionismo autoral de *boys love*, que ainda são constantemente referenciadas como histórias produzidas por e para mulheres cisgênero e heterossexuais. Certo que a memória é um fator crucial na utilização de signos e na transformação de seus significados, entendo esse retorno à definição histórica. Todavia, sobretudo no campo audiovisual, precisamos compreender os deslocamentos que promovem atualizações e indicam-nos a flexibilização do significado de *boys love* no que concerne ao gênero autoral e à ideia de narrativa comum — aquelas focadas em abusos, assédios morais e sexuais, estupro de vulnerável, importunação e violência sexual, assim como em estereótipos sexuais e de gênero etc. Não negando a existência dessas

representações, observo uma transformação nos roteiros, que têm tratado muito mais responsável e criticamente esses temas, ainda que a passos lentos.

Se as revistas de mangás são responsáveis pela sua qualificação demográfica (BENTÔ..., 2021; DEMOGRAFIAS..., 2021; FACAIA, 2016; PACHI, 2021), devemos entender que, com a popularização do conceito *boys love* e sua expansão para além do território japonês, o termo, incorporado pelas emissoras e produtoras de TV, plataformas de streaming, tanto nacionais quanto internacionais, por meio de séries, não obedece estritamente a ideia de demografia. Hoje tanto homens gays, como Aam* Anusorn Soisanngim, Aof* Noppaharnach Chaiwimol, Jojo* Tichakorn Phukhaotong, Ivan Andrew Payawal, quanto mulheres transgênero e pessoas não binárias, como Nuchy* Anucha Boonyawatana e Golf* Tanwarin Sukkhapisit, estão escrevendo e dirigindo séries *boys love*. Sua internacionalização proporcionou o consumo por um público estrangeiro e local LGBTQ+, que tem informado mudanças no seu conteúdo — o que também é outro ponto de controvérsias, em que se discute indiretamente qual o *fandom*, internacional ou tailandês, tem sido o impulsionador dessas transformações¹²⁰.

Quanto aos sentidos de LGBTQ+, aplicado a mídias, aqui opero tanto como um gênero quanto uma demografia. No caso das séries *boys love*, o mesmo ocorre. Contudo, se os conteúdos homoeróticos no Ocidente só podem ser pensados pelo signo LGBTQ+ com a atribuição enquanto gênero e público alvo presumíveis diretamente pelo seu significante; em países do continente asiático envolvidos na produção de *boys love*, o conteúdo homoerótico dessas séries pode ser descolado do acrônimo em ambos os sentidos. E essa apreensão ressoa entre as fãs e consumidoras que exercem a distinção entre essas produções e as LGBTQ+ — prática considerada como desnecessária por algumas pessoas, particularmente em um momento em que as divisas entre um conteúdo e o outro tem se tornado cada vez menor no último ano¹²¹.

Além disso, devemos compreender que essa regra da divulgação pela produtora funciona dependente e independentemente da relação com a circulação dos termos no Japão. No caso de *Kieta Hatsukoi*, a *novel* da qual decorre é originalmente *shōjo*, mas foi apresentada pela produtora *Johnny & Associates*¹²² como *boys love*. Essa categorização

¹²⁰ Retornarei a esse assunto no quarto capítulo.

¹²¹ Sobre esse assunto, discutirei-o, especificamente, no terceiro capítulo.

¹²² Agência de talentos japonesa com foco na promoção de grupos masculinos de J-pop e artistas solos. Foi fundada em 23 de janeiro de 1975, por Johnny Kitagawa, que começou a agenciar *idols* em 1963, tornando-se um dos mais antigos e bem sucedidos agentes do mercado. Atualmente, a empresa é presidida por Julie

atende a interesses de mercado, como já foi explicado, e dialoga com as tendências momentâneas da mídia oriental. Como produto que hoje conta com um elevado apelo público, apresentar essa série assim, ao invés de como uma produção qualquer, tem uma forte motivação de marketing.

*Baker Boys*¹²³, adaptação do mangá *Antique Bakery*¹²⁴, pode ser trazido como mais um exemplo para ajudar-nos a refletir melhor sobre o deslizamento e a flutuação conceituais dos signos. Essa série foi compreendida entre parte da audiência brasileira e internacional como *lakhon*, e não como *boys love*, embora, nas páginas destinadas a mangás, em referência ao texto-fonte, apareça como gênero *shōnen-ai*¹²⁵ e demografia *shōjo*. Comentários apontavam que a GMMTV deixou pouco claro tratar-se de uma série *boys love* ou que não teria sido apresentada pelo canal como *lakhon* tão somente. Mas fãs brasileiras e internacionais ocidentais observaram que ela não correspondia ao formato *boys love*, pois o foco não estava no romance de um casal principal masculino, sendo muito menos um *subplot*, se considerarmos que a série não termina com nenhum casal formado. À vista disso, outras acreditavam que ela poderia ser, caso a GMMTV mudasse o roteiro, denotando uma potencialidade explícita da narrativa.

De fato não alcancei nenhuma informação institucional do canal que dissolvesse a dúvida sobre a série ser ou não *boys love*. Contudo, parece-me *a priori* que a memória age, em alguns casos, na qualificação de *Baker Boys* enquanto *boys love*. Atores¹²⁶, que já trabalharam — e continuam a trabalhar — nessas séries e ganharam fama por elas, como

Keiko Fujishima, e conta com 130 empregados e mais de 30 grupos e artistas individuais gerenciados, entre os quais está o grupo *Naniwa Danshi* e *Snow Man*, grupos dos quais Shunsuke Michieda e Meguro Ren fazem parte. Eles interpretam, respectivamente, as personagens principais Aoki Sota e Ida Kousuke em *Kieta Hatsukoi* (2021) (COMPANY..., ©2022).

¹²³ *Baker Boys* (2021). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/682585-baker-boys>. Acesso em: 13 abr. 2022.

¹²⁴ Série de mangás escritos e ilustrados por Fumi Yoshinaga, serializadas entre 1999 e 2001. Antes da adaptação para o formato audiovisual tailandesa, outras três já tinham sido feitas: duas japonesas e uma sul-coreana.

¹²⁵ Gênero de histórias homoeróticas masculinas.

¹²⁶ A GMMTV tem um quadro de jovens atores e atrizes assim distribuídos segundo seu site: 28 mulheres e 77 homens (GMMTV ARTISTS... 2020). Entre estes, há aqueles que são repetidamente escalados para atuação em séries *boys love* justamente pela popularidade de seus ships e/ou pelo apelo do público sobre eles devido a sua performance em trabalhos anteriores ou mesmo pela sua aparência, respondendo ao efeito da síndrome dos *cute boys*.

Singto* Prachaya Ruangroj¹²⁷ e Pluem* Purim Rattana-ruangwattana¹²⁸, atuam na *lakhon*¹²⁹. O primeiro interpreta o papel de um homem gay¹³⁰, o segundo, de um homem hétero. Seria muita inocência achar que essas escolhas não foram intencionais não apenas para manter a ambiguidade sobre o conteúdo quanto para, utilizando de atores típicos de séries *boys love*, conseguir acessar sua audiência. De qualquer sorte, a própria utilização de um conjunto de atores que tanto participaram de séries *boys love* quanto inserem-se no fenômeno dos *cute boys* (PRASANNAM, 2019) e a efervescente cultura do *ship* entre o público juvenil alvo dos conteúdos da GMMTV fornecem subtexto o suficiente para a produção de equívocos quanto ao gênero ou formato da série.

Nesses casos, fica evidente a ambiguidade do tratamento dado ao signo como uma demografia ou um gênero. Diante disso, essas definições vão ganhando contorno e estabilizando-se em discussões como a apresentada e nas dúvidas do *fandom*. Tendo assistido a toda a temporada de *Baker Boys* e acompanhando esses questionamentos, posso concluir que de fato a série pode ser compreendida como *lakhon* não *boys love*. A distinção sobre a centralidade do casal como *plot* principal se revelou uma variável aplicável para a categorização das séries dentro de um gênero ou outro, mas, sobretudo, o recurso ou não ao *fanservice*¹³¹ via *shipping*, já que *Baker Boys* tanto não explorou nenhum casal principal, posto que a história não era um romance, quanto a GMMTV não investiu em marketing de casal.

¹²⁷ Singto, que hoje não está mais na produtora, atuou em *Sotus* (2016) e *Sotus S* (2017), *Our Sky* (2018), *He's Coming to Me* (2018) e *Paint with Love* (2021). Esta última estava sendo exibida no mesmo período em que *Baker Boys* (2021). Ficou conhecido pelo seu *ship* com Krist* Perawat Sangpotirat nas três primeiras séries, ainda hoje considerado um *ship* histórico, são contratados para atuar em diversas campanhas publicitárias juntos.

¹²⁸ Pluem atuou em *My Dear Loser* (2017) e *Our Sky* (2018). Nestas, fez *ship* com Chimon* Wachirawit Ruangwiwat.

¹²⁹ Até onde chegam minhas informações obtidas em diálogo com George (BSW), os demais atores, Lee* Thanat Lowkhunsombat e Foei* Patara Eksangkul não interpretaram personagens predispostos a terem ou em relações homoeróticas antes de *Baker Boys* (2021). Em uma *lakhon*, *The Player* (2021), exibida pouco tempo depois dela, Foei interpretou um personagem que vivia uma relação homoerótica, e, anteriormente, tinha participado das séries *boys love* *Theory of Love* (2019) e *Manner of Death* (2020) em papéis de apoio.

¹³⁰ Identifico-o como gay, pois sua personagem se define dessa forma na série, inclusive se nomeia como *gay conquerer* (conquistador gay), fazendo alusão ao seu dom de encantar qualquer pessoa independente do gênero.

¹³¹ Serviço para fã, em tradução literal. No contexto das séries *Boys Love* tailandesas, consiste em uma prática de entretenimento para fãs baseada na exploração dos ships criados pelo *fandom*, agora, apoiados e comoditizados pela indústria.

*The Miracle Of Teddy Bear*¹³², *lakhon* exibida no canal CH3 da Tailândia, e que vem sendo abordada como *lakhon boys love* pelo *fandom*, por sua vez, toca nesse último quesito acima. Ela se diferencia não só pela ausência de *ship/fanservice*, bem como pelo roteiro que dramatiza violência familiar, homofobia, traumas psicológicos como componentes centrais da história, mas também pela sua duração, tendo 16 episódios de aproximadamente 1h30min — algo incomum no formato *series*, cujo o número de episódios gira em torno de 10–14, com duração máxima de 45–50min. Essas especificidades contrastantes, entretanto, não impõem nenhum limite à identificação do produto como uma *lakhon* do gênero *boys love*. Abaixo está uma conversa no BSW sobre a série que pode nos auxiliar na compreensão desse fenômeno:

- 1 **Diego.:** [mensagem de terceiros encaminhada ao grupo:] não é BL, gente. CH3 lançou como lakorn com personagens LGBT principais. Por isso muita gente lá tá reclamando porque não é BL, mas é um lakorn LGBT.
[mensagem do próprio Diego:] alguém confirma isso.
- 2 **Aurora:** sim, é lakorn. Mas juro que não vejo diferença.
- 3 **Diego:** mas falei isso ontem. Lakhon é o dorama Thai, BL é demografia.
- 4 **Aurora:** então é um BL de qualquer jeito, não é?
- 5 **Diego.:** vou vê isso. É BL mesmo, esse pessoal inventa cada uma falando que lakhon é hetero.
- 6 **George:** é que BL eles consideram como bobinho e que tem que vender ship. Aí não gostam de classificar assim, igual KinnPorsche¹³³, galinha da madrugada [Moonlight Chicken]¹³⁴. (Mensagens no grupo BSW, 28 mar. 2022).
- 7 **Teodora.:** vocês tavam comentando sobre diferença entre lakhorn e BL. Chegaram a alguma conclusão?
- 8 **George:** amiga, lakorn é uma coisa, BL é outra. Dá pra ser uma lakorn BL, a diferença é lakorn e series. BL é um gênero, lakorn é um formato. (Mensagens no grupo BSW, 4 abr. 2022).

Até onde acompanhei, com efeito, parte das fãs distingue *lakhon* de *boys love* com base na tradição de representação de relacionamentos heteroeróticos e personagens heterossexuais do primeiro formato (§ 5). Mas isso não parece, todavia, um obstáculo para

¹³²The Miracle Of Teddy Bear (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/59035-khun-mee-pa-ti-harn>. Acesso em: 13 abr. 2022.

¹³³KinnPorsche (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/69667-kinnporsche>. Acesso em: 13 abr. 2022.

¹³⁴Moonlight Chicken (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/715901-moonlight-chicken>. Acesso em: 13 abr. 2022.

que o produto seja considerado uma *lakhon* LGBT+ (§ 1). Isso nos remete outra vez à diferenciação temática entre conteúdo LGBT+ e *boys love*, notadamente à maior atenção deste a roteiros mais fantasiosos ou *bobinhos* (§ 6) que reais ou próximos das questões sociais que atravessam a vida de pessoas não heterossexuais e/ou não cisgênero. Considero, com base no que foi apresentado, que essas distinções são deveras tênues, criadas muito mais a partir da história de como cada categoria surgiu e das representações a que estão associadas em sua origem do que a uma definição consistente e não dialogável.

Como sustenta Baudinette (2019), a mídia tailandesa, até a emergência das séries *boys love*, estava muito implicada na representação de categorias sexuais e de gênero de forma negativa, especificamente as *kathoey*. Fomentava — e ainda fomenta, em maior medida — a cisnormatividade e a heterossexualidade compulsória em uma dimensão pedagógica, que busca educar a audiência a partir desses valores. Na esteira da discussão acima, a ideia de *lakhon* como um formato de drama que está intimamente ligado às representações de relações heteroeróticas e personagens heterossexuais não diz respeito apenas a uma interpretação superficial ou sem amparo empírico, pois

[...] enquanto as *lakhon* ainda representam predominantemente uma forma de mídia “nacional” altamente heteronormativa em sua política representacional, as séries *wai* fazem parte de uma nova onda de *lakhon* que desafia (pelo menos em parte) o status quo da sociedade tailandesa.¹³⁵ (BAUDINETTE, 2019, p. 120, grifos do autor).

Sem tratar esse fenômeno e essas mídias de uma maneira dualista, ele explica “[...] como as séries desafiam simultaneamente certos aspectos dos regimes de gênero que operam dentro do *lakhon*, ao mesmo tempo em que reforçam conceituações heteronormativas de gênero e sexualidade que permanecem predominantes na Tailândia.”¹³⁶ (BAUDINETTE, 2019, p. 116, tradução minha, grifos do autor). *Lovesick*, por exemplo, mesmo que se adeque aos vieses normativos de gênero e sexualidade das *lakhon*, oferece rasuras no plano da supremacia heteroerótica e heterossexual nos dramas tailndeses (BAUDINETTE,

¹³⁵ “Thus, whilst *lakhon* still predominantly represent a ‘national’ form of media that is highly heteronormative in its representational politics, series *wai* form part of a new wave of *lakhon* that challenge (at least in part) the status quo of Thai society.” (BAUDINETTE, 2019, p. 120, grifos do autor).

¹³⁶ “[...] how series *wai* simultaneously challenge certain aspects of the gendered regimes operating within *lakhon* whilst also reinforcing heteronormative conceptualizations of gender and sexuality that remain prevalent within Thailand.” (BAUDINETTE, 2019, p. 116).

2019). Como mencionei acima, essa relação paradoxal consiste na negociação dos valores e símbolos socioculturais de um contexto com o conteúdo de um produto estrangeiro àquele local.

Se poderíamos ver *Lovesick* como a base para emergência do gênero *boys love* como *mídia queer*, como defende Baudinette (2019), ainda que não rompa sobremaneira com a estrutura das *lakhon* e não se adeque completamente aos elementos que seriam definidores desse gênero no Japão; nos diálogos acima do BSW, testemunhamos a transição de *boys love* de demografia para gênero em paralelo com a diferenciação entre *lakhon* e *series* (§ 8). Nessa nova camada de distinção operada no *fandom*, a quantidade e a duração dos episódios, e a adesão ou não ao *fanservice*, mais que os temas centrais da narrativa, são elementos que precisamente distinguem o primeiro do último. Mas um outro tópico revela ser um divisor de águas entre os dois formatos: a representação das personagens. Quando a Central Boys Love, em um de seus tweets, distingue uma *lakhon boys love* de outra apenas “[...] com personagens gays como protagonistas [...]” (A EMPRESA..., 2022), explica:

é meio que um “aviso” por parte da produtora de não esperar um “desenvolvimento de BL” pra trama. É muito frequente personagens/casais gays nas novelas não BL de lá, mas no geral ou são personagens que só sofrem ou são vilões e raramente tem um desfecho positivo. (É MEIO..., 2022).

Ao trazer *boys love* para o campo do gênero, as fãs negam seu tratamento como demografia e um formato à parte, que seria antagônico ou apenas distinto do *lakhon*. Com isso, elas estimulam uma permeabilidade, contato, de um tipo e outro, combinação que resulta na negação de *The Miracle Of Teddy Bear* não como *boys love*, mas como *series*, sendo a primeira *lakhon* do gênero a ser produzida na Tailândia (NÃO..., 2021). Contudo, não deixam de assinalar um outro aspecto de separação que se lhes apresenta: entre o conteúdo de gênero *boys love* e o LGBTQ+. Uma série com casais gays sem divulgação pela produtora ou emissora como *boys love* foge de toda a expectativa de desenvolvimento de narrativa desta estimulada nas fãs, cuja centralidade — que distingue entre um e outro — está agora não tanto nos temas que serão abordados, mas no enfoque do desenvolvimento amoroso entre as protagonistas, com elementos típicos do gênero *boys love*, entre os quais estaria o *desfecho positivo*, coexistindo com outros aspectos da história.

Ao analisar a circulação transnacional da cultura *boys love* na Ásia, tomando como objeto a série *Lovesick*, Baudinette (2019) discorre sobre sua emergência como um novo gênero na paisagem midiática da Tailândia. De modo a prosseguir com sua análise de como essa série incorpora e modifica elementos do que é considerado um conteúdo *boys love* na compreensão japonesa, elenca ao menos quatro critérios que podem ser utilizados para assim enquadrar uma mídia no Japão.

Em primeiro lugar, apesar de seu foco nas relações homoeróticas entre homens, o público principal do BL continua sendo as mulheres heterossexuais conhecidas como *fujoshi* [...]. Em segundo lugar, a mídia BL é notavelmente homosocial, pois as personagens femininas são raras e tipicamente representam antagonistas ou personagens secundários com pouca influência no enredo [...]. Em terceiro lugar, a grande maioria dos personagens que aparecem dentro das obras BL estão de acordo com a estilística dos *bishōnen*, personagens 'bonito menino' que muitas vezes são adolescentes que possuem uma masculinidade 'suave' ou 'andrógina' que é segura para consumo feminino [...]. E por último, as dinâmicas de relacionamento em BL são rigidamente definidas através da chamada regra do *seme-uke* [...].¹³⁷ (BAUDINETTE, 2019, p. 120, grifos do autor).

Todavia, ainda que sua explicação evidencie que *Lovesick* se distancia dos pontos acima, para adaptar-se às convenções das *lakhon*, ao contrário de pressupor uma desidentificação com o gênero *boys love*, compreende essas alterações a partir da chave interpretativa da glocalização¹³⁸ (ROBERTSON, 2012 [1994]). A circulação transnacional

¹³⁷ Firstly, despite its focus on homoerotic relationships between men, the primary audience of BL remains heterosexual women known as *fujoshi* [...]. Secondly, BL media are remarkably homosocial in that female characters are rare and typically represent antagonists or minor supporting characters with little influence on the storyline [...]. Thirdly, the vast majority of characters appearing within BL works conform to the stylistics of the *bishōnen*, 'beautiful boy' characters who are often teenagers that possess a 'soft' or 'androgynous' masculinity that is safe for female consumption [...]. Finally, relationship dynamics in BL are rigidly defined via the so-called *seme-uke* rule [...]" (BAUDINETTE, 2019, p. 120, grifos do autor).

¹³⁸ Robertson (2012) introduz o conceito de glocalização, tomado de empréstimo do mundo dos negócios, para questionar a ideia da globalização como um processo de homogeneização cultural, cuja operação consiste na sobreposição de uma cultura sobre outra. Ele quer mostrar que a conexão entre global e local não se dá em termos antagônicos, de "ação-reação", mas coprodutivos de comunidades e localidades, que levam a instituição do glocal, além de considerar necessário uma análise mais microscópica da globalização, que vá ao nível cotidiano, comunitário, atenta às práticas sociais dos sujeitos em meio a esse processo de interação entre local e global (LOURENÇO, 2014, ROBERTSON, 2012). Não se trata mais do local resistindo ao global, mas de ambos estarem tão articulados que essa percepção de ação-reação, standardização da localidade está investida de influências globais, problematizando a ideia de que as localidades são coisas em si mesmas (ROBERTSON, 2012). No entanto, Robertson não pressupõe uma homogeneização substancial de todas as localidades. Afirma, pelo contrário, que "não devemos, em outras palavras, confundir a discussão da cultura de interação entre duas ou mais coletividades socioculturais com a questão de saber se está ocorrendo um processo generalizado de homogeneização de todas as culturas. Devemos também estar interessados nas condições para a produção do pluralismo cultural [...] — bem como no pluralismo geográfico." (ROBERTSON, 2012, p. 197). Ele não argumenta pelo abandono do termo globalização, pelo contrário, acredita que em alguns casos, deve ser utilizado, todavia, acrescenta, "[...] pode ser preferível

da cultura *boys love* para a Tailândia diz muito sobre os processos de adaptação da cultura textual japonesa a novos mercados, e como isso implica na reorganização que ocorre no seu conteúdo, principalmente em sua ruptura demográfica e normativa, necessária para ser atrativa e compreensível ao novo público, uma vez que inserida em um outro contexto sociocultural. Esse fenômeno questiona abordagens simplistas de imperialismo cultural ou homogeneidade dos recursos simbólicos, que estão cada vez mais disponíveis para interpretação e consumo global diferenciado devido aos fluxos de ideias de outros locais e apropriações criativas que podem ser feitas desses recursos (ROBERTSON, 2012).

Baudinette (2020, p. 102, tradução minha) explica “[...] como um produto glocalizado se transnacionaliza ainda mais e potencialmente desenvolve novos significados e associações por meio desse processo.”¹³⁹ Na sua pesquisa entre fãs filipinas de séries *boys love*, encontrou uma tendência à interpretação delas como um conteúdo fundamentalmente tailandês e diferenciado dos textos (e.g., *dōjinshi*, *fanfics*, mangás, *novels*) *yaoi* japoneses — muito diferente do cenário brasileiro, no qual essa relação é constantemente lembrada e reforçada. Ele se distancia do reducionismo binário “[...] que constroem certas leituras de BL como ‘corretas’ e outras como ‘erradas’”¹⁴⁰ (2020, p. 103, tradução minha), compreensões do fluxo global de produtos que desconsideram o potencial criativo que outras produções de sentido sobre eles podem ter para suas autoras em seus contextos socioculturais. Assumindo essa posição de distanciamento, propõe o conceito de *creative misreadings* (leituras incorretas criativas) (BAUDINETTE, 2020, p. 103), para nomear esse fenômeno no *fandom* filipino, que — intimamente associado com a situação histórica (OLIVEIRA, 2015) das pessoas não heterossexuais e/ou não cisgênero filipinas, especialmente gays e lésbicas —

“[...] representa um método fundamentalmente queer de se envolver com textos que desloca um produto cultural de sua suposta história e, ao fazê-lo, abre novos horizontes de conhecimento esperançoso que intervêm significativamente em condições de heteronormatividade e homofobia.”¹⁴¹ (BAUDINETTE, 2020, p. 103, tradução minha).

substituí-lo para certos fins por glocalização [...]”, pois esta “[...] tem a vantagem definitiva de tornar a preocupação com o ‘espaço’ tão importante quanto o foco em questões temporais e históricas.” (ROBERTSON, 2012, p. 205).

¹³⁹ “[...] how a glocalized product further transnationalizes and potentially develops new meanings and associations through this process.” (BAUDINETTE, 2020, p. 102).

¹⁴⁰ “[...] that construct certain readings of BL as ‘correct’ and others as ‘mistaken.’”

¹⁴¹ “[...] represents a fundamentally queer method of engaging with texts that dislocates a cultural product from its purported history and, in so doing, opens new horizons of hopeful knowledge that meaningfully intervene in conditions of heteronormativity and homophobia.” (BAUDINETTE, 2020, p. 103).

Nessa chave interpretativa, podemos considerar o *creative misreadings* (BAUDINETTE, 2020, p. 103) como a expressão da *equivocidade* (VIVEIROS DE CASTRO, 2015, p. 90) constitutiva do processo de tradução, interpretação, de um signo, posto que este não possui uma essência, mas ganha significado relacionalmente com outros signos e sentidos, produzido contingencialmente, influenciado pela situação histórica (OLIVEIRA, 2015) e linguística de um grupo social. As fãs brasileiras e filipinas, com suas diferentes traduções de *boys love* produzem equívocos inter e intraculturais, denotando as múltiplas relações entre as palavras, as coisas e seus significados. Ao discutir o processo de comunicação entre antropólogos e nativos e a produção de sentido através de conceitos sobre os últimos e suas práticas, Viveiros de Castro (2015) argumenta que

traduzir é instalar-se no espaço do equívoco e habitá-lo. Não para desfazê-lo, o que suporia que ele nunca existiu, mas, muito ao contrário, para potencializá-lo, abrindo e alargando o espaço que se imaginava não existir entre as imagens conceituais em contato [...]. Traduzir é presumir que há desde sempre e para sempre um equívoco; é comunicar pela diferença, em vez de silenciar o Outro, ao presumir uma univocidade originária e uma redundância última – uma semelhança essencial – entre o que ele e nós “estamos dizendo”. (VIVEIROS DE CASTRO, 2015, p. 90).

Diante de todos os argumentos colocados a respeito do signo *boys love*, a questão deveria estar menos em defendê-lo como gênero ou demografia em se tratando das séries com base em características rígidas, porque há contrapontos nas definições em ambos os casos. No primeiro, porque relações homoeróticas masculinas em séries — sejam mais ou menos eróticas ou sexualmente explícitas, assim como mais ou menos politicamente engajadas ou *representativas*, ou *realistas* — podem ser tanto produções LGBTQ+ quanto *boys love*. No segundo, porque o público já não é — se é que somente o foi um dia — mais de mulheres heterossexuais e cisgênero, o formato já não obedece a padrões narrativos tão rígidos quanto os que são esperados nos mangás — se é que já obedeceu um dia — e não há a delimitação classificativa vertical pelas revistas nas quais o texto-fonte foi publicado, quando for o caso de séries decorrentes de mangás. Cabe-nos aqui, então, refletir em cima dessas limitações, para pensar processos de abertura semântica pautados tanto no consumo individual e coletivo quanto em relações econômicas e no diálogo entre indústria e fã com vista à aquisição de novos mercados e públicos. A apreensão do signo e a produção de seu significado está também mediada pelos aspectos socioculturais de

cada grupo e lugar. Nesse sentido, ser ou não *boys love* pode obedecer a uma gramática que determina um conteúdo específico, sendo ou não tributário do padrão dos textos japoneses; como pode, acima de qualquer referência a conteúdo ou contextualização histórica, servir a propósitos mercadológicos.

1.3 DOS USOS E ABUSOS CONCEITUAIS-TERMINOLÓGICOS OU POR QUE AS SÉRIES *BOYS LOVE* NÃO PODEM SER CONSIDERADAS MÍDIA QUEER?

Neste trabalho, a leitora deve ter notado que uso a categoria homoerótico em referência às séries *boys love*, no lugar de homossexual ou LGBT+. Faço essa escolha, porque estas, apesar de outros possíveis usos, remetem a uma política de identidade. Também evitei a aplicação da categoria homoafetivo, porque este último foi pensado a partir das demandas de conjugalidade e há um limite apresentado pelo sufixo *afetivo*, que a categoria homoerótico suplanta.

Acrescento ainda que, embora algumas pessoas insistam em chamar as séries *boys love* de *representações* ou *mídia queer*¹⁴² (BAUDINETTE, 2020), sugiro precaução e calma antes de assim nomeá-las, posto que a categoria tem mais de um sentido e aplicação. A categoria homoerótico, por sua vez, mesmo que elaborada no âmbito da Psicanálise, está voltada para constituição de laços não somente afetivos como sexuais entre pessoas do mesmo gênero e/ou sexualidade, sem uma redução identitária. Assim, considero-a conceitualmente mais apropriada para uso aqui. Discutirei minha opção mais detalhadamente a seguir.

Ao escolher referir-me às séries *boys love* como produções homoeróticas, não homossexuais ou LGBT+, faço-o por compreender que, em relação a esse produto, a representação da sexualidade está na atenção do desejo como um processo, e não como uma identidade. Compreendo que os conceitos têm histórias e seus significados não são imutáveis, e, nesse sentido, que hoje homossexualidade diga mais que um tipo sexual homogêneo, contemplando uma “[...] infinita variação sobre um mesmo tema: o das relações sexuais e afetivas entre pessoas do mesmo sexo.” (FRY; MACRAE, 1985, p. 7). Todavia, se eu categorizar as séries *boys love* como *produções homossexuais ou LGBT+*, ou que representam *relações homossexuais masculinas ou gays*, estarei interpelando-as

¹⁴² Queer, palavra inglesa, não está italicizada, pois já está no Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa (Volp).

identitariamente, inserindo-as em uma política de identidade, quando, conforme tenho observado, elas não estão completamente situadas nessa posição — ademais de seus usos políticos.

Isso não quer dizer um abandono das categorias homossexual e homossexualidade, mas a adoção de outra que melhor represente o objeto estudado. Se, por um lado, nem toda pessoa implicada em práticas homoeróticas pode ou deve se identificar como homossexual ou gay, alguém que assim se autoidentifica o faz, em parte, por envolver-se com essas práticas e por sentir-se dentro de uma cultura sexual, mais que participe em atividades sexuais tão somente. Responde também a uma necessidade de organização coletiva, agenciando essencialismos estratégicos (SPIVAK, 2010 [2008]).

Do ponto de vista teórico, conforme argumenta Costa (1992, p. 77), e subscrevo-o, “[...] homossexualismo [leia-se, também, o homossexual e a homossexualidade] é uma configuração histórica particular das práticas homoeróticas [...]”. Dessa forma, busco, através dessa escolha, tal qual as séries *boys love* incitam, promover a ambiguidade, e na linhas dos estudos desconstrucionistas de gênero e sexualidade, questionar o essencialismo ora tácito, ora explícito, que constituem e produzem naturezas e verdades sobre o desejo, o gênero e a sexualidade.

Fry e MacRae (1985), ao responderem a pergunta de seu livro sobre uma possível definição da homossexualidade, vão à direção contrária de uma réplica que reproduza uma ideia homogênea do fenômeno. Eles apostam em mostrar as “[...] várias maneiras de pensar e agir em relação à homossexualidade [...]” (FRY; MACRAE, 1985, p. 114), suas variadas representações entre épocas, sociedades e sujeitas. Diante disso, o “homoerotismo” chama a atenção para uma possibilidade de contato e conexão sexual e afetiva com pessoas de mesmo gênero e/ou sexualidade, sem a implicação em uma identidade específica a partir do desejo. Também parte da compreensão das vivências idiossincráticas de experiências homoeróticas, que podem se expressar de maneiras ambíguas, apresentando uma gama de variações que seriam melhor compreendidas nos termos de um *continuum* de práticas *não heteroeróticas* que podem ou não ter como referente o sexo genitalizado, mas outros objetos de desejo com potencial para incitar outras formas de relações produzidas por Eros.

Quanto à exclusão da categoria *homoafetivo*, isso se deve por seu surgimento como terminologia jurídica no Direito, associada às demandas de conjugalidade. Ademais, seu uso pretende higienizar as práticas homoeróticas ao acentuar o sufixo *afetivo* em

detrimento do *sexual*, como em *homossexual*, e *erótico*, como em *homoerótico*, umas vez que “[...] a partir desta perspectiva, a família é vista como o lugar do afeto e não do sexo ou erotismo, cujo “lugar” é o da prostituição, da pornografia, entre outros.” (NICHNIG, 2014). Essa escolha ressoa as movimentações políticas de grupos homossexuais no final da década de 1940, que, ao apontar para a defesa da inclusão de homossexuais na sociedade estadunidense enfatizando a respeitabilidade do grupo, tentou dissociar essa identidade do aspecto *sexual*, pela adoção de neologismos como *homófilo* e *homoerótico* (FRY; MACRAE, 1985) — quanto a este último, espero que tenha ficado claro que a proposta aqui não tem essa pretensão.

Pressupõe-se que o afeto está fora da significação do erótico, para estimular a viabilidade do conceito de homoafetividade sobre o de homoerotismo. No entanto, isso não poderia ser mais teoricamente equivocado. A ideia de afetividade como disposta na primeira categoria evidencia menos o desejo que a de erotismo invisibiliza o afeto. Devo observar, para tanto, o sentido de Eros que subjaz os de erótico e erotismo em que me baseio neste trabalho. Considero Eros como um poder sexual, mas também uma força motivadora, pulsão criativa, energia que estimula a produção de experiências e formas de vida possíveis desde que desejadas, fantasiadas e postas em prática, não obedecendo a regras mecânicas ou técnicas padronizadas de produção, expressão e experimentação do desejo. Ele não se resume ao sexo, tendo por propósito a diminuição da tensão pela resposta a necessidades fisiológicas, pois seu caráter é expansivo (MAY, 1969). “Eros é o impulso para a união com aquilo a que pertencemos — união com nossas próprias possibilidades, união com outras pessoas significativas em nosso mundo em relação às quais descobrimos nossa própria auto-realização.”¹⁴³ (MAY, 1969, p. 67, tradução minha). Todas as relações de amor (conjugal, filial, fraternal, amical ou sexual) são estimuladas e movidas por Eros, e não apenas aquelas que envolvem o sexo¹⁴⁴. Diante disso, a liberdade de Eros não pode ser ameaçada pelo aprisionamento identitário. O erótico nas séries *boys love* tem estimulado a imaginação e substanciado o Eros individual e coletivo das fãs.

Quanto ao uso do queer, acredito ser pertinente, antes de prosseguir na discussão, fazer algumas ponderações sobre as aplicações do termo como categoria e conceito de acordo com as diferentes abordagens que vêm sendo feitas dele. A princípio, pode parecer

¹⁴³ “Eros is the drive toward union with what we belong to—union with our own possibilities, union with significant other persons in our world in relation to whom we discover our own self-fulfillment.” (MAY, 1969, p. 67).

¹⁴⁴ Para uma leitura mais aprofundada da distinção entre sexo e Eros, cf. MAY, 1969.

desnecessário esse esclarecimento, visto que há uma considerável literatura que tem discutido sua aplicação teórica. No entanto, não poderia alcançar os fins argumentativos que pretendo sem fazer este caminho explicativo. Como identificação, em seu uso cotidiano, queer se apresenta como um recurso provisório a ser empregado a pessoas que não estabelecem para si identidades resultantes de suas práticas sexuais e performatividades de gênero (BUTLER, 2008 [1990]; COLLING; ARRUDA; NONATO, 2019) ou aquelas já presentes no vocabulário do movimento LGBTQ+. Também pode remeter-se a um grupo cujas identidades sexuais e de gênero não podem ser heteroatribuídas. Nesse caso, mesmo quando autoidentificadas, havendo a presença de outras existências não inteligíveis por palavras previamente disponíveis no léxico de uma língua, referir-se-á ao todo do grupo como queer. Em outros casos, pode ser citado como um sinônimo de LGBTQ+. Essa é uma observação que faço com base nos usos ordinários entre pessoas não heterossexuais e/ou não cisgênero brasileiras e estrangeiras falantes de língua inglesa, e em alguns textos acadêmicos. Esse uso não tem qualquer relação com o teórico elaborado pela chamada Teoria Queer. Abaixo, segue uma extensa citação — porque não poderia colocar em melhores e mais completas palavras — da noção de queer trazida por Warner (1993), um dos principais intelectuais dessa corrente de pensamento.

A preferência por “queer” representa, entre outras coisas, um impulso agressivo de generalização; rejeita uma lógica minoritária de tolerância ou simples representação política de interesses em favor de uma resistência mais completa aos regimes do normal. Para os acadêmicos, interessar-se pela teoria queer é uma maneira de bagunçar os espaços dessexualizados da academia, exalar alguma rotina, reimaginar os públicos de e para os quais os intelectuais acadêmicos escrevem, vestem-se e apresentam-se. Nervosas com a perspectiva de uma versão acadêmica bem sancionada e compartimentada de “estudos lésbicos e gays”, as pessoas querem fazer teoria queer, não apenas ter uma teoria sobre queers. Tanto para acadêmicos quanto para ativistas, “queer” ganha uma vantagem crítica ao se definir contra o normal e não contra o heterossexual, e o normal inclui negócios normais na academia. [...] A insistência no “queer” — termo inicialmente gerado no contexto do terror — tem o efeito de apontar um amplo campo de normalização, ao invés da simples intolerância, como o lugar da violência. Seu brilhantismo como estratégia de nomeação está em combinar a resistência nesse amplo terreno social com uma resistência mais específica nos terrenos da fobia e do *queer-bashing*, por um lado, ou do prazer, por outro. “Queer”, portanto, também sugere a dificuldade em definir a população cujos interesses estão em jogo na política queer. [...] “Queer” também é uma forma de cortar as divisões obrigatórias de gênero, embora o gênero

continue sendo uma linha divisória.¹⁴⁵ (WARNER, 1993, p. xxvi–xxvii, tradução minha, grifos meus).

Ciente desse sentido do termo, Baudinette (2019) o utiliza como uma categoria que nomeia práticas sexuais e de gênero que transgridem os limites da heteronormatividade e desestabilizam a suposição da natureza da heterossexualidade. Desse modo, considera as séries *boys love* como mídia queer, posto que elas (i) *desafiam a heteronormatividade através de representações de homoerotismo masculino*, (ii) *proporcionam novas formas de consumir ídolos baseado na resposta afetiva a casais homoeróticos masculinos*, (iii) *estimulam mulheres desprivilegiadas a serem mais ativas na indústria cultural tailandesa*, (iv) *provém visibilidade às minorias sexuais*¹⁴⁶. No entanto, tendo a discordar de sua aplicação terminológica nessa chave interpretativa do queer, posto que o fato de o conteúdo dessas séries poder desafiar a heterossexualidade compulsória, muito mais que a heteronormatividade, em alguns pontos, não é suficiente para que elas sejam consideradas queer.

Há uma diferença, do meu ponto de vista teórico, entre um conteúdo que produza ou represente uma *política queer* (segundo uso) e um que seja questionador da heterossexualidade compulsória por representar sujeitas queer (primeira uso). Sem dúvidas, as séries *boys love* desnaturalizam a heterossexualidade e trazem a homossexualidade, e antes de qualquer coisa, o desejo homoerótico, para a dimensão do possível, do natural, porque apresentados, sobretudo, como ordinários. Mas o questionamento da heteronormatividade não ocorre concomitante ou automaticamente com a resistência à compulsoriedade da heterossexualidade. Esses fenômenos são

¹⁴⁵ “The preference for ‘queer’ represents, among other things, an aggressive impulse of generalization; it rejects a minoritizing logic of toleration or simple political interest-representation in favor of a more thorough resistance to regimes of the normal. For academics, being interested in queer theory is a way to mess up the desexualized spaces of the academy, exude some rut, reimagine the publics from and for which academic intellectuals write, dress, and perform. Nervous over the prospect of a well-sanctioned and compartmentalized academic version of ‘lesbian and gay studies’, people want to make theory queer, not just to have a theory about queers. For both academics and activists, ‘queer’ gets a critical edge by defining itself against the normal rather than the heterosexual, and normal includes normal business in the academy. [...] The insistence on ‘queer’—a term initially generated in the context of terror—has the effect of pointing out a wide field of normalization, rather than simple intolerance, as the site of violence. Its brilliance as a naming strategy lies in combining resistance on that broad social terrain with more specific resistance on the terrains of phobia and queer-bashing, on one hand, or of pleasure, on the other. ‘Queer’ therefore also suggests the difficulty in defining the population whose interests are at stake in queer politics. [...] ‘Queer’ is also a way of cutting against mandatory gender divisions, though gender continues to be a dividing line.” (WARNER, 1993, p. xxvi–xxvii).

¹⁴⁶ Esses argumentos foram apresentados por ele durante uma série de conferências sobre a cultura *boys love* realizadas em universidades tailandesas em setembro de 2022.

distintos. Assim como não apenas pessoas de expressões de gênero e sexualidade não heterossexuais ou não cisgênero (queers) podem confrontar a heteronormatividade. Elas podem tanto mais reforçar o conjunto de discursos, os modos de ser e viver que a conformam.

Para que meu argumento se torne mais evidente, precisamos voltar a definições e diferenciações básicas de *heterossexualidade compulsória*, *heteronormatividade* e *homonormatividade*, conceitos que aparentemente perderam-se tanto mais em seus usos acadêmicos pouco claros e aprofundados que em seus usos vulgares. Venho observando que há uma verdadeira confusão, que culminou na fusão da definição de ambos os conceitos. Ativistas e/ou acadêmicas pouco falam em heterossexualidade compulsória, tudo agora se trata de heteronormatividade, aplicando-a com o sentido da primeira, e perdendo seu próprio conteúdo heurístico. Mas devo dizer que, não, esses conceitos não são sinônimos. Estão intimamente relacionados, mas nomeiam fenômenos distintos e seu uso combinado é amplamente necessário para pensarmos formas de regulação sexual e de gênero.

Ambos os conceitos giram em torno do que Rich (2010 [1993]) chamou de *heterocentricidade*, que, embora não conceituado diretamente em seu ensaio, podemos compreender como uma interpretação e modelação da existência humana, quaisquer que sejam, através da experiência heterossexual. O conceito de *heterossexualidade compulsória* — seminal entre os estudos sobre a sexualidade das décadas de 1980 em diante, notadamente os estudos lésbicos — consiste em um instrumento teórico, com o qual ela propõe, na esteira da teoria foucaultiana sobre a sexualidade como um dispositivo (FOUCAULT, 2017a [1976]), examinar a “[...] heterossexualidade como uma instituição política [...]” (RICH, 2010, p. 19), uma ideologia, produzida e fortalecida pela família, pela religião judaico-cristã e pelo Estado. Acrescentaria a sua análise, de acordo com o desenvolvimento de seu próprio texto, o conhecimento científico ocidental, especialmente os campos da Psiquiatria, da Ginecologia e da Biologia, a mídia e a arte (pintura, literatura etc.), como domínios que produzem e reforçam a ideologia heterossexual.

Aplicado à investigação sobre a existência lésbica, tem por objetivo de elaborar “uma crítica feminista da orientação compulsoriamente heterossexual das mulheres [...]” (RICH, 2010, p. 22). Com esse conceito, ela apreende o fenômeno da imposição da heterossexualidade como disposição inata para mulheres e homens, com especial atenção

às formas de socialização das primeiras, que se reproduz a partir de uma série de práticas sociais que vão da violência física e simbólica ao domínio da consciência. Esse modo compulsório de vida, quando não tratado em si mesmo, tomado como objeto de escrutínio e questionamento, continuará a mascarar as relações políticas, isto é, as relações de poder que a constitui como regime de verdade.

O conceito de *heteronormatividade*, por sua vez, desloca nosso olhar para pensar a compulsoriedade da heterossexualidade por outro ponto de vista. Não aquele da repressão e interdição diretas por meio da patologização ou criminalização do homoerotismo que ocorreu no século 19, mas pelo prisma da assimilação e normatização das práticas homoeróticas e homossexuais. Dito isso, compreende-se como a heteronormatividade discute o lugar da heterossexualidade como referente da cultura sexual (BERLANT; WARNER, 1993) — no singular, mesmo. Visitemos, então, o conceito segundo a definição de Berlant e Warner (1993):

Por heteronormatividade entendemos as instituições, estruturas de compreensão e orientações práticas que fazem a heterossexualidade parecer não apenas coerente — isto é, organizada como uma sexualidade — mas também privilegiada. Sua coerência é sempre provisória, e seu privilégio pode assumir várias formas (às vezes contraditórias): não marcada, como idioma básico do pessoal e do social; ou marcado como estado natural; ou projetada como uma realização ideal ou moral. Consiste menos em normas que poderiam ser resumidas como um corpo de doutrina do que em um senso de retidão produzido em manifestações contraditórias — muitas vezes inconscientes, imanentes à prática ou às instituições. Contextos que têm pouca relação visível com a prática sexual, como narrativa de vida e identidade geracional, podem ser heteronormativos nesse sentido, enquanto em outros contextos as formas de sexo entre homens e mulheres podem não ser heteronormativas. A heteronormatividade é, portanto, um conceito distinto da heterossexualidade. Uma das diferenças mais evidentes é que não tem paralelo, ao contrário da heterossexualidade, que organiza a homossexualidade como seu oposto. Como a homossexualidade nunca pode ter a justiça invisível, tácita e fundadora da sociedade que a heterossexualidade tem, não seria possível falar de “homonormatividade” no mesmo sentido¹⁴⁷. (BERLANT; WARNER, 1993, p. 548, tradução minha).

¹⁴⁷ “By heteronormativity we mean the institutions, structures of understanding, and practical orientations that make heterosexuality seem not only coherent—that is, organized as a sexuality—but also privileged. Its coherence is always provisional, and its privilege can take several (sometimes contradictory) forms: unmarked, as the basic idiom of the personal and the social; or marked as a natural state; or projected as an ideal or moral accomplishment. It consists less of norms that could be summarized as a body of doctrine than of a sense of rightness produced in contradictory manifestations—often unconscious, immanent to practice or to institutions. Contexts that have little visible relation to sex practice, such as life narrative and generational identity, can be heteronormative in this sense, while in other contexts forms of sex between

É o privilégio da heterossexualidade “[...] como uma realização ideal ou moral” (BERLANT; WARNER, 1993, p. 548, tradução minha) que quero ressaltar em diálogo com as autoras. Ainda que seu privilégio como estado de natureza persista, nas novas formas de relações de poder que mantém com outras expressões de cultura sexual, o primeiro ganha notoriedade na organização das práticas e desejo de pessoas não heterossexuais e/ou não cisgênero. A heteronormatividade, caracterizada como o *sensu de retidão* que a heterossexualidade assume, não se manifesta apenas no sexo e em suas representações, mas atravessa os — e produz-se nos — múltiplos campos sociais e estatais — a educação, o direito, a saúde, a arte e o comércio — e a partir de dispositivos (FOUCAULT, 2017a), como o nacionalismo (BERLANT; WARNER, 1993). Tendo em vista essa capilarização da heterossexualidade pela heteronormatividade de tal forma em diferentes práticas e campos, seu combate se situa muito distante da simples eleição de inimigos ordinários¹⁴⁸, passa por um “[...] ‘sentido angustiante de recontextualização’ [...]”¹⁴⁹ (BERLANT; WARNER, 1993, p. 556, tradução minha), e uma disposição à crítica e resistência aos processos de normalização (FOUCAULT, 2018 [1975]).

Ao pensar a sexualidade para além das suas representações como forma de intimidade e subjetividade — em uma crítica à heteronormatividade da cultura estadunidense como dispositivo que reforça essas representações e pressupõe o aprisionamento da sexualidade aos recônditos da intimidade como projeto de manutenção da *cultura heterossexual* — Berlant e Warner (1993) vão ser incisivos ao defender que estratégias que ressoem essa personalização e retração da sexualidade ao íntimo serão inócuas no combate a esse dispositivo. Este, como sugerem, “[...] não é algo

men and women might not be heteronormative. Heteronormativity is thus a concept distinct from heterosexuality. One of the most conspicuous differences is that it has no parallel, unlike heterosexuality, which organizes homosexuality as its opposite. Because homosexuality can never have the invisible, tacit, society-founding rightness that heterosexuality has, it would not be possible to speak of ‘homonormativity’ in the same sense.” (BERLANT; WARNER, 1993, p. 548).

¹⁴⁸ Em resposta a Biddy Martin, que considerou as críticas de teóricas queer como um medo da banalidade ou normalidade, as autoras respondem o seguinte: “ser contra a heteronormatividade não é ser contra as normas. Ser contra os processos de normalização é não ter medo da banalidade. Tampouco é defender a ‘existência sem limites’ que ela vê como produzida por maus foucaultianos (‘EH’, p. 123). Tampouco é decidir que as identificações sentimentais com a família e os filhos são lixo ou lixo, ou transformar as pessoas em lixo ou lixo. Nem é dizer que qualquer sexo chamado ‘fazer amor’ não é fazer amor; quaisquer que tenham sido os encargos ideológicos ou históricos da sexualidade, eles não excluíram, e de fato podem ter implicado, a capacidade do sexo de contar como intimidade e cuidado. O que temos argumentado aqui é que o espaço da cultura sexual tornou-se detestavelmente apertado por fazer o trabalho de manter uma metacultura normal.” (BERLANT; WARNER, 1993, p. 557, tradução minha).

¹⁴⁹ [...] “wrenching sense of recontextualization” [...]. (BERLANT; WARNER, 1993, p. 556).

que pode ser facilmente redefinido ou desmentido por atos de vontade individuais, por uma subversividade imaginada apenas como pessoal [...]”¹⁵⁰ (BERLANT; WARNER, 1993, p. 566, tradução minha). O caminho para seu contraponto passa pelas bases da formação pública, de práticas e discursos nos quais a privacidade não seja seu fundamento¹⁵¹, porque a “[...] cultura queer se constitui de muitas maneiras além dos públicos oficiais da cultura de opinião e do Estado, ou através das formas privatizadas normalmente associadas à sexualidade.”¹⁵² (BERLANT; WARNER, 1993, p. 558, tradução minha).

À guisa de conclusão, cabe-me discutir um último conceito muito mais brevemente que os anteriores, que está intimamente relacionado com as ideias de heterossexualidade compulsória e homonormatividade, e vem sendo trabalhado e desenvolvido especialmente por teóricos da chamada Teoria Queer de Cor (REA; AMANCIO, 2019): a *homonormatividade*. Este conceito, cunhado por Duggan, nomeia

[...] a nova política sexual neoliberal [...] que não contesta as premissas e instituições heteronormativas dominantes, mas as respeita e as apoia, ao mesmo tempo que promete a possibilidade de um eleitorado gay desmobilizado e uma cultura gay privatizada, ancorada na domesticidade, no consumo e na privacidade.¹⁵³ (DUGGAN, 2003, p. 50, tradução minha).

Essa nova homonormatividade vem equipada com uma recodificação retórica de termos-chave na história da política gay: “igualdade” torna-se estreito, acesso formal a algumas instituições conservadoras, “liberdade”

¹⁵⁰ “[...] is not something that can be easily rezoned or disavowed by individual acts of will, by a subversiveness imagined only as personal [...]” (BERLANT; WARNER, 1993, p. 566).

¹⁵¹ Berlant e Warner analisam duas cenas. Na primeira, um casal de amigos heterossexuais conta-lhes sobre as descobertas sexuais que têm no uso de vibradores e outros brinquedos eróticos, e que só podiam compartilhar os sentimentos dessa experiência com eles, porque para os amigos heterossexuais eles não seriam mais que pervertidos. Na segunda, em um evento de performances sexuais chamado Pork, assistem à uma performance que consistia em alimentar até exaustão um parceiro sexual. Sobre essas cenas, elas assertam: “temos argumentado que o sexo abre uma cunha para a transformação daquelas normas sociais que requerem apenas sua inteligibilidade estática ou sua morte como fonte de significado. Nesses casos, porém, os caminhos da publicidade levaram à produção de contextos corporais não heteronormativos. Eles pretendiam mundos não heteronormativos porque se recusavam a fingir que a privacidade era sua base; porque eram formas de sociabilidade que desvinculavam dinheiro e família do cenário da boa vida; porque fizeram do sexo a consequência de mediações públicas e autoatividade coletiva de uma forma que produzia prazeres imprevistos; porque, por sua vez, procuravam constituir um contexto de apoio a suas práticas; porque seus prazeres não foram comprados por uma pastorícia redentora do sexo, nem pela amnésia obrigatória sobre fracasso, vergonha e aversão.” (BERLANT; WARNER, 1993, p. 567, tradução minha).

¹⁵² “[...] queer culture constitutes itself in many ways other than through the official publics of opinion culture and the state, or through the privatized forms normally associated with sexuality.” (BERLANT; WARNER, 1993, p. 558).

¹⁵³ “The new neoliberal sexual politics of the IGF might be termed the new homonormativity—it is a politics that does not contest dominant heteronormative assumptions and institutions, but upholds and sustains them, while promising the possibility of a demobilized gay constituency and a privatized, depoliticized gay culture anchored in domesticity and consumption.” (DUGGAN, 2003, p. 50).

torna-se impunidade para o fanatismo e vastas desigualdades na vida comercial e na sociedade civil, o “direito à privacidade” torna-se confinamento doméstico, e a própria política democrática torna-se algo a ser evitado. Tudo isso se soma a uma cultura corporativa gerida por um Estado mínimo, alcançada pela privatização neoliberal da vida tanto afetiva quanto econômica e pública.¹⁵⁴ (DUGGAN, 2003, p. 65–66, tradução minha).

Como argumentaram Berlant e Warner (1993), não é possível pensarmos em homonormatividade no mesmo sentido que a heteronormatividade. Uma leitura atenta compreenderá que Duggan (2003) não sugere algo parecido com isso. Se o anterior nomeia um conjunto de práticas e instituições que instituem a heterossexualidade como referente moral, com vistas a normalização dos corpos e das práticas sexuais; o primeiro, longe de ser “[...] uma modalidade particular da heteronormatividade [...]” (OLIVEIRA, 2013, p. 69), é um conceito que nomeia o processo de assimilação e reprodução de práticas e discursos heteronormativos¹⁵⁵ e o reforço de outras normatividades não somente sexuais ou de gênero, mas igualmente raciais, étnicas, sobretudo no impulsionamento de discursos homonacionalistas¹⁵⁶ (PUAR, 2012 [2007], 2015 [2011]). A noção de homonormatividade dialoga diretamente com o que Bourcier chamou de “[...] reconfiguração etnossexual do sujeito [...]”, a criação do bom homossexual, que agora está investido de valor no capitalismo neoliberal (BOURCIER, 2015).

¹⁵⁴ “This new homonormativity comes equipped with a rhetorical recoding of key terms in the history of gay politics: ‘equality’ becomes narrow, formal access to a few conservatizing institutions, ‘freedom’ becomes impunity for bigotry and vast inequalities in commercial life and civil society, the ‘right to privacy’ becomes domestic confinement, and democratic politics itself becomes something to be escaped. All of this adds up to a corporate culture managed by a minimal state, achieved by the neoliberal privatization of affective as well as economic and public life.” (DUGGAN, 2003, p. 65–66).

¹⁵⁵ Drucker elencou cinco características que definem o que chamou de “[...] novo padrão hegemônico da normalidade gay [...]”, a saber: “a autodefinição da comunidade lésbica/gay como uma minoria estável, uma crescente conformidade de gênero, a marginalização das pessoas trans e de outras minorias no interior da minoria, a cada vez maior integração à nação, e a formação de novas famílias lésbicas/gays normalizadas.” (DRUCKER, 2017, p. 200).

¹⁵⁶ De acordo com Jasbir Puar (2015, p. 298), o homonacionalismo descreve “[...] a utilização de ‘aceitação’ e ‘tolerância’ relativamente a sujeitos gays e lésbicas como barômetro de avaliação da legitimidade e capacidade para a soberania nacional.” É “[...] fundamentalmente uma crítica à forma como os discursos dos direitos liberais de lésbicas e gays produzem narrativas de progresso e modernidade que continuam a conceder a algumas populações o acesso a formas culturais e legais de cidadania, em detrimento do abandono parcial e integral dos direitos das restantes populações. Posto de uma forma simples, o homonacionalismo corresponde à ascensão em simultâneo do reconhecimento legal, de consumidor e representativo dos sujeitos LGBTQ, e à restrição das prestações sociais, dos direitos dos imigrantes e da expansão do poder do Estado nas tarefas de supervisão, detenção e deportação.” (PUAR, 2015, p. 299). E deve ser compreendido um campo de forças, um processo, “[...] e não como uma atividade ou propriedade de qualquer Estado-nação, organização ou indivíduo.” (PUAR, 2015, p. 299).

Há, como espero ter mostrado, duas aplicações para queer: uma identificatória/descriptiva e uma teórico-política. Neste trabalho, como expliquei acima, prefiro não utilizar o termo queer da primeira maneira, nos seus sentidos vulgares, preferindo aplicá-la, quando necessário, em seu sentido teórico-político, nos termos de uma *política queer*. Dessa forma, concluo argumentando que, embora as séries *boys love* possam ser compreendidas como mídia queer a partir do primeiro sentido, elas não podem ser compreendidas como e nem representativas de uma *política queer*. As representações veiculadas nelas refletem mais um estímulo à heteronormatividade que ao seu questionamento, não obstante fãs e teóricas questionem esse fenômeno, por exemplo, nas críticas aos reiterados usos do termo “esposa” pelo *seme* (ativo/dominador) em relação ao *uke* (passivo/submisso); à contínua representação de duas personalidades antagônica e complementares com base em estereótipos de gênero, o *seme* (ativo/dominador) e o *uke* (passivo/submisso), e ao desequilíbrio de poder entre elas; à ridicularização de pessoas não cisgênero, como as *kathoey*, ou com performatividades de gênero não normativas, como homens gays afeminados, os chamados *tut* ou *tootsies* (JACKSON, 2000; KÄNG, 2013) — essas críticas também poderiam ser estendidas à invisibilidade de identidades *tom* (JACKSON, 2000; KÄNG, 2013) nas séries e na não representação de casais não cisgêneros nas séries *boys love*.

Contudo, devo deixar explícito que minha escolha teórica não implica desconsiderar os impactos das séries *boys love*, seus efeitos, sobre a comunidade LGBT+ ou queer tailandesa e sua população em geral, outrossim de outros países asiáticos e ocidentais que as consomem, como mostrarei nos capítulos seguintes. Vejamos que são duas considerações independentes.



Inegavelmente o uso da categoria queer viaibiliza muito mais a complexidade e pluralidade de categorias identitárias¹⁵⁷ da sexualidade (i.e., homossexual, bissexual,

¹⁵⁷ Pode incluir homens e mulheres homossexuais, bissexuais e pansexuais; homens e mulheres transgênero; pessoas não binárias; pessoas assexuais ou demissexuais etc. O termo também pode incluir pessoas heterossexuais que (i) fazem parte de subculturas eróticas como o BDSM, experimentam e vivenciam o erotismo (desejo e prazer) de maneiras não normativas (i.e., aquelas presumidas pela heterossexualidade compulsória e heteronormatividade), (ii) que estão em relacionamentos abertos ou quaisquer outros arranjos eróticos não monogâmicos, (iii) que divergem da matriz de inteligibilidade de gênero na sua performatividade cotidiana (e.g. homens afeminados, que usam saltos, roupas consideradas femininas, como os *crossdressers*). Essa inclusão pode ser feita à medida em que essas identidades heterossexuais, por meio de suas práticas nas dimensões da sexualidade, do gênero, do prazer e do desejo deslocam-se dos pressupostos heteronormativos e produzem uma crítica a eles.

pansexual), do gênero (i.e., homem ou mulher transgênero/cisgênero, pessoa não binária etc.), do desejo (i.e., alossexuais, assexuais, demissexuais etc.) e do prazer (i.e., kinks, leathers, voyeurs, exibicionistas, ativos, passivos, gouines etc.). A movimentação das pessoas entre as identificações da primeira e das duas últimas categorias identitárias produz seu erotismo, isto é, molda sua experimentação e percepção do erótico, a partir de seus objetos de desejo — ou da ausência deles — e de suas noções particulares de prazer.

No entanto, ao mesmo tempo que o termo diz muito, confunde, pela sua generalidade. Tanto queer quanto LGBT são produtos importados da sociedade estadunidense, um mais antigo e outro mais recente. Mas queer ainda não se tornou um conceito capilarizado socialmente. Tendo em vista os usos observados entre as interlocutoras e colaboradoras indiretas de termos e acrônimos para representação de gênero e sexualidades não normativas, a historicidade da política e movimentos identitários no Brasil e a popularidade do acrônimo LGBT, e minha preferência terminológica, privilegiá-lo-ei neste texto com o sentido de multiplicidade e indefinição do queer. Mas também com o sentido de definição identitária operado pela presença dos caracteres que remetem às identidades lésbica, gay, bissexual, travesti e transgênero. LGBT+ pode dizer sobre identidade e pluralidade, sobre o devir e a multiplicidade da sexualidade, que se exemplifica no sinal aditivo “+”.

Utilizo-o sem o “Q” de queer, porque entendo que este não se resume a uma identidade única, mas a uma miríade de identificações e expressões de gênero, sexualidade e práticas sexuais, entre as quais as identidades LGBT se encontram. Nesse sentido, preferi não operar essa redundância. Priorizo o LGBT+ ao LGBTQIAP+, porque esta e demais extensões, sempre deixarão outras identificações de fora. Ademais, se partirmos da premissa de acréscimo de todas as que vierem a surgir, teremos um acrônimo muito provavelmente ilegível pelo seu tamanho.

Algumas pessoas podem dizer que essa opção opera um apagamento. Este não seria tanto maior quanto o produzido pelo queer como categoria guarda-chuva. Afinal, toda identidade ou macrocategorias produzem apagamentos. O que tentei aqui foi privilegiar a terminologia que faz mais sentido socioculturalmente para as sujeitas da pesquisa e para mim a partir dos sentidos correntes.

2 O FANDOM DE SÉRIES BOYS LOVE NO BRASIL

Neste capítulo, apresentarei informações sociodemográficas de parte do *fandom* brasileiro, obtidas através de mais de 300 respostas a um questionário Google Forms que foi divulgado no Twitter e no Telegram. Concernente às práticas de fã, discutirei a cultura do *ship* e a prática de *fanservice* como elementos essenciais da experiência de consumo do *fandom* e das estratégias comerciais e promocionais da indústria *boys love* tailandesa.

2.1 PERFIL SOCIAL

As variações sociodemográficas entre as fãs e suas influências no *fandom* — quanto ao seu consumo e produção de significado sobre o objeto de afeto — são elementos de interesse analítico nos Estudos de Fãs (SANDVOSS, 2013 [2005]). Tendo em vista que tanto a literatura sobre *boys love* quanto sobre *fandom* me colocavam algumas dúvidas em relação ao meu grupo de estudo, investi na possibilidade de uma pesquisa quantitativa como complemento ao método qualitativo que constitui a maior parte da metodologia deste trabalho.

O questionário foi elaborado na plataforma Google Forms (Anexo A) e compartilhado no meu Twitter pessoal, sendo marcadas algumas contas com as quais interagia ou seguia — algumas das quais eram minhas *moots*¹⁵⁸. Compartilhei também em canais *fansubs* no Telegram, assim como no da Central Boys Love e no BSW. O formulário ficou aberto para receber respostas por 12h. Divulgado a partir das 13h de 19 de março de 2022, foi fechado no mesmo horário do dia seguinte, 20 de março de 2022. Minha pretensão inicial era mantê-lo aberto até o alcance de 100 respostas ou por uma semana, ou um mês, caso não alcançasse a meta em menos tempo. No entanto, não cogitava que o engajamento do *fandom* para divulgá-lo e respondê-lo seria tão grande. Como resultado, em apenas 12h, o formulário já tinha recebido 324 respostas. Assim, de modo a não colher mais informações do que poderia analisar, e tendo superado a meta estabelecida, foi suspenso.

Não limitei o acesso ao formulário por login, para não prejudicar o engajamento das pessoas em respondê-lo. Essa é uma função disponível na plataforma Google Forms, e exige uma conta Google, à qual a pessoa é exigida a conectar-se para responder as

¹⁵⁸ Significando “mutual”, trata-se de uma forma, utilizada no *fandom*, de referir-se às pessoas que te seguem de volta no Twitter.

perguntas. Não o fiz, posto que nem todas as pessoas usam o sistema Android, embora a maioria o tenha, ou possam ter uma conta dessa plataforma — e o fato de tê-la não garante seu uso. Ademais, a dinamicidade das experiências na internet faz as movimentações e oportunidades ocorrerem rapidamente. A solicitação de login poderia desmotivar as pessoas logo de início. O fato de ser um formulário simples em suas perguntas e curto também foi crucial para o sucesso de respostas.

O questionário foi elaborado com 13 perguntas — 12 obrigatórias e 1 opcional — e 2 campos abertos de preenchimento também opcional. As obrigatórias eram da 1^a-12^a. A opcional era a 13^a. Como buscava saber se a pessoa consumia outros produtos da cultura pop de países do continente asiático, a resposta só precisaria ser dada com a escolha de produtos elencados ou com a inserção de novos na opção “outro” por quem de fato os consumisse. Sobre os campos abertos, dispostos no final do questionário: um era para a pessoa deixar seu contato caso tivesse interesse em participar da pesquisa — das quais selecionaria algumas para a fase de entrevistas — e o outro para observações e comentários adicionais.

Das perguntas obrigatórias, apenas duas eram abertas: a que perguntava a idade da pessoa (1^a) e como ela conheceu as séries *boys love* (8^a). Entre as questões fechadas, com exceção da 2^a, 6^a, 7^a, 9^a, 10^a e 11^a, as demais tinham a opção “outro”, na qual a respondente poderia colocar uma resposta diferente das elencadas a sua disposição.

As perguntas sociodemográficas (1^a, 2^a, 3^a, 4^a e 5^a) tinham por fito apontar o perfil do *fandom* em termos de (i) geração, (ii) localização geográfica, (iii) identidade de gênero, (iv) sexualidade e (v) raça/cor/etnia. Busquei mais detidamente entender o que de diferente o contexto brasileiro poderia manifestar em relação aos perfis trazidos por pesquisas em outros países.

As perguntas 10, 12 e 13 eram de múltipla escolha, porquanto, na prática das fãs, com base na minha experiência em campo, mais de uma plataforma pode ser utilizada para consumo de séries e subprodutos ligados a elas, assim como as fãs podem ser consumidoras de uma variedade de produtos da cultura pop de países asiáticos.

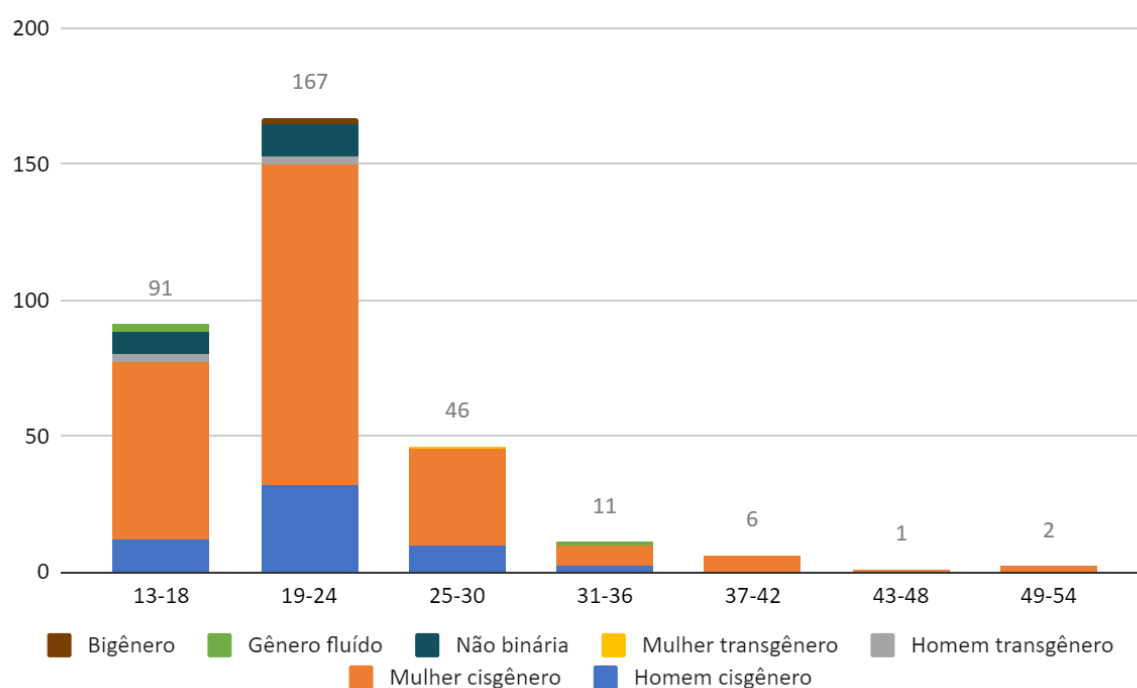
Apresentarei e discutirei abaixo os dados obtidos com o formulário.

2.1.1 Faixa etária e proveniência

Os resultados apontaram que a maior faixa etária no universo de 324 respondentes é a de fãs entre 19–24 anos (167), seguida daquelas entre 13–18 (91) e 25–30 (46) anos

(Pergunta 1; Gráfico 1). Há a predominância de mulheres cisgênero em todas. Nas três principais, elas são numericamente 118, 65 e 35, seguidas de homens cisgênero (32 entre 19–24, 12 entre 13–18 e 10 entre 25–30), pessoas não binárias (12 entre 19–24 anos e 8 entre 13–18), homens transgênero (3 entre 19–24 e 3 entre 13–18) e pessoas bigênero (2 entre 19–24).

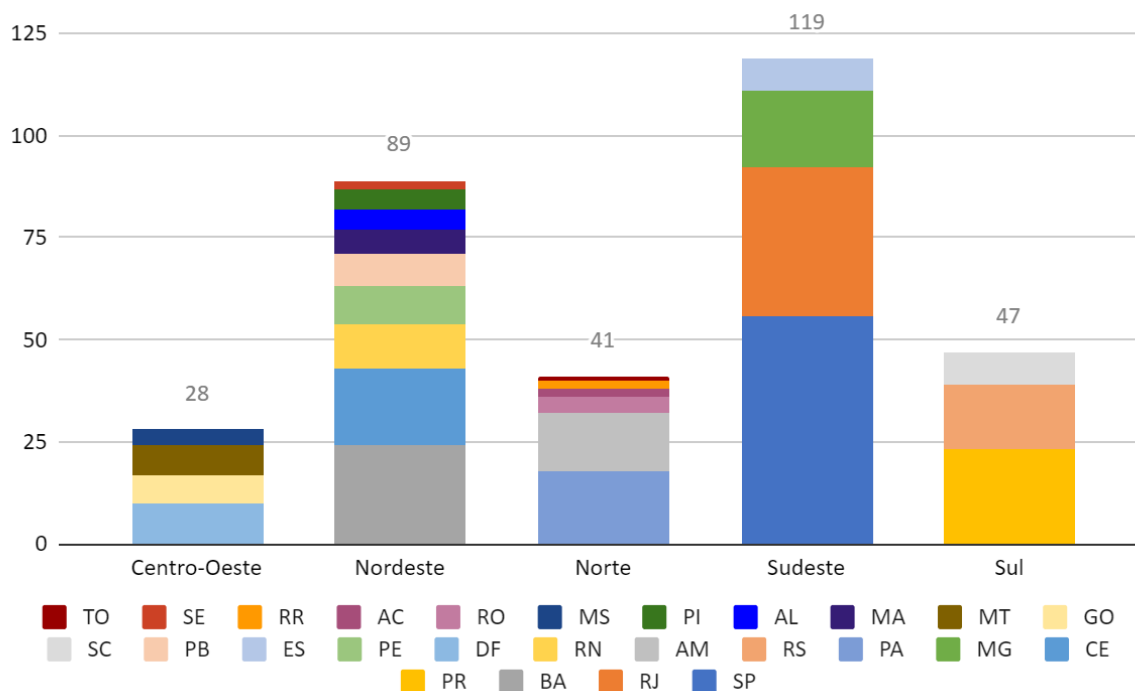
Gráfico 1 — Faixa etária.



Fonte: minha autoria, 2022.

Entre 37–54 anos, há apenas mulheres cisgênero, a mais velha tem 52 anos. No telegram, cheguei a conversar com três mulheres mais velhas, com respectivamente 54, 55 e 64 anos. Ainda que tenha havido apenas uma respondente com idade acima dos 50, acredito, tanto pelo meu contato com essas três outras quanto por observações flutuantes (PÉTONNET, 2008) em plataformas digitais, especialmente no Instagram, que esse grupo tem uma abrangência maior que os dados obtidos nesta pesquisa permitem-nos supor¹⁵⁹.

¹⁵⁹ O consumo intergeracional de séries boys love é um fenômeno também interessante e notável para pesquisas futuras, sobretudo a partir da abordagem dos significados atribuídos a essas produções e as motivações de consumo por diferentes faixas etárias, com especial atenção à experiência de consumo de mulheres velhas, isto é, acima dos 60 anos.

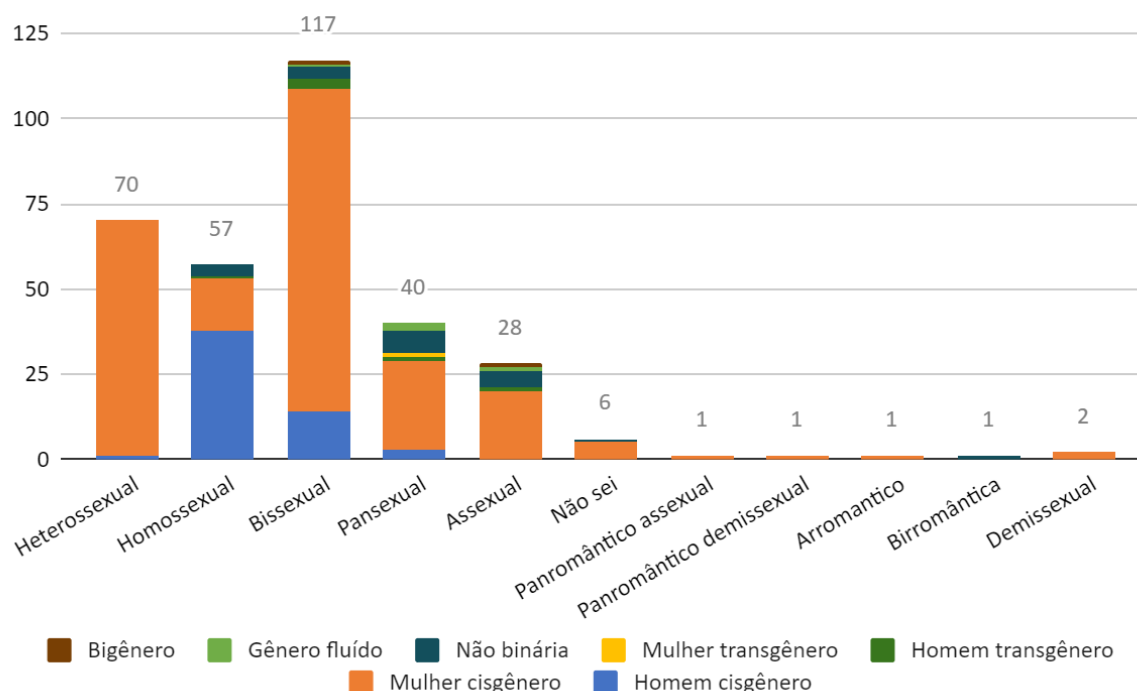
Gráfico 2 — Proveniência estadual e regional.

Fonte: minha autoria, 2022.

No que concerne à espacialidade geográfica do *fandom* (Pergunta 2; Gráfico 2), temos que a maioria das respondentes são da região Sudeste (119). Em segundo lugar está a região Nordeste (89), seguida da Sul (47), Norte (41) e Centro-Oeste (28). São Paulo (56) é o estado com maior número de consumidoras, seguido de Rio de Janeiro (36), Bahia (24), Ceará, Minas Gerais (19), Pará (18), Rio Grande do Sul (16), Amazonas (14), Rio Grande do Norte (11) e Distrito Federal (10).

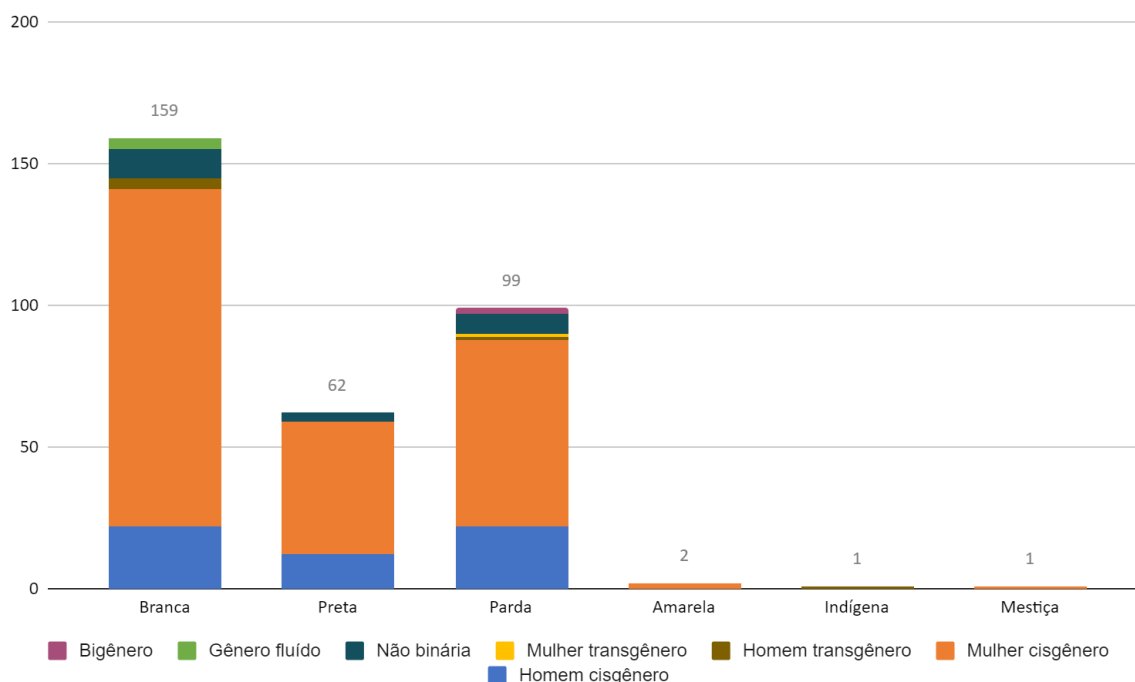
2.1.2 Gênero, sexualidade e cor/etnia

Como suspeitava, se há uma discrepância muito grande em termos de gênero, com homens e mulheres cisgênero somando 291 respondentes — das quais 235 são mulheres — há uma ainda maior em termos de sexualidade, com uma predominância de pessoas não heterossexuais (248, excluídas as que disseram não saber sua sexualidade) — das quais 95 mulheres cisgênero são bissexuais; 26, homossexuais; 15, pansexuais; 38 homens cisgênero são homossexuais e 14, bissexuais. Há igualmente a presença de pessoas não cisgênero, figurando entre as respondentes 20 pessoas não binárias, 6 homens transgênero, 4 pessoas de gênero fluído e 1 mulher transgênero, todas não heterossexuais (Pergunta 3 e 4; Gráfico 3).

Gráfico 3 — Identidade de gênero e sexualidade.

Fonte: minha autoria, 2022.

Esses dados nos permitem relativizar argumentos do *fandom* e presentes na literatura internacional sobre o público do gênero *boys love* (BAUDINET, 2020; FERMIN, 2013a, 2013b; KÜNZLER 2020; MCLELLAND 2005; ZHANG, 2021; ZSILA et al., 2018) ser majoritariamente feminino e heterossexual — tensionamentos já encampados por fãs LGBT+. Não obstante esses dados não imponham uma nova verdade — nem se pretenda a isso — sobre o perfil da consumidora, ao menos coloca limites a essa generalização no que diz respeito ao público brasileiro. Sobretudo em uma época em que, se discursos conservadores se erigem com maior organização e força, há também a produção de contradiscursos e de uma maior liberdade corporal, sexual e de gênero no Ocidente, em geral, e no Brasil, em específico.

Gráfico 4 — Cor e etnia.

Fonte: minha autoria, 2022.

As respondentes são majoritariamente negras, se somados os dados de pretas e pardas, perfazendo um total de 161 pessoas — 99 pardas e 62 pretas. Analisadas em separado, a cor branca seria o maior índice racial entre as respondentes, com 159 pessoas assim autoidentificadas. Duas pessoas se identificaram como amarelas, uma como indígena e uma como mestiça (Pergunta 5; Gráfico 4). Na ausência de heteroidentificação, não podemos dar esses dados como irrefutáveis, uma vez que os traços fenotípicos das informantes não foram analisados. Mas levando em conta o fato de essas pessoas terem se identificado conforme suas experiências raciais localizadas e que o questionário não era uma peça de nenhum processo seletivo, pressupondo alguma “vantagem” com base na identidade racial, acredito que essas informações sejam mais críveis neste que noutros contextos.

2.1.3 A identidade fã, o consumo e a produção de conteúdo *boys love*

A ideia de *fandom boys love* é deveras abstrata. Um grupo tão heterogêneo só pode ser reunido em uma categoria, primeiramente, por seu interesse em comum em um gênero audiovisual e/ou literário. E, ainda assim, o nível de engajamento enquanto fã assume níveis variados, indo daquela mais observadora e menos participativa, consumidoras

casuais (JENKINS, 2008), até as completamente investidas no *fandom* e no consumo de *boys love*, as *cultuadoras* ou *entusiastas* (ABERCROMBIE; LONGHURST, 1998), entre as quais considero as que atuam na divulgação de notícias sobre essa mídia, as que distribuem a própria mídia ao *fandom* — os *fansubs* — e as que engajam-se na produção de conteúdos derivados das séries (*edits, fanfics, fanarts* etc.).

Abercrombie e Longhurst (1998) observam que a literatura sobre audiência e estudos de fãs sugerem três categorias constituintes de um *continuum* entre *consumidores* e *pequenos produtores: fãs, cultuadores* e *entusiastas*. Cito uma extensa passagem do texto — porque relevante, complexa e completa — com a descrição trazida pelos autores de cada uma das categorias:

“Fãs são aquelas pessoas que se tornam particularmente apegadas a certos programas ou estrelas dentro do contexto de relativamente intenso uso de mídia de massa. São indivíduos que ainda não estão em contato com outras pessoas que compartilham seus afetos, ou só podem estar em contato com eles através do mecanismo da literatura de fãs produzida em massa (revistas para adolescentes, por exemplo), ou através do contato do dia-a-dia com pares. Por exemplo, muitas crianças pequenas são fãs. Eles tendem a ser telespectadores relativamente intensos e formam vínculos claros que são construídos e reconstruídos através do contato diário na escola. Os cultuadores (ou subcultuadores) estão mais próximos do que grande parte da literatura recente chamou de fã. Existem afetos muito explícitos a estrelas ou a programas e tipos de programas específicos. Ao passar dos fãs, o cultuador foca seu uso da mídia. Eles ainda podem ser usuários relativamente intensos, mas esse uso gira em torno de certos gostos definidos e refinados. O uso da mídia tornou-se mais especializado, mas tende a se basear em programas e estrelas que estão em circulação em massa. A especialização também se dá pelo aumento do consumo (e geração) de literatura específica ao culto. [...] Os cultuadores são mais organizados do que os fãs. Eles se encontram e circulam materiais especializados que constituem os nós de uma rede. Em nossos termos, então, os cultuadores estão ligados por meio de relações em rede que podem assumir várias formas, mas que são essencialmente caracterizadas pela informalidade. Essa informalidade muitas vezes pode existir em espaços que se opõem às formas dominantes de organização de uma atividade. Essas formas mais dominantes geralmente assumem a forma de entusiasmos. Os entusiastas são, em nossos termos, como já sugerimos, baseados predominantemente em atividades ao invés de mídias ou estrelas. O uso da mídia provavelmente será especializado na medida em que pode ser baseado em uma literatura especializada, produzida por entusiastas para entusiastas, mesmo que a empresa produtora faça parte de um conglomerado. Além disso, dada a quantidade de tempo dedicada ao entusiasmo por seus participantes, é provável que haja pouco tempo para dormir e muito menos ler/ver outros textos de grande circulação.

Finalmente, os entusiasmos são relativamente organizados [...]”¹⁶⁰ (ABERCROMBIE; LONGHURST, 1998, p. 138–139, tradução minha).

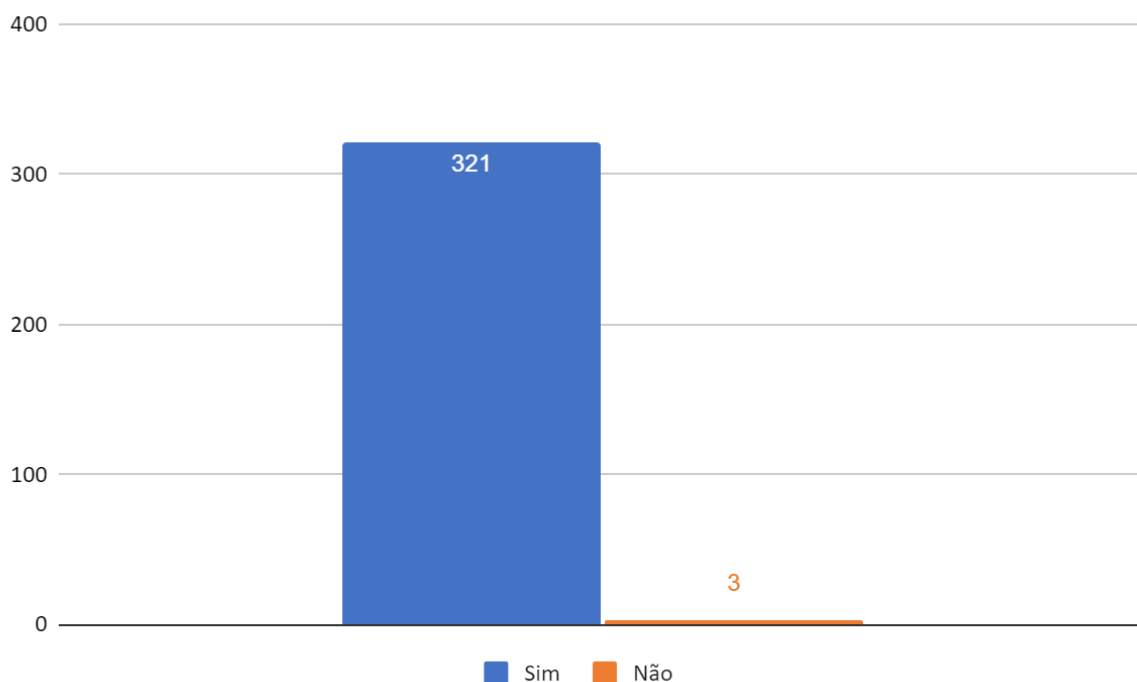
Essas categorias indicam mais uma diferença de intensidade que tipos fundamentalmente distintos, por isso pensa-se na ideia de continuum. Todos podem ser considerados fãs — e este é o termo guarda-chuva que abriga essas outras categorias (SANDVOSS; KEARNS, 2014) — com suas respectivas formas de produtividade — especialmente a textual — e de criação ou não de identidade com base no consumo e na interação como grupo ou comunidade (SANDVOSS, 2013). Fiske (1992) identificou três formas de produtividade de fãs: a *produtividade semiótica* se refere ao processo de leitura e produção de significado intrapessoal; a *enunciativa* se refere às trocas verbais, conversas, fofocas, discussões no *fandom*; e a *textual* se refere ao engajamento criativo material das fãs, que elaboram produtos literários, imagéticos e audiovisuais com base nos textos-fonte (FISKE, 1992; SANDVOSS, 2013). Diante disso, para Abercrombie e Longhurst (1998), a *produtividade textual* entre suas categorias pode se dar a partir da conversa, com pouco envolvimento, no seu sentido fiskeano (*consumidores*); pode aparecer incorporada na vida cotidiana (*fãs*); pode ser importante e central para a vida cotidiana de uma comunidade cognoscível (*cultuadores*); ou subordinada à produção material dentro da comunidade cognoscível (*entusiastas*) ou voltada para o mercado (*pequeno consumidor*).

Anuindo que existe uma diferença entre consumir um produto *tout court* e identificar-se como fã, engajando-se em um conjunto de práticas que significam essa identificação (HILLS, 2002; JENKINS, 1992), busquei explorar como a assunção ou não de uma identidade fã dialoga com questões teóricas colocadas na literatura. Quanto ao tópico

¹⁶⁰ “Fans are those people who become particularly attached to certain programmes or stars within the context of relatively heavy mass media use. They are individuals who are not yet in contact with other people who share their attachments, or may only be in contact with them through the mechanism of mass-produced fannish literature (teenage magazines, for example), or through day-to-day contact with peers. For example, many young children are fans. They tend to be relatively heavy TV viewers and form clear attachments which are constructed and reconstructed through day-to-day contact at school. Cultists (or subcultists) are closer to what much of the recent literature has called a fan. There are very explicit attachments to stars or to particular programmes and types of programme. In moving on from fans the cultist focuses his/her media use. They may still be relatively heavy users but this use revolves around certain defined and refined tastes. The media use has become more specialized, but tends to be based on programmes which, and stars who, are in mass circulation. The specialization also occurs through the increased consumption (and generation) of literature which is specific to the cult. [...] Enthusiasms are, in our terms, as we have already suggested, based predominantly around activities rather than media or stars. Media use is then likely to be specialized in that it may be based around a specialist literature, produced by enthusiasts for enthusiasts, even though the producing company may be part of a conglomerate. Furthermore, given the amount of time devoted to the enthusiasm by its participants, there is likely to be little time left over to sleep let alone read /view other mass-circulated texts. Finally, enthusiasms are relatively organized [...]” (ABERCROMBIE; LONGHURST, 1998, p. 138–139).

da identificação como fã (Pergunta 6; Gráfico 5), 321 respondentes se autoidentificaram como fãs de *boys love*, e apenas 3 responderam negativamente. Diante de uma amostra considerável de 324 pessoas, é interessante uma quase unanimidade sobre a consciência e conformação identitária em relação a um produto cultural.

Gráfico 5 — Autoidentificação como fã.



Fonte: minha autoria, 2022.

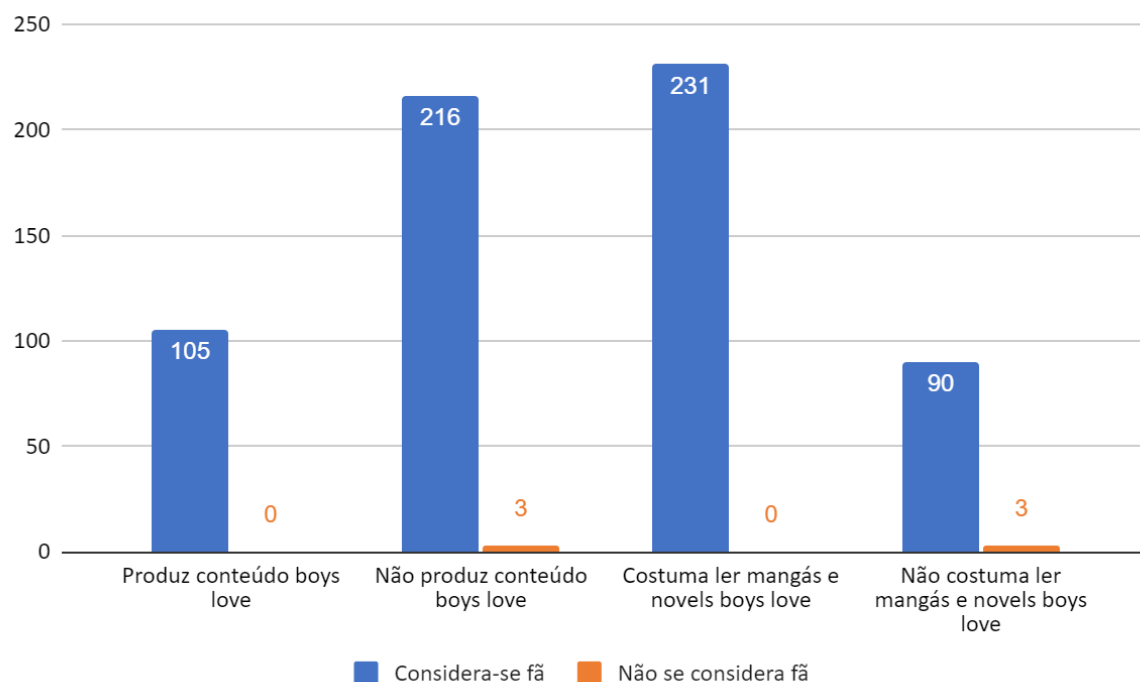
Quando se trata de *fandom boys love*, há uma enorme circulação de *edits*, *fanarts*, *fanfics* e imagens atreladas às séries no TikTok¹⁶¹, Twitter e Instagram. Todavia, a identidade de fã

¹⁶¹ Sobre o TikTok, apresento um relato do meu diário de campo em 25 de junho de 2021, que aborda essa relação multiplataforma: “muitas fãs têm atentado para a influência do TikTok no acesso ao conteúdo *boys love*. Não é incomum ver vários relatos sobre terem começado a assistir alguma série por causa de um vídeo nessa plataforma digital, muito provavelmente *edits* do *ship*. Esses comentários me lembraram da primeira vez que vi cenas de séries *boys love* na internet, o que me levou a assistir Tonhon e Chonlatee, a minha primeira série desse tipo. O TikTok ganhou notoriedade no Brasil nos últimos três anos (2018–2020), e para mim apenas no último ano (2021), quando possibilitou o ganho de dinheiro através do seu uso. Voltando-lhe este ano novamente (2021), encontrei pela primeira vez páginas destinadas às séries e vi fragmentos delas. Uma busca pela expressão *boys love* no TikTok Lite aponta para os seguintes resultados em visualizações para as hashtags *#boyslove* (4.6 bilhões), *#boylove* (1.8 bilhão), *#boysloveboys* (65.5 milhões), *#dammyboylove* (140.2 milhões) e *#boyslovethai* (49.4 milhões). Mais de uma *hashtag* pode ser utilizada em um vídeo, assim os valores obtidos de visualizações não refletem a quantidade de visualizações de publicações com apenas uma das hashtags. Todas elas se referem a conteúdos de relações homoeróticas masculinas, seja via recortes de cenas das séries ou publicações desse universo envolvendo as personagens ou os atores.” (Diário de campo, 25 jun. 2021). Infelizmente não tive condições de aprofundar as observações nessa outra plataforma, então ressalto aqui um interesse em futuras pesquisas sobre o engajamento fã e a circulação de conteúdo *boys love* no TikTok.

não está exclusivamente atrelada à produção de conteúdos relacionados ao objeto de apreço, tampouco ao consumo de outras variações textuais do gênero, como no caso dos mangás e *novels*. Busquei explorar até onde as fãs se engajam na produção desses subprodutos e quais plataformas digitais são centrais tanto no seu consumo quanto na sua produção. Quanto a estes tópicos (Perguntas 7, 11 e 12; Gráficos 6, 7, 8 e 9), há uma evidente cisão entre identificação fã e prática criativa: apenas 105 consideram-se fãs e produzem conteúdo *boys love*, das quais 80 leem mangás e *novels* do gênero, e 25 não leem; enquanto 216 se consideram fãs e não produzem conteúdo, das quais 151 leem mangás e *novels*, e 65 não leem.

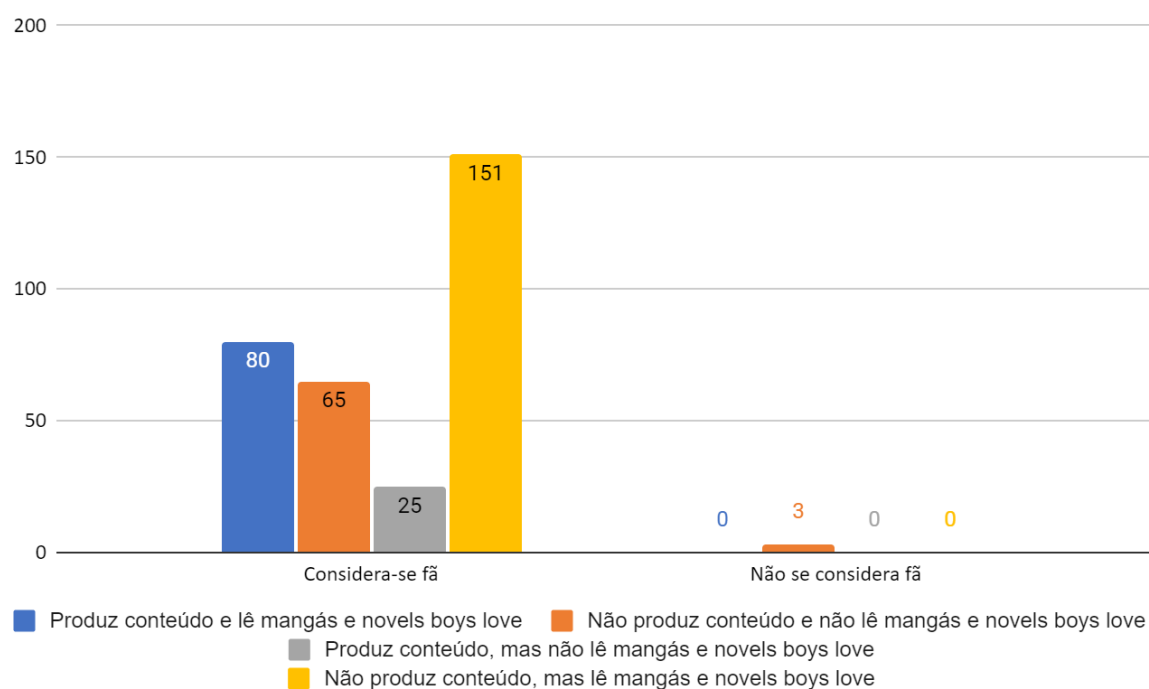
Subscervo Hills (2015, p. 150) quando discorre que o *fandom* deve ser considerado “[...] uma série de atividades diversas [...]” e que tem um caráter performativo, isto é, sua significação depende de variáveis como o contexto, os momentos de interação social e as plataformas digitais. Ele acrescenta “[...] 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.” Nesse sentido, sublinhando-o, considero, junto a Sandvoss (2013, p. 9), “[...] fã como o engajamento regular e emocionalmente comprometido com uma determinada narrativa ou texto.” Que pode ou não estar envolvido com a *produtividade textual* por meio de práticas de apropriação lúdica e criativa, e pirataria textual (*textual poaching*) (JENKINS, 1992).

Gráfico 6 — Estatuto de fã e engajamento na produção e consumo de subprodutos *boys love* (como *edits*, *fanfics*, imagens).



Fonte: minha autoria, 2022.

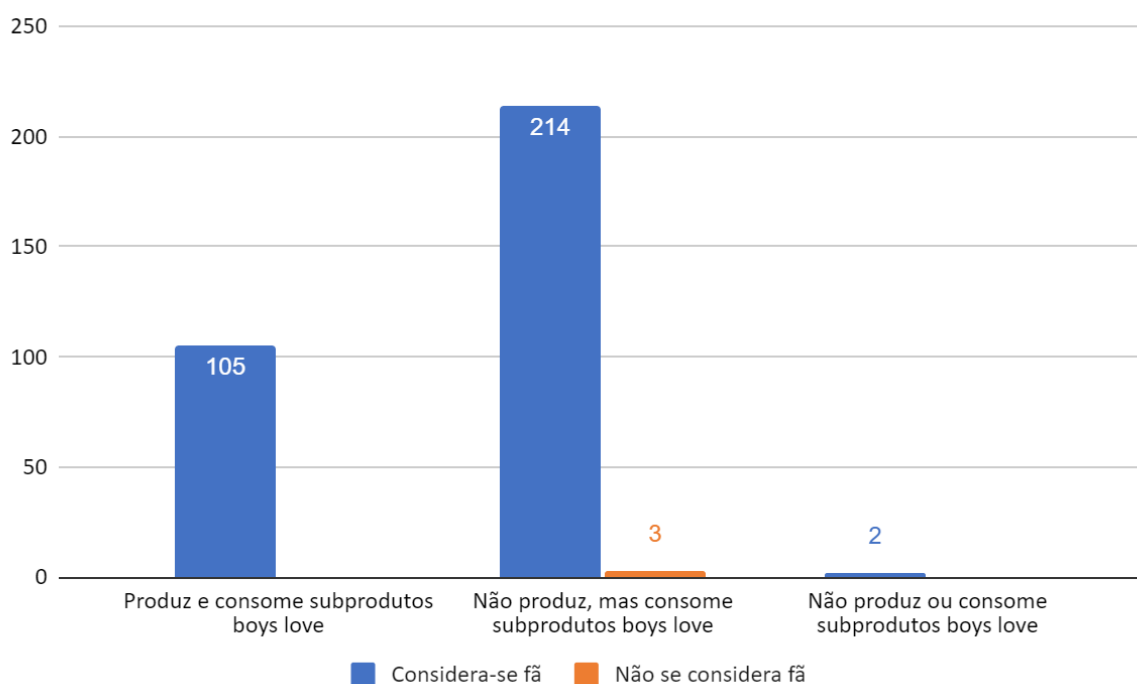
Gráfico 7 — Estatuto de fã e engajamento na produção e consumo de conteúdos *boys love* (continuação i).



Fonte: minha autoria, 2022.

Sandvoss (2013, p. 25) argumenta que “[...] todos os fãs são semiótica e enunciativamente produtivos, embora apenas a minoria dos fãs participe da produção textual.” Diante disso, não obstante 216 fãs não produzam conteúdo *boys love*, do número total de respondentes, 322 selecionaram plataformas digitais pelas quais tanto consomem quanto produzem *edits*, *fanarts*, *fanfics* etc. Para efeitos lógicos, consideremos que as 214, já mencionadas como não produtoras desses subprodutos, apenas consomem aqueles produzidos por terceiros — pois 2, autoidentificadas como fãs, responderam não consumir esses conteúdos (Pergunta 12; Gráfico 8). E por consumir, compreendo o envolvimento também emocional com eles. Quanto ao meio de consumo, o Twitter (301), o Instagram (180) e o Telegram (154) foram os mais escolhidos entre as respondentes, seguidos do Wattpad (140), TikTok (117) e WhatsApp (74).

Gráfico 8 — Estatuto de fã e engajamento na produção e consumo de conteúdos *boys love* (continuação ii).



Fonte: minha autoria, 2022.

Como assinala Hills (2013):

Pode haver algumas pessoas que não se considerem elas mesmas como fãs e não fazem parte de uma comunidade ou cultura de fã, e não se autoidentificam como um fã. Assim, é possível dizer que elas são um membro da audiência ou outra coisa — elas não são um fã. Mas se suas

atividades são analisadas, como o possível uso de mídia social, o envolvimento da criatividade em certos domínios, seria possível dizer que elas são *audiências similares a fãs*. (HILLS, 2015, p. 151, grifos meus).

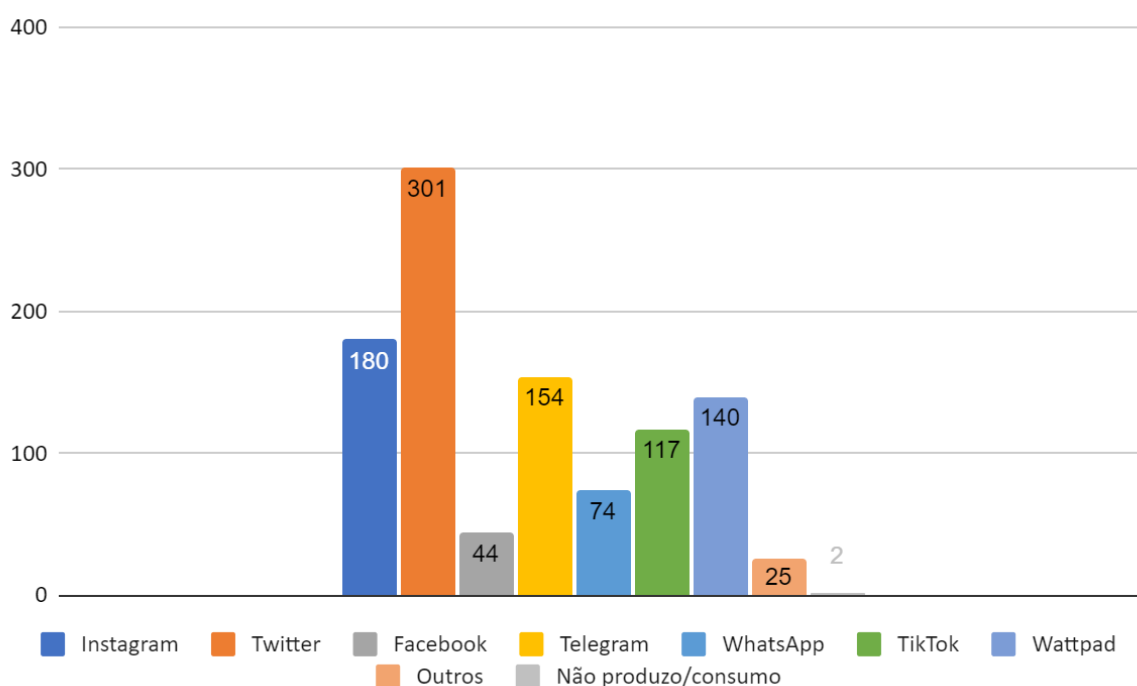
No caso desta pesquisa, a partir de minhas observações do *fandom* no Twitter e Telegram, argumento que as fãs estariam mais próximas da categoria *cultuadoras* — regularmente aludida como aceção mais popular dos Estudos de Fãs, como observam Abercrombie e Longhurst (1998) — que entusiastas, apesar de estas poderem existir no *fandom* e as primeiras converterem-se nelas. Dessa forma, e voltando novamente para a definição mais ampla de Sandvoss (2013, p. 9) e a noção performática e contextual de *fandom* para Hills (2015), ainda que não seja possível mensurar “[...] o engajamento regular e emocionalmente comprometido [...]” com as séries *boys love* de cada respondente, considero analiticamente plausível que elas sejam aqui nomeadas como fãs, tendo em vista sua implicação no consumo de subprodutos *boys love* e própria autoidentificação — especialmente em razão das duas que se consideram fãs, mas não produzem ou consomem esses subprodutos.

No entanto, as consumidoras do *fandom boys love* brasileiro, que acompanhei durante o trabalho de campo, no geral ressaltam-se mais pela *produtividade enunciativa* que *textual*, sem corresponderem à categoria *fãs* de Abercrombie e Longhurst (1998), mas também sem plenamente se encaixarem na categoria *cultuadoras*. As respondentes que se consideram fãs, não produzem, mas consomem os subprodutos e podem manter um menor, maior ou nenhum grau de conectividade com outras fãs, também não se encaixam ajustadamente a essas duas categorias, mas podem igualmente ser identificadas como *audiências similares a fãs* (HILLS, 2015) ou *fandom ordinário* (*ordinary fandom*) (SANDVOSS; KEARNS, 2014) — embora acredite que apresentem um engajamento em produtividade enunciativa superior às fãs entrevistadas por Sandvoss e Kearns (2014), que permitiram a elaboração da categoria. No caso daquelas que responderam consumir e produzir conteúdo *boys love*, a identificação como *cultuadoras* melhor se lhes aplicaria.

Ao compreender essas categorias como tipos ideais, mais que um modelo generalizado, um continuum e contextuais, é possível notar seus limites em diferentes contextos de pesquisa, como neste caso, sendo indispensável apontar essas distinções práticas e operar uma bricolagem categorial. Vista a dificuldade de agrupar as sujeitas desta pesquisa nos quadros conceituais apresentados, talvez seja-me mais útil agrupá-las a partir da divisão produtiva de Fiske (1992), isto é, *fãs enunciativas* e *fãs textuais*.

enunciativas, e no caso daquelas nada implicadas na produtividade enunciativa ou textual dentro ou fora de seu *fandom*, *fãs observadoras*. Todas são partícipes da *produtividade semiótica*, uma vez que elementar na própria construção do objeto como afetivo. Nesse caso, acaba sendo-me uma alternativa mais eficaz uma diferenciação em termos de produtividade que em relação aos graus de senso de comunidade, uso de conteúdos gerados por outras fãs ou das plataformas digitais (SANDVOSS; KEARNS, 2014).

Gráfico 9 — Plataformas digitais utilizadas para o consumo e a produção de subprodutos *boys love*.



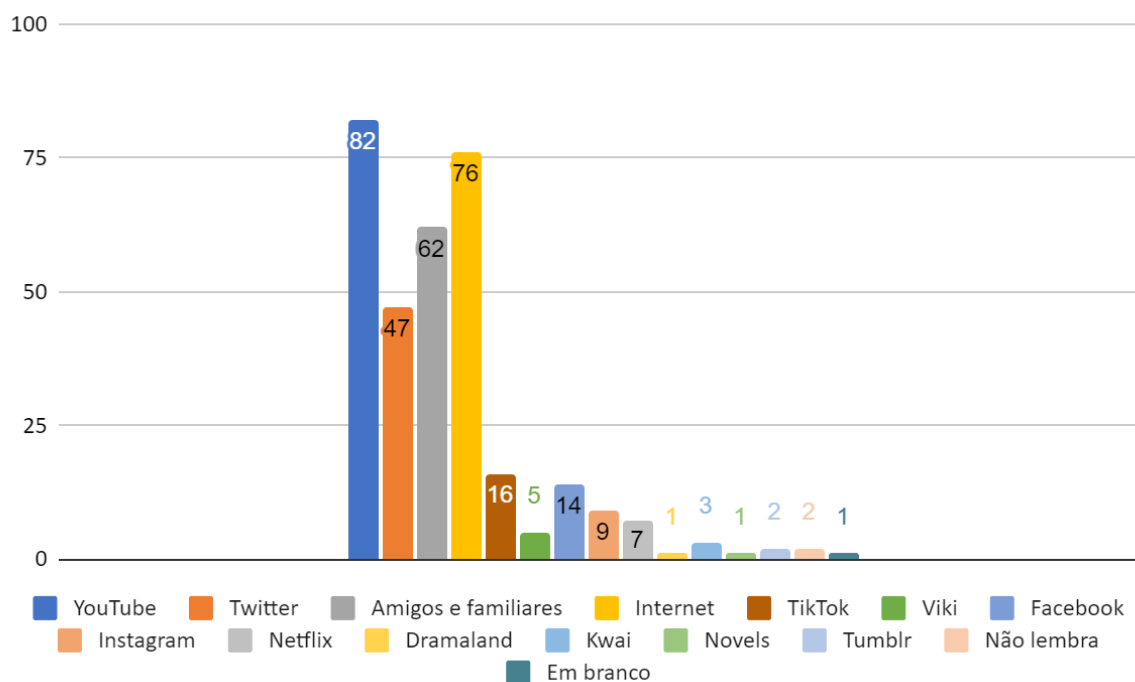
Fonte: minha autoria, 2022.

Algumas pessoas atentaram para a influência de plataformas digitais, como os sites de redes sociais (BOYD¹⁶², 2007) Twitter, Facebook e Instagram, na sua aproximação das séries. Busquei explorar os diferentes percursos e agentes que levaram as fãs até elas. Quanto a este tópico (Pergunta 8; Gráfico 10), a maioria mencionou o YouTube (82) e a internet (76), seguidos de amigos e familiares (62). A categoria “internet” está separada de plataformas digitais, como YouTube, Twitter (67), Instagram (9), Facebook (14) e plataformas de streaming — Viki (5) e Netflix (7) — posto que apareceu nas respostas que não especificaram nenhum ambiente específico. Nesse sentido, compreendendo a

¹⁶² O nome da autora danah boyd, por sua preferência pessoal, escreve-se em minúsculo. Nas citações, seu sobrenome estará em maiúsculo, seguindo as recomendações normativas da ABNT.

existência dessas plataformas na internet, temo-la como principal canal de aproximação e conhecimento das séries *boys love* pelas consumidoras.

Gráfico 10 — Meio pelo qual conheceu as séries *boys love*.



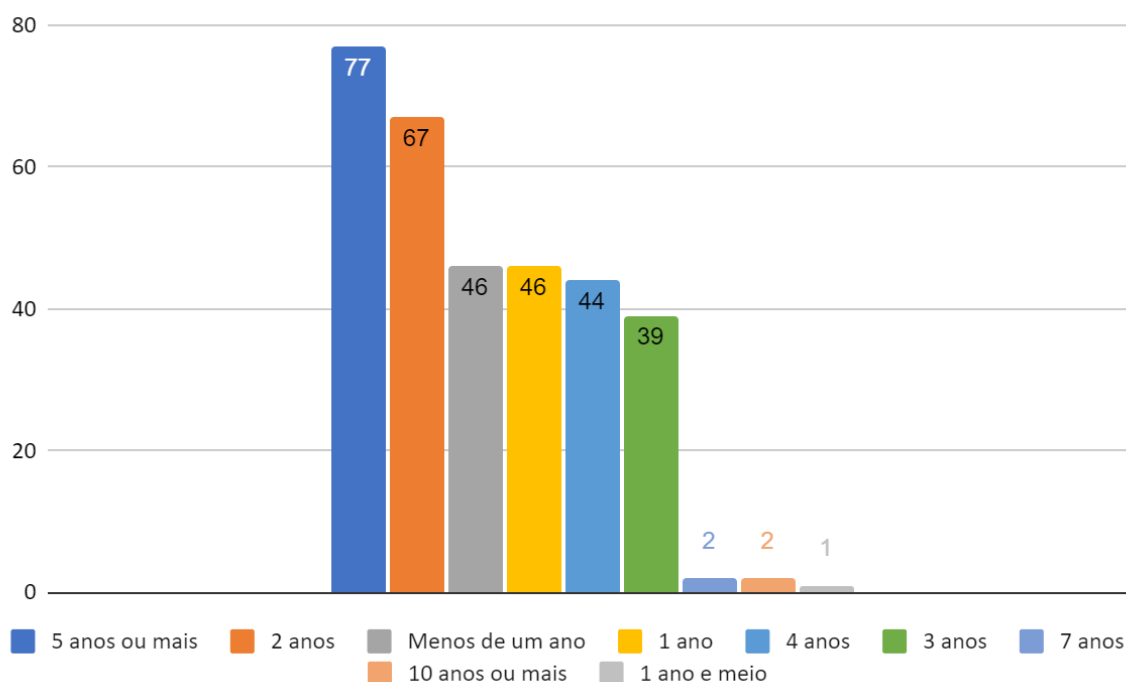
Fonte: minha autoria, 2022.

As séries *boys love* são um fenômeno recente na indústria audiovisual asiática, produto dos últimos 10 anos. Busquei explorar há quanto tempo, em média, as pessoas estão consumindo-nas. Quanto a este tópico (Pergunta 9; Gráfico 11), a maioria das respondentes assiste às séries há cinco anos (77). Com pouca diferença, o segundo maior grupo é formado por aquelas que as consomem há dois anos (67), seguido das que o fazem há menos de um ano e um ano (46), quatro anos (44) e três anos (39). Os menores grupos são as que as consomem há um ano e meio (1), sete (2) e 10 ou mais anos (2).

A pandemia de Covid-19 teve um amplo impacto no crescimento do público consumidor de séries *boys love*. Assim como eu, muitas fãs tiveram acesso a essas produções durante o período de isolamento social — momento em que a busca por conteúdos audiovisuais para distração se tornou ainda maior. Nesse momento, as Filipinas e Tawian, por exemplo, apostaram em produções que incorporaram a pandemia

como ambiente em suas histórias: *Gameboys*¹⁶³, *Quaranthings*¹⁶⁴, *Boys' Lockdown*¹⁶⁵ e *See You After Quarantine?*¹⁶⁶ Esse argumento pode ser corroborado pela agregação dos dados daquelas que assistem às séries há dois anos ou menos, obtendo o número de 160 respondentes nessa categoria. Elas correspondem ao dobro daquelas que assistem há cinco anos ou mais, a pouco mais que o triplo daquelas que assistem há quatro anos e ao quádruplo daquelas que assistem há três anos.

Gráfico 11 — Tempo de consumo das séries boys love.



Fonte: minha autoria, 2022.

Serem percebidas pelos atores, emissoras e produtoras é uma das preocupações do *fandom*. Ela se manifesta na escolha e incentivo de acompanhar as séries *boys love* também pelos canais oficiais no YouTube ou plataformas de streaming asiáticas com acessibilidade no Brasil, e não somente pelos *fansubs*, tendo em vista a constituição de métricas sobre o acesso brasileiro ao conteúdo. Busquei explorar quais as plataformas digitais de acesso às

¹⁶³Gameboys (2020). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/61173-gameboys>. Acesso em: 18 nov. 2022.

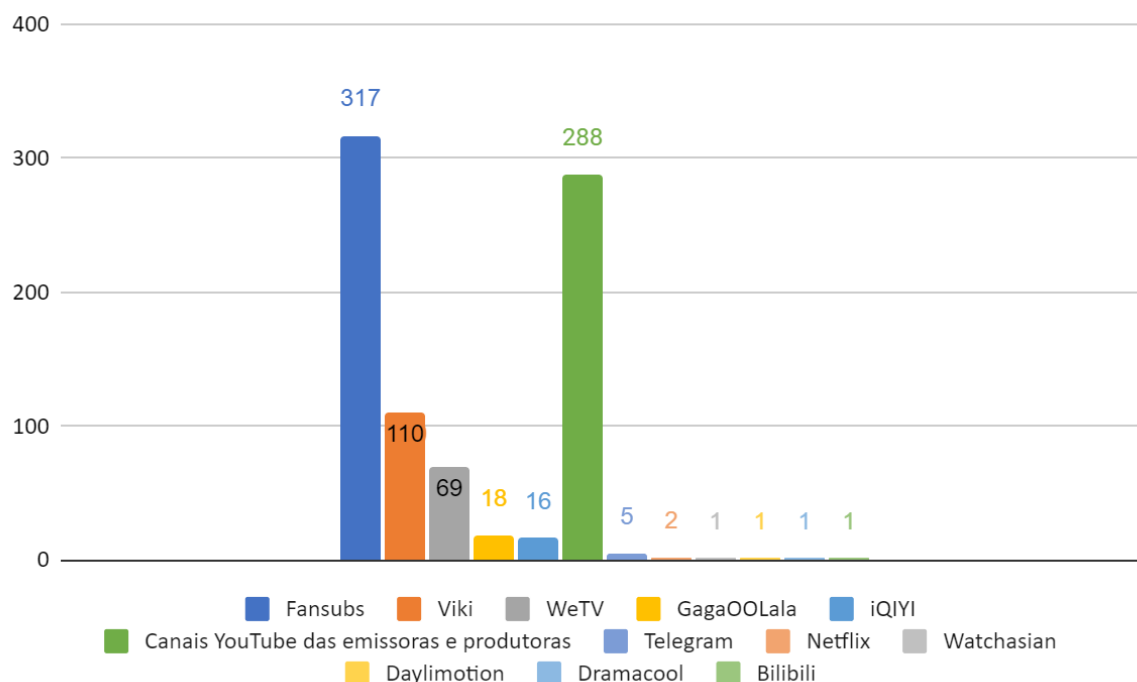
¹⁶⁴Quaranthings (2020). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/65335-quaranthings>. Acesso em: 18 nov. 2022.

¹⁶⁵Boys' Lockdown (2020). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/62473-boys-lockdown>. Acesso em: 18 nov. 2022.

¹⁶⁶See You After Quarantine? (2021). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/706703-see-you-after-quarantine>. Acesso em: 18 nov. 2022.

séries utilizadas pelas fãs. Quanto a este tópico (Pergunta 10; Gráfico 12), as mais utilizadas para o consumo indicadas foram os *fansubs* (317), os canais oficiais no YouTube das emissoras e produtoras (288), o Viki (110) e a WeTV (69).

Gráfico 12 — Plataformas digitais em que se assiste às séries *boys love*.



Fonte: minha autoria, 2022.

Algumas páginas operam, como falei anteriormente, com a divulgação de notícias atreladas à indústria *boys love*. Outros grupos, por sua vez, estarão unicamente voltados para a distribuição, facilitando o acesso via plataformas digitais secundárias. Estes são os *fansubs*, que se mostraram, no decorrer do trabalho de campo, um elemento imprescindível na popularização das séries *boys love* e no seu acesso pelas fãs. Observei que o trabalho executado por suas integrantes envolve organização de pessoal, busca ativa por vídeos, disposição de tempo, exposição a banimentos, roubo de seus conteúdos e defesa política desse gênero.

A cultura *fansubber* surge nos Estados Unidos, no final da década de 1970, a partir de grupos estadunidenses de legendagem de animês (URBANO, 2020). Com a popularização de produções japonesas, especialmente no Brasil, na década de 1990, esses grupos passaram a ter uma posição privilegiada de base de mediação e distribuição informal, gratuita e especializada nos fluxos globais de cultura midiática (URBANO, 2020).

Como sublinhou Urbano (2020, p. 12) “[...] a prática fansubber passou de um hobby amador para constituir o principal núcleo da distribuição de animês para os fãs brasileiros.” No caso dos *fansubs* brasileiros de séries *boys love*, existe um empenho para manter a organização e a sistematicidade. A depender do grupo, publica-se uma agenda para que a audiência possa organizar seu tempo em relação ao lançamento de cada episódio. Não consigo imaginar o tempo e o trabalho despendidos para manter uma agenda como as que vi e a regularidade de tradução de diversos *projetos* — como chamam as diferentes séries nas quais estão trabalhando na legendagem. Certo que nem todas elas estarão com a tradução pronta nos dias planejados pelos *fansubs*, isso não anula a sistematicidade, a organização e o empenho para a distribuição do conteúdo às fãs e demais consumidoras¹⁶⁷.

Não obstante existam plataformas de streaming e páginas YouTube que hospedam algumas séries, nem todas disponibilizam a tradução para o português, sendo mais comum encontrarmos legendas em inglês. E aqui é importante reconhecer que a estratégia das emissoras e das produtoras de disponibilizar as produções em seus canais no YouTube e em plataformas de streaming com acesso “gratuito”, como o Viki, a WeTV e o Line, teve junto com o trabalho dos *fansubs* um papel crucial no alcance global conseguido pelas séries.

Os produtos da atividade fã ocupam massivamente a internet, graças à *cultura da convergência*, marcada pelo *impulso transmídia*, *participação generalizada* (o que não implica níveis de equânimes de status e influência) (JENKINS, 2006), “[...] [a]o crescente poder de processamento dos computadores pessoais, [a]os custos decrescentes das ferramentas de autoria digital e a facilidade de publicação na Internet [...]”¹⁶⁸ (DE KOSNIK, 2013, p. 99, tradução minha). O trabalho dos *fansubs* e de fãs como as da *fanbase* acima e de outros que atuam na produção de subprodutos *boys love*, como *edits*, *fanfics* e *fanarts*, refletem a transformação das fãs em produtoras, que assumem a identidade de *prossumidoras* (*prosumer*)¹⁶⁹ (RITZER; JURGENSON, 2010) mais notadamente a partir da

¹⁶⁷ Algo que certamente merece investigação futura é o grau de engajamento e disponibilidade de tempo e investimento pessoal para manutenção desse tipo de página e produção de conteúdo, assim como as relações inter e intragrupos de legendagem, com observação às formas de distinção, hierarquia, concorrência, reciprocidade e conflitos que podem existir nessa cultura *fansubber*.

¹⁶⁸ “[...] the increasing processing power of personal computers, the decreasing costs of digital authoring tools, and the ease of publishing on the Internet [...]” (DE KOSNIK, 2013, p. 99).

¹⁶⁹ Como explicam Ritzer e Jurgenson (2010, p. 14, tradução minha), *prossumo* (*prosumption*), produção e consumo, “[...] envolve tanto a produção quanto o consumo, em vez de se concentrar em um (produção) ou no outro (consumo).” Segundo eles, sublinhando Alvin Toffler, a quem se atribui a primeira utilização da

produtividade textual (FISKE, 1992; SANDVOSS, 2013). Essa transição identitária de consumidoras para consumidoras e produtoras evidencia a dimensão do *trabalho gratuito de fã*, porquanto elas ressignificam a relação entre emissor e receptor ao deslocar-se da posição de uma suposta recepção passiva para uma forma ativa de produção (DE KOSNIK, 2013; HILLS, 2002; JENKINS, 1992; SANDVOSS, 2013). Assim,

As produções de fãs online constituem marketing não autorizado para uma ampla variedade de mercadorias — quase todo tipo de produto atraiu algum tipo de fandom. [...] a atividade dos fãs, em vez de ser descartada como insignificante e uma perda de tempo na melhor das hipóteses e patológica na pior, deve ser valorizada como uma nova forma de publicidade e propaganda, de autoria de voluntários, que as corporações tanto precisam em uma era de fragmentação do mercado. Em outras palavras, a produção de fãs é uma categoria de trabalho.¹⁷⁰ (DE KOSNIK, 2013, p. 99, tradução minha).

Um exemplo evidente do trabalho gratuito de fã está na forma de legendas em português diretamente nos episódios das séries *boys love* nos canais do Youtube de emissoras, que são feitas por fãs e cedidas às empresas. Em conversa com as administradoras de uma *fanbase* da GMMTV, em 23 de novembro de 2022, elas me confirmaram que as legendas são feitas por elas e enviadas por e-mail para a emissora, que leva de dois a três dias para adicioná-las nos vídeos — conferindo os créditos e autoria às responsáveis nas descrições deles. Não apenas as fãs brasileiras trabalham na produção de legendagem para os vídeos oficiais, como os textos em outras línguas também são fornecidos por fãs de outras nacionalidades: chinesas, francesas, italianas, espanholas, vietnamitas, turcas, polonesas, árabes etc. Essa atividade paralela não impede que os *fansubs* continuem atuando no seu processo de tradução e repasse próprios ao *fandom*, sendo ainda a principal escolha da

categoria, a sociedade de prosumo (*prosumption society*) preexiste à Revolução Industrial, acontecimento que impõe uma separação entre consumo e produção, estabelecendo este como elemento definidor do capitalismo industrial que lhe sucede. Os autores sublinham que consumo e produção sempre estiveram colados, no entanto, o desenvolvimento mais intenso e acentuado de uma *cultura de prosumo* (*prosumption culture*) ocorre com o advento da internet 2.0, que se define “[...] pela capacidade dos usuários de produzir conteúdo de forma colaborativa, enquanto a maior parte do que existe na Web 1.0 é gerado pelo provedor. [...] Pode-se argumentar que a Web 2.0 deve ser vista como crucial no desenvolvimento dos ‘meios de prosumo’; a Web 2.0 facilita a implosão da produção e do consumo.” (RITZER; JURGENSON, 2010, p. 19, tradução minha).

¹⁷⁰ “Online fan productions constitute unauthorized marketing for a wide variety of commodities—almost every kind of product has attracted a fandom of some kind. [...] fan activity, instead of being dismissed as insignificant and a waste of time at best and pathological at worst, should be valued as a new form of publicity and advertising, authored by volunteers, that corporations badly need in an era of market fragmentation. In other words, fan production is a category of work.” (DE KOSNIK, 2013, p. 99).

maioria como meio de consumo¹⁷¹, visto que alguns deles têm entre 40 e 60 mil inscritas no Telegram.

Como elucida De Kosnik (2013), o fato de o trabalho ser gratuito não implica que seja trabalho explorado. Há uma satisfação dessas fãs em contribuir com a popularização das séries, permitindo maior circulação no *fandom* de falantes da mesma língua, um *prazer da comunicação*. Mas igualmente um prazer em apoiar os artistas que junto com as séries também são seus objetos de afeto. Diante disso, quando perguntadas sobre qual era a motivação do trabalho, elas responderam: *o amor aos artistas*. Todavia, estando ou não sendo compensadas pelo *prazer afetivo e comunicacional*, sua prática continua sendo produtiva e agregando valor ao produto comercial (DE KOSNIK, 2013; RITZER; JURGENSON, 2010).

Apesar de muitas fãs sentirem-se retribuídas pelo *prazer afetivo e comunicacional* de seu trabalho, outras encontram maneiras de também obter uma contrapartida material, não apenas simbólica, ainda que possa ser moderada. Afinal, “[...] por mais que a economia digital dependa do trabalho não remunerado gerado pelo usuário, a Internet também tem sido o local de algumas inovações em compensação que podem servir bem aos fãs no futuro.”¹⁷² (DE KOSNIK, 2013, p. 109, tradução minha). Alguns *fansubs* utilizam páginas de anúncios para monetizar seu trabalho *fansubber* e obter alguma receita com as publicidades para as quais as fãs são direcionadas antes de acessar o conteúdo que buscam — os sites que observei sendo utilizados para esse fim foram o Adf.ly e o Linkvertise. Outros *fansubs* também pedem doações na forma de Pix de qualquer valor a partir de R\$ 1, embora essa seja uma forma de captação de recursos que depende da doação intencional e voluntária, diferente dos primeiros que ganham pelo acesso, independente do desejo ou disposição para doação de quem está acessando o link.

O dinheiro obtido pelos fansubs são aplicados em sua própria infraestrutura e seu funcionamento. Guilherme, 22 anos, branco, cearense, homem cisgênero e não heterossexual, administrador de uma dos maiores — senão a maior — grupos *fansub boys love*, quando questionado por mim sobre o retorno financeiro com o Adf.ly, respondeu que *os valores servem para arcar com os gastos do fansub. Se fosse só pelo dinheiro, acho que já teria desistido das legendas* (6 dez. 2022). Além da manutenção da hospedagem do site do

¹⁷¹ Essa preferência pode vir a ser tópico de exploração em textos futuros.

¹⁷² “[...] as much as the digital economy relies on unpaid, user-generated labor, the Internet has also been the site of some innovations in compensation that might serve fans well in the future.” (DE KOSNIK, 2013, p. 109).

fansub, ele afirmou usar o dinheiro para pagar as assinaturas de diferentes plataformas de streaming, como GagaOOLala, iQIYI, Viki, WeTV, e o VPN¹⁷³ (Rede Virtual Privada) — usado para conseguir acesso às produções cujas plataformas tenham geoblock para o Brasil. Outro *fansub* reforçou o pedido de doação no mês de dezembro, pois o site utilizado para baixar os conteúdos estava com promoção, oferecendo o dobro de limite para download. Em outra ocasião, também pediram doações para a aquisição de um HD externo de 4 TB, e algum tempo depois publicaram a imagem do aparelho comprado e agradeceram às fãs pelo apoio. Não obstante os *fansubs* desenvolvam algum meio de obtenção de recursos, estes aparentemente não têm uma finalidade de custeio de pessoal, mas de investimento em sua infraestrutura, o que acaba sendo um retorno ao próprio *fandom*.

Vídeos feitos por fãs, sites, comentários, pôsteres e outras obras de arte, histórias, músicas e resenhas se fundem com o fluxo de publicidade e promoção oficial que envolve qualquer produto – o trabalho dos fãs pode aumentar o burburinho e a reputação do produto, e isso pode reforçar a atração ou o fascínio que o produto exerce sobre os consumidores [...] ¹⁷⁴ (DE KOSNIK, 2013, p. 109, tradução minha).

Nesse sentido, devo ressaltar ainda que a popularização das séries *boys love* no Ocidente e no Brasil se deve à *produtividade enunciativa e textual* (FISKE, 1992) do *fandom* transnacional através de plataformas digitais, sobretudo o Twitter, com a elevação regular de títulos de algumas séries aos *Assuntos do Momento*, permitindo que outras audiências conheçam o produto ou ao menos pesquisem sobre seu conteúdo. Um acontecimento que marcou essa popularização para o *fandom* foi quando, em 2021, a página Séries Brasil (@SeriesBrasil), com mais de um milhão de seguidores no Twitter, incluiu *Bad Buddy*¹⁷⁵ na lista de votação do *Top Séries do Ano*, que ganhou em segundo lugar,¹⁷⁶ perdendo apenas para *Young Royals*. Em novembro de 2022, a página também incluiu personagens

¹⁷³ Virtual Private Network, em inglês. Serviço que protege a conexão de internet, o endereço IP e os dados do usuário, impedindo o roubo de suas informações.

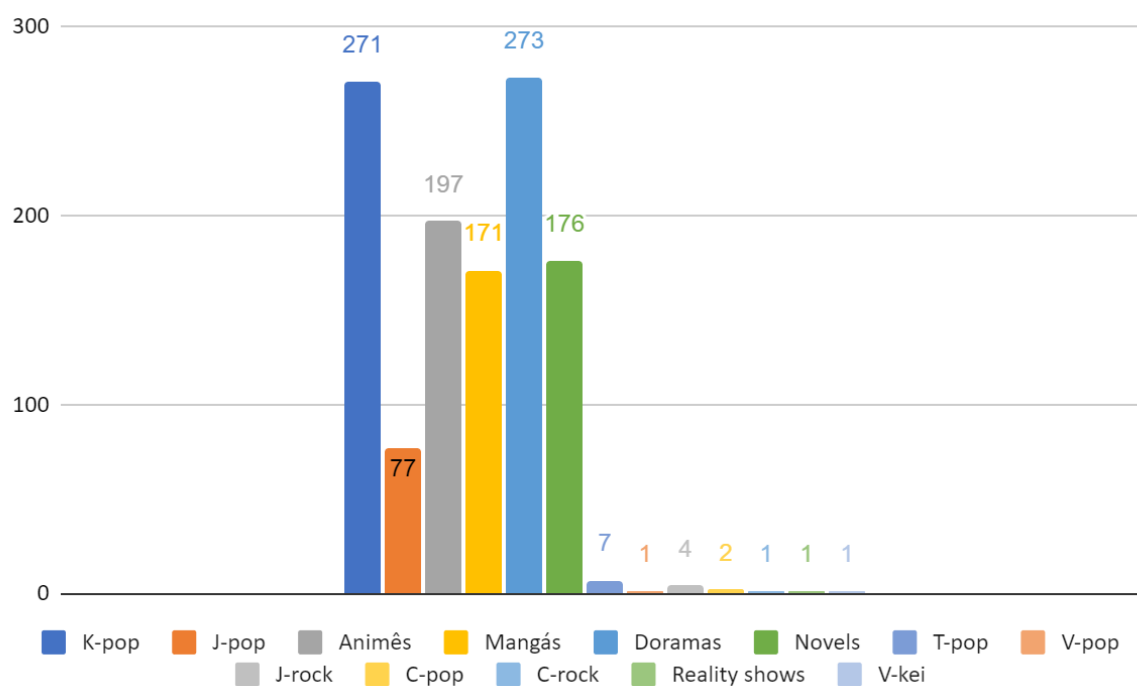
¹⁷⁴ “Fan-made videos, websites, commentary, posters and other artworks, stories, songs, and reviews merge with the stream of official advertising and promotion that surrounds any given product—fan labor can ramp up the buzz and reputation of the product, and it can reinforce the pull or allure that the product exerts on would be consumers [...]” (DE KOSNIK, 2013, p. 109).

¹⁷⁵ *Bad Buddy* (2021). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/682589-bad-buddy>. Acesso em: 2 jun. 2022.

¹⁷⁶ Top Séries do Ano 2 • *Bad Buddy*. [S.l.], 30 dez. 2021. Twitter: @SeriesBrasil. Disponível em: <https://twitter.com/SeriesBrasil/status/1476729242276835339>. Acesso em: 26 nov. 2022.

das séries *Bad Buddy*, *KinnPorsche*, *Love In The Air*¹⁷⁷, *Cutie Pie*¹⁷⁸ e *Semantic Error*¹⁷⁹ na lista de votação do *Top Personagens do Ano*.

Gráfico 13 — Consumo de outros produtos da cultura pop de países do continente asiático.



Fonte: minha autoria, 2022.

Observei que as consumidoras organizavam-se em *multifandoms*, consumindo tanto as séries *boys love* quanto outros produtos da cultura sul-coreana, japonesa e chinesa, constituindo ou não uma identidade de fã sobre cada bem cultural consumido.

Sendo o gênero *boys love* de origem asiática — mormente japonesa, se tomarmos os textos (e.g., *dōjinshi*, mangás, *novels*), tailandesa e coreana — mais pela liderança em produções — se nos referirmos às séries — e entendendo as dinâmicas atuais de emergência e circulação de cultura pop de países asiáticos, como os animês, os mangás, e, mais recentemente, fenômeno expansivo da última década, a *Hallyu*, no Brasil e no mundo, busquei explorar as conexões entre o consumo delas e de outros produtos/mídias asiáticas. Quanto a este tópico (Pergunta 13; Gráfico 13), 271 respondentes afirmaram

¹⁷⁷Love in the Air (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/56933-love-storm>. Acesso em: 2 nov. 2022.

¹⁷⁸Cutie Pie (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/695279-cutie-pie>. Acesso em: 2 nov. 2022.

¹⁷⁹Semantic Error (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/685259-semantic-error>. Acesso em: 2 nov. 2022.

consumir K-pop; 273, doramas; 197, animês; 171, mangás e 176, *novels*. O fato de já se relacionarem com algum produto cultural asiático teve influência positiva, pela possibilidade de diálogos *interfandoms* e proximidade cultural, no acesso às séries *boys love*. Devo acrescentar que algumas informantes já eram consumidoras de doramas (*K-dramas*, *C-dramas* e *J-dramas*), sendo estes a porta de entrada para as séries. Outras receberam sugestões de amigas, primas e irmãs que além de consumir outros produtos asiáticos, também consumiam-nas.

2.2 ECONOMIA SIMBÓLICA DO SHIP E FANSERVICE

No canal da FSB2, em 29 de julho de 2021, uma membra comentou o seguinte a respeito de *Light On Me*:

Acho isso interessante demais: a série tá trazendo vários conflitos, desenvolvendo uma história bem complexa, apresentando três personagens com rumos bem diferentes e identificáveis, mas aí no final a galera só quer saber se o ship deles vai dar certo ou não. (29 jul. 2021).

Ela foi respondida por outra no mesmo dia: *eita, deixa cada um curtir do jeito que quer, amiga. Cada um tem sua experiência.*

Esse curto diálogo nos permite considerar que as expectativas que levam as pessoas a consumir as séries *boys love* vão decerto influenciar na forma que elas se relacionam com seu conteúdo. Se, em muitos casos, e para algumas pessoas, questões mais profundas, como o perfil psicológico, emocional e sentimental das personagens e fenômenos como a homofobia, os conflitos inter/intrageracionais e familiares etc., serão matérias de análise e atratividade; para outras, o foco será completamente distinto, por exemplo, deslocando sua atenção à torcida por — e ao cultivo sentimental de — um casal. Entretanto, mal sabia eu a relevância que essa preferência tinha nas dinâmicas relacionais do *fandom*.



Em 19 de agosto de 2021, fiquei quase todo o dia sem acessar o Telegram. Havia desativado as notificações de todos os grupos, porque — embora isso também dependesse muito do engajamento que algumas séries despertavam nas fãs — o fluxo de mensagens era muito grande. No fim da noite, lembro-me de acessá-lo para conferir o que estava acontecendo, como parte de meu trabalho de campo. Entre as mensagens dos

canais *fansubs*, havia uma notificação de alguém desconhecido. Essa pessoa era Bruno e estava ali para me fazer um convite: *a gente fez um grupo à parte pra quem gosta do Shin Woo, pessoal da FSB2 mesmo, quer entrar?* Respondi afirmativamente, e fui inserido no grupo BSW no mesmo dia. As coisas aconteceram muito rápido, tão rápido que não comecei a interagir nele imediatamente, esperando até que o sentimento de estranhamento — que hoje assim avalio — diminuísse junto com minha timidez.

Pois imagine qual não foi minha surpresa em ter sido notado, reconhecido como um *Shin Woo supporter*, em razão dos meus comentários no *fansub* mencionado. Esse convite tem um pano de fundo que passo a explicar agora. Entre 29 junho e 19 de agosto, houve a distribuição da série sul-coreana *Light On Me* em algumas plataformas de streaming, com dois episódios por semana nas terças e quintas-feiras. Com 16 episódios de pouco mais de 20min, essa produção conta a história de Woo Tae Kyung (interpretado por Lee Sae On), um estudante de 18 anos que tenta fazer amigos no conselho estudantil de sua escola, a Saebit Boys High School. Ainda que não tenha chegado a existir um triângulo amoroso, mas sabendo que Tae Kyung teria que escolher entre Shin Da On (interpretado por Choe Chan Yi) e Noh Shin Woo (interpretado por Kang Yoo Seok), houve uma divisão no *fandom* entre quem apoiava os *ships ShinTae* e *TaeDaon*.

Tanto quanto qualquer outra pessoa, antes de entender que essa divisão era levada com certa seriedade e sentimentalismo profundo por algumas fãs, despretensiosamente declarei apoio ao *ship ShinTae*. Não estava no grupo do *fansub* tão somente como pesquisador. Gostaria de lembrar novamente que comecei a assistir às séries *boys love* antes de desenvolver qualquer interesse científico. Este veio posteriormente. Logo, também estava ali como um consumidor genuinamente interessado no conteúdo. Assim, pelo desenrolar dos acontecimentos que faz as personagens se conhecerem, já estava envolvido na torcida pelos dois desde o início. E acreditava — como ainda acredito — que fazia mais sentido, com base na narrativa, que os dois ficassem juntos.

No entanto, jamais imaginei que meu *lugar de shipper* geraria um reconhecimento e proporcionaria-me um pertencimento grupal “concretamente”. Enquanto *shipper*, eu não era simplesmente um fã qualquer de séries *boys love*, com uma identidade civil irrelevante no *fandom*, passava a incorporar uma outra — mais específica que aquela de *blzeiro* ou *BL stan*¹⁸⁰ — identidade coletiva, era um apoiador de *ShinTae*. Um casal cuja possibilidade

¹⁸⁰ Estas são diferentes formas de fazer referência a identidade de fã de *boys love*. A primeira tem caído em desuso, dando lugar à segunda, que passa a ser uma adequação também à nomenclatura em língua inglesa.

mesma de conformação estava em disputa, quase um cabo de guerra — no qual Woo Tae Kyung estava no meio e seus potenciais parceiros em cada ponta junto com suas respectivas apoiadoras no *fandom*, puxando dos dois lados para ver qual dos dois alcançaria o meio primeiro. Assim, entrei na *economia simbólica do ship*, um fenômeno mais específico que se desenvolve na prática cotidiana do *fandom*. Compartilhando em algum nível, aquele no engajamento em um *ship*, o sentimento de fã e tendo sido reconhecido esse sentimento em mim, o submetimento às mesmas forças que Bruno e as demais fãs, fui convidado a compartilhá-lo de maneira mais próxima com outras “iguais”, criando não somente um sentimento abstrato de grupo, mas de fato um grupo “concreto” e heterogêneo como o *fandom* pela sua composição, no qual as integrantes identificavam-se entre si por dois fatores: o gosto pelo gênero *boys love* e o apoio a um mesmo *ship* em um contexto específico.



O *shipping* consiste na prática de criar casais entre personagens fictícias ou personalidades da mídia (atores e atrizes, cantores(as) etc.) (PRASANAM, 2019). O resultado dessa criação (do *shipping*), que envolve a combinação de seus nomes — ou de parte deles — na criação de um terceiro termo que os definirá, será chamado de *ship* (corruptela de *relationship*, que significa “relacionamento”). A posição dos nomes nos *ships*, segundo algumas fãs, define a posição *seme* (ativo/dominador) e *uke* (passivo/submisso) dos parceiros na suposta relação sexual. Não posso afirmar se isso se trata de uma correspondência generalizada ou de uma atribuição individual de sentido aos *ships*. Mas de toda forma, há essa interpretação corrente entre algumas fãs. *Fanservice* significa serviço para fã, em tradução literal. No contexto da indústria *boys love* tailandesa, consiste em um produto de entretenimento e estratégia comercial e promocional para fãs baseada na reprodução da prática de *shipping* criada pelo *fandom yaoi*, que passou a ser apoiada e comoditizada pela indústria (PRASANAM, 2019), com especial atenção aos investimentos da GMMTV na popularização desse fenômeno na Tailândia e em outros países do Leste e Sudeste asiáticos. Feitas essas explicações, ao propor o conceito de *economia simbólica do ship*, não o estou resumindo à prática de *shipping*, pelo contrário, pretendo englobar toda a complexidade que constitui a organização afetiva e simbólica de casais de atores e as dinâmicas internas que regulam essa produção e gestão de *ships*: os

consensos, dissensos, conflitos e sentimentos produzidos e compartilhados ao redor de um casal.

O *shipping* e o *fanservice* são elementos marcantes e identificativos da indústria e do *fandom boys love*. O segundo é uma prática basilar da cultura *yaoi* (PRASANAM, 2019), que a partir da interação fã/indústria acabou sendo absorvida pelas empresas televisivas e pelas produtoras, atualizando-se no fenômeno do *fanservice* como comercializado atualmente na Tailândia (PRASANAM, 2019). Este é um produto comercializado para as fãs de *boys love*. É consumido por elas, e esse consumo é medido nos *likes* de publicações e na quantidade de seguidoras, assim como na circulação de tags e na produção de *fanfics* e *edits* (sobretudo no TikTok) dos casais em plataformas digitais (e.g., Instagram, Twitter e TikTok) e no engajamento nos eventos ligados ao *ship* etc. Pressupor que o *fandom* consome o *fanservice* e faz *shipping* alienadamente desconsidera-os como produtos do *fannish*¹⁸¹, e não uma estratégia vertical implantada pela indústria *boys love*. É possível ver, frequentemente em boa parte dos perfis de usuárias nas plataformas digitais, tags que fazem referência aos casais que contracenaram juntos e que, por marcantes que foram suas atuações e pela relação de afeto que as fãs desenvolveram por eles, continuam vivos na memória evocada pelo *shipping*: *#BrightWin*, *#MaxTul*¹⁸², *#EarthMix*¹⁸³, *#BillkinPP*¹⁸⁴, *#BounPrem*¹⁸⁵, *#SantaEarth*¹⁸⁶, *#PondPhuwin*¹⁸⁷ *#OhmNanon*¹⁸⁸ etc.

Ao contrário do que algumas fãs podem acreditar, *fanservice* não se reduz a um produto para pessoas *desmioladas* que fetichizam relacionamentos gays. Pode acontecer de algumas pessoas novas, ao entrarem no *fandom*, acharem que o que se apresenta como *fanservice* seja uma expressão não fabricada das relações que os atores mantêm entre si. No entanto, a linha entre o fabricado e o espontâneo, quando se trata de *fanservice*, é muito tênue, talvez até porosa, sendo difícil medir o quanto de encenação está em jogo no nível do real — se é que, diante dessa prática, podemos falar em *real* e *ficcional*, *realidade* e *ficção*, quando estas últimas penetram as primeiras tão deliberada e alquimicamente. Em alguns casos, havia um comprometimento tão grande dos atores na *atuação da vida real*

¹⁸¹ Qualidade de ser fã.

¹⁸² Formado por Max Nattapol Diloknawarit e Tul Pakorn Thanasrivanitchai.

¹⁸³ Formado por Earth* Pirapat Watthanasetsiri e Mix* Sahaphap Wongratch.

¹⁸⁴ Formado por Billkin* Putthipong Assaratanakul e PP* Krit Amnuaydechorn.

¹⁸⁵ Formado por Boun* Noppanut Guntachai e Prem* Warut Chawalitrujiwong.

¹⁸⁶ Formado por Saint* Suppamong Udomkaewkanjana e Earth* Katsamonnat Namwirote.

¹⁸⁷ Formado por Pond* Naravit Lertratkosum e Phuwin* Tangsakyuen.

¹⁸⁸ Formado por Ohm* Pawat Chittsawangdee e Nanon* Korapat Kirdpan.

que fazia com que algumas fãs exclamassem que *o fanservice está indo longe demais e questionassem-se até aonde mais iria.*



A GMMTV produziu vários programas de variedade e eventos, a exemplo dos *fan meetings*, como uma extensão do *fanservice* por meio do *shipping* (PRASANNAM, 2019). Dando continuidade a sua estratégia comercial e promocional, colocou no ar, entre 13 e 19 de setembro de 2021, em seu canal no YouTube, um curto reality chamado *Safe House* (Figura 1), no qual reunia oito artistas de seu casting: Gun* Atthaphan Phunsawat, Tay* Tawan Vihokratana, Earth* Pirapat Watthanaset Siri, Mix* Sahaphap Wongratch, Luke* Ishikawa Plowden, Pond* Naravit Lertratkosum, Phuwin* Tangsakyuen, Khaotung* Thanawat Ratanakitpaisan e Neo* Trai Nimitawat (SAFE, 2022d).

O lançamento da *Safe House* mexeu com os ânimos das fãs brasileiras, que, mesmo sem domínio do tailandês (por ser ao vivo, o *reality* não era traduzido para o inglês), acompanharam com maior ou menor grau de assiduidade as *lives* que ocorriam em três diferentes horários durante o dia, de acordo com o horário de Brasília: das 8h às 14h, das 22h às 23h e das 2h às 4h. Mesmo quem não acompanhou diretamente, não ficou imune aos fragmentos de vídeos, *gifs*¹⁸⁹ e fotos da atração publicadas por fãs nas plataformas digitais, sobretudo no Twitter.

¹⁸⁹ Imagens com movimento.

Figura 1 — Card divulgação do *Reality Live Show Safe House*.



Fonte: @gmmtv (8 set. 2021).

Tratou-se de um novo formato de investimento da GMMTV para a promoção de seus artistas e do conteúdo *boys love*, com o qual ela tem se destacado nacional e internacionalmente. Como afirmou Baudinette, após uma interação no Twitter, quando lhe perguntei sua opinião sobre o reality e o embaçamento dos limites entre o real e o ficcional,

Confundir a linha entre ficção e realidade tem sido parte integrante da nova cultura de celebridades do BL tailandês por muito tempo. Este novo programa está simplesmente estendendo algo que eles vêm fazendo há algum tempo para um novo formato¹⁹⁰ (AHAHA..., 16 set. 2021, tradução minha).

Esse novo empreendimento da GMMTV não apenas colocou atores para viverem juntos, mas incitou, a partir da relação interpessoal entre eles, em vários momentos, a ideia de *casais para além das telas*. Não despropositadamente, alguns *ships* bem conhecidos como *PondPhuwin* e *EarthMix* foram convocados para a atração. O que até antes era estimulado em seus perfis em sites de redes sociais (BOYD, 2007), durante e mesmo após a

¹⁹⁰ “[...] blurring the line between fiction and reality has been integral to the new Thai BL celebrity culture for a long time. This new show is simply extending something they’ve been doing for a while to a new format.” (AHAHA..., 16 set. 2021).

transmissão das séries da qual participavam, ganhou outro contorno e amplitude na Safe House, com fito ao reforço de relações parassociais¹⁹¹ (GARCIA; MOURA, 2019; GILES, 2002) e, obviamente, lucro com o consumo das séries *boys love* e dos subprodutos derivados dos *ships*, porquanto eles também são contratados para serem garotos propaganda de marcas de produtos alimentícios, beleza e tecnologia.

Tamanho foi o sucesso da primeira temporada, que lhe sucederam mais três, totalizando quatro edições no período de um ano. Na segunda¹⁹², de 15 a 21 de novembro de 2021, havia dois *ships*, Ohm* Pawat Chittsawangdee e Nanon* Korapat Kirdpan, Force* Jiratchapong Srisang e Book* Kasidet Plookphol, também JJ* Chayakorn Jutamas, AJ* Chayapol Jutamas, Mike* Chinnarat Siriphongchawalit, Off* Jumpol Adulkittiporn, First* Kanaphan Puitrakul, Krist* Perawat Sangpotirat, Drake Sattabut Laedeke e Tay* Tawan Vihokratana (SAFE..., 2022a). Na terceira¹⁹³, de 21 a 27 de março de 2022, havia cinco – e somente — *ships*: Off* Jumpol Adulkittiporn e Gun* Atthaphan Phunsawat, Earth* Pirapat Watthanaset Siri e Mix* Sahaphap Wongratch, Joong* Archen Aydin e Dunk* Natachai Boonprasert, Jimmy* Jitaraphol Potiwihok e Sea* Tawinan Anukoolprasert, Neo* Trai Nimitawat e Louis* Thanawin Teeraphosukarn (SAFE..., 2022b). Na quarta¹⁹⁴, de 5 a 11 de setembro de 2022, havia quatro *ships*: Tay* Tawan Vihokratana e New* Thitipoom Techaapaikhun, Perth* Tanapon Sukumpantanasan e Chimon* Wachirawit Ruangwiwat, First* Kanaphan Puitrakul e Khaotung* Thanawat Ratanakitpaisan, Fourth* Nattawat Jirochtikul e Gemini* Norawit Titicharoenrak, também Sing* Harit Cheewagaroon, Foei* Patara Eksangkul, Mond* Tanutchai Wijitvongtong e White* Nawat Phumphothingam (SAFE..., 2022c).

¹⁹¹ Relações parassociais ou interações parassociais (PSI— parasocial interections, em inglês), embora tenha surgido na Psiquiatria, é um conceito utilizado e teorizado no sentido aqui disposto pela literatura sobre mídia e comunicação. Trata-se de uma maneira de descrever “[...] a interação entre os usuários da mídia de massa e as representações de humanos que aparecem na mídia (‘figuras da mídia’, como apresentadores, atores e celebridades) [...]” (GILES, 2002, p. 279). A essas representações, incluem-se as personagens. Segundo Garcia e Moura (2014), “[...] as relações parassociais expressam-se através de investimentos pessoais concretos, como dedicar tempo a acompanhar as novidades, envolver-se emocional e cognitivamente com o contexto ou cenário de atuação, e algumas vezes até desembolsar recursos financeiros para estar alinhado ao universo que envolve o ‘ser admirado’.” (GARCIA; MOURA, 2019, p. 2). Elas podem ser positivas ou negativas, ocorrer a partir de três formas de engajamento: cognitivo, afetivo e comportamental; e variar em cinco dimensões: parentesco; admiração; diferenciação; comparação social e *schadenfreude* (GARCIA; MOURA, 2019, p. 3–2).

¹⁹²Safe House 2: Winter Camp (2021). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/714459-safe-house-2-winter-camp>. Acesso em: 2 nov. 2022.

¹⁹³Safe House 3: Best Bro Secret (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/723253-safe-house-3-best-bro-secret>. Acesso em: 2 nov. 2022.

¹⁹⁴Safe House 4: Vote (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/736579-safe-house-4-vote>. Acesso em: 2 nov. 2022.



Shippar e permitir-se seduzir pelo *fanservice* não é ignorar que a maioria dos atores pode ser hétero, isto é, em termos muito herméticos de sexualidade, que eles não namoram entre si. É envolver-se nessa relação — expandida pelas fãs anteriormente, e pelas empresas posteriormente — para além da e em relação à narrativa das séries, fazendo emergir outros significados e sentidos para as práticas desses atores. O *fanservice* é um estímulo à imaginação, consumí-lo e reimaginá-lo a partir do ponto de vista das fãs não aparenta ser um problema, desde que haja equilíbrio e respeito pela vida privada deles, não ultrapassando a linha entre a *realidade real*, a *realidade ficcional* e o *ficcional*. Diz-se isso no sentido de não praticar atos que violem a *privacidade dos atores* nem sua *integridade moral*, sendo veementemente recriminadas tais ações. O *fanservice* precisa ser ficcional ao ponto de construir uma ideia de realidade — que, repito, não engana as fãs, nem é recebida por elas inocentemente, ao menos, em alguns poucos casos observados, não depois de algum contato com e participação no *fandom*.

Devo ressaltar, todavia, que há uma linha não tão tênue entre o *shipping*, a reimaginação criativa e a disseminação de informações equivocadas e/ou falsas sobre a sexualidade dos atores. Há sempre rumores sobre a sexualidade de um ou outro nas plataformas digitais. Algumas vezes repletas de humor, outras com tamanha ambiguidade e incerteza que produz algum sentimento de verdade em vista do vazio de certeza. Mas essas querelas sobre a sexualidade não teriam tal agência discursiva se antes não houvesse um contexto propício fomentado pelo dispositivo da sexualidade e sua insaciável vontade de saber¹⁹⁵ (FOUCAULT, 2017), e a produção de uma ambiguidade sexual substanciada na masculinidade suave (*soft masculinity*)¹⁹⁶ dos garotos floridos (*flower boys*) (PRASANAM, 2019).

O *shipping* pode ser expresso em diferentes artefatos culturais que não só demonstram apreço ou afeto, mas reforçam ou recriam narrativas com base no texto fonte da série: *fanarts*, *fanfictions* e vídeos (PRASANAM, 2019). Quanto a este último, Prasannam (2019) cita como exemplo os *Official Promotion Videos* ou *Other People's Videos*¹⁹⁷ (OPV) como o elemento mais comum entre as fãs tailandesas. Os *edits* podem ser compreendidos como um OPV, pois como este, também são conteúdos não oficiais

¹⁹⁵ Este assunto será melhor discutido no terceiro capítulo.

¹⁹⁶ O mesmo que masculinidade *bishōnen* ou *kkonminan*. Ver notas de rodapé 68 e 69.

¹⁹⁷ Podem ser traduzidos por “vídeos oficiais de promoção” e “vídeos de outras pessoas” respectivamente.

feitos de fã para fã, são vídeos produzidos a partir de cortes de cenas diversas de qualquer outro conteúdo audiovisual. A diferença é que se em relação ao fandom tailandês os OPV eram veiculados no YouTube e no Instagram (PRASANAM, 2019), hoje a principal plataforma digital de criação e divulgação dos *edits* é o TikTok.

No *fandom*, eles geralmente são produzidos com cenas de séries, filmes, *fan meetings*, *stories* e *lives* no Instagram, entrevistas etc. Geralmente são bem definidos e denotam sua característica ficcional, inventiva, sendo permeados ora pela jocosidade, ora por sentimentalismos. Os cortes são justapostos com uma música ao fundo — a maioria em língua inglesa, algumas poucas brasileiras. As cenas e a música devem conversar entre si, com o *timing* certo, para dar sentido tanto à letra em relação às cenas quanto às cenas em relação à letra. Cenas e músicas devem transmitir a interpretação da fã sobre aquele *ship* em consonância com a narrativa da série ou sobre alguma personagem em específico. E o mais importante: ao colocar o casal como um símbolo, ele deve evocar emoção (TURNER, 2005 [1967]) entre outras fãs. Outros *edits* podem apenas denotar admiração por algum artista com o uso da música para expressar algum desejo ou exaltar sua figura. Não tenho a intenção de descrever as diversas funções desse recurso, apenas situá-lo como uma prática e um material produzido pelas fãs, que pode ser lido através do conceito de *textual poaching* (JENKINS, 1992), na medida que são um trabalho de citação, reescrita textual e interpretação de um texto fonte. O tempo de duração de um *edit* pode variar entre 30s e 2min em sua maioria. Alguns podem ultrapassar esse limite, sendo a definição temporal, assim como das cenas e da música, um quesito subjetivo.

Um dos usos criativos de *edits* que trago com modelo chegou a mim no dia 30 de novembro de 2021, quando Taísa compartilhou no grupo BSW um vídeo do TikTok que *editava* o recorte de uma cena da GMMTV Safe House 2. A música que se sobrepunha ao áudio original da cena escolhida do reality era *Streets Favorite*, os versos “[...] the boy who said he'd be true [...] / oh no, oh no [...]”¹⁹⁸. Estes são muito utilizados em vídeos de humor, geralmente para dar uma ideia de arrependimento, de estar fazendo algo errado ou de que alguma coisa não deu certo, sendo essa sensação enfatizada pelo segundo verso. No vídeo, Ohm* Pawat Chittsawangdee estava pendurado nas costas de um outro ator. Nanon* Korapat Kirdpan estava ao lado e observava a cena. Quando Ohm desce das costas do amigo e vai em direção a Nanon, este parece agir com maior distanciamento e irritação.

¹⁹⁸ [...] o menino que disse que seria verdade [...] / ô não, ô não [...].”

Essa reação foi interpretada pelas fãs como uma demonstração de ciúmes, ativando uma relação de identificação — ou sendo a própria interpretação ativada por essa identificação de resposta comportamental e sentimental a Ohm que as fãs tenderiam a reproduzir em suas relações pessoais.

Taísa: pra quem não me conhece, na vida sou igualzinho o Nanon.

Fernando: sou 200% assim.

George: sou rancoroso. Vou trazer o assunto de volta três meses depois só pra não falar que fiquei com ciúmes na hora. Uma vez meu ex foi no shopping com um garoto que eu odiava. Dois meses depois, eu tava jogando na cara.

Aurora: e o pior é que não consigo disfarçar a cara de cu quando não gosto de alguma coisa.

Taísa: melhor é o Nanon vendo a merda e indo no Nanon “mas cê tá brava?”

Continuando a conversa, George comenta: o Nanon parece ser tão tranquilinho, né? O Krist é 100% doido igual a gente. Morro nas entrevistas que todo mundo fala que ele é dramático e ciumento. O Mike falando que na faculdade uma vez o grupo saiu sem o Krist pra comer, e ele chorou.

Aurora responde a George: não aguento mais me identificar com as coisas nesse grupo.

Thaísa acrescenta: pra que terapia quando se tem esse grupo. (Mensagens no BSW, 30 nov. 2021).

A imaginação sobre a vida pessoal dos atores nem sempre está fundada em relatos parciais e contextuais feitos por outras pessoas em relação direta com eles, como outros atores, diretores ou produtores; mas também por relatos e conclusões das próprias fãs, fundamentadas nas suas idiossincrasias, que são projetadas sobre eles, ou em conclusões tiradas de observações que se querem profundas, mas são feitas com base em suposições. E claro, com uma boa parcela dos sentidos que a representação deles em *fanservice* deseja produzir — isso se considerarmos que há em certa medida intencionalidade e atuação em cenas como a compartilhada no BSW. A organização dessas informações ambivalentes serve à criação de um perfil que é em parte composto por fontes secundárias, pela imaginação, pela identificação pessoal e coletiva que as fãs estabelecem com os artistas e, a partir delas, atribuem significado a suas ações e discursos.

Diante disso, no grupo BSW, era comum ver as fãs falarem sobre a vida dos atores com uma propriedade que, não fosse a certeza colocada em algumas afirmações, a possibilidade de elas levantarem dúvidas e fazerem-me indagá-las sobre as fontes para

tais afirmações, poderiam ser consideradas verdades. Eram comentários sobre supostas práticas da vida pessoal dos atores e sobre seus temperamentos e caráter. A exemplo disso, em 29 de novembro de 2021, dois vídeos iniciaram uma conversa no BSW sobre *biscoitagem*¹⁹⁹. No primeiro, Pavel* Naret Promphaopun aparecia sem camisa, iluminado apenas por um *ring light*²⁰⁰; no segundo, Toptap* Jirakit Kuariyakul aparecia dançando uma coreografia com Louis* Thanawin Teeraphosukarn.

Toptap era conhecido por seguir *todos os homens gostosos da Tailândia que estão na indústria e representar tanto o grupo*. Isso porque seguia Pavel, tinha curtido seu vídeo e estava em um outro com Louis — o que já era motivo para alguma desconfiança de George, que brincou dizendo *aposto que se pegaram*, alimentando tanto uma ideia de lascívia em ambos os atores. Essa representação consiste na ideia de que tanto ele quanto nós seguíamos vários *homens gostosos da Tailândia* e sentíamos-nos atraídos por eles. Toptap encarna o desejo, projetado sobre si, compartilhado no *fandom*. A conversa, nesse dia como em muitos outros, girou em torno dos relacionamentos que esses atores teriam entre si. Segundo as *fontes concretas das vozes da minha cabeça*, como respondeu George a mim, essas celebridades tendem a ter relações amorosas com seus parceiros de produtora, sendo *rodados na empresa*. Não é preciso ter confirmações para essas insinuações, porque, por exemplo, *Toptap exala energia piranha igual ao Gun*. E isso se confirmaria na sua predisposição a seguir homens gostosos da indústria *boys love*.

Essas fãs têm suas redes tomadas por homens tailandeses e sul-coreanos famosos, sejam estrelas de *K-drama* ou *boys love*, sejam cantores de *K-pop*. Seria muito apressado sugerir que esses comentários indicam uma prática de exotificação e/ou hipersexualização. Ou mesmo alguma distorção da realidade baseada em ingenuidade da fã. Acredito que haja outras possibilidades interpretativas para aquela situação, sem desconsiderar as chances de haver eventuais expressões de fenômenos como a hipersexualização no *fandom*²⁰¹.

Na medida em que essas fãs valorizam dessa forma a beleza e os atributos físicos desses atores e *idols*, estão plenamente conscientes que os cenários eróticos que produzem são ficções. Estes agem como uma continuidade da experiência de consumo das

¹⁹⁹ Neologismo, comumente utilizado com homens, que significa a prática de se exhibir com a intenção de se projetar como pessoa atraente e desejável através de diferentes estratégias, mas cuja a mais comum é a exibição de fotos ou vídeos sem camisa ou seminus — de cueca ou sunga.

²⁰⁰ Uma acessório de luz LED em formato de círculo para iluminação fotográfica.

²⁰¹ Este assunto será melhor discutido no quarto capítulo.

séries, imiscuindo propositalmente a ficção e a realidade, fundindo o universo *boys love* com a vida pessoal dos atores. Seriam essas formas de *fanfic* não estruturadas na escrita? Apresentam-se dispersas no imaginário e são trazidas ao discurso sem referência direta ao seu caráter inventado, sendo perceptível seu caráter lúdico, em um primeiro instante, apenas para as pessoas que estão há mais tempo inseridas no *fandom*, porque eu, por exemplo, tive que manifestar curiosidade sobre a procedência dessas informações e questionar: *vocês têm fontes concretas para essas conclusões ou são insinuações?*



Não obstante eles sejam experienciados em diferentes intensidades pelas fãs, desde o início das minhas observações, percebi que o *shipping* e o *fanservice*, em termos gerais, não pareciam práticas inocentes, derivadas de alguma alienação ou reflexo de uma falta de sensibilidade para um consumo crítico das séries *boys love*. Todavia, no *fandom*, os embates indiretos entre aquelas mais implicadas na prática do *shipping* e no consumo do *fanservice* e aquelas que se consideram mais reflexivas diante desses fenômenos, projeta-se nas críticas das últimas às primeiras.

A exemplo da situação que acabei de apresentar, indignado, Fernando comentou, no grupo BSW, em 15 de dezembro de 2021, sobre a *alienação* das fãs que criavam narrativas sobre um relacionamento entre Ohm e Nanon, atores da série *Bad Buddy*, na qual o primeiro interpreta Pran, e o segundo, Pat. Vizinhos de infância cuja amizade não é possível devido a rivalidade entre suas famílias, a história mostra o percurso deles de *enemies to lovers*²⁰².

Se, por um lado, fui levado ao grupo pela força do *ship*, isso não ocorreu por uma expressão fora dos limites da ficção. A diferença do *shipping* que reuniu o BSW está na sua circunscrição aos limites da série, daquela história fictícia, não sendo uma projeção sobre os atores provocada pela imisção da identidade real com a imaginada — ao menos não naquele momento e não com a intensidade observada e repudiada por Fernando.

Fernando: *as shippers brasileiras chegando ao mesmo nível de doença das tailandesas. Agora não pode mais falar de fanservice que elas se doem. As pessoas não aceitam que esses atores encham o cu de dinheiro com isso e juram por Deus que são muito amigos ou mais sem saber da real relação deles. Eu acho isso de uma alienação fodida. Tô*

²⁰² Um tropo narrativo que significa “de amigos para amantes”, no qual as protagonistas começam como “inimigas” e desenvolvem uma relação romântica ao final da história.

falando isso porque estava vendo uns tweets bem doentes sobre OhmNanon. E meu Deus, como essas pessoas se passam.

George: é que OhmNanon já eram amigos antes da série, daí eles já têm um relacionamento, sabe? Aí o povo vê eles sendo próximos e OBVIAMENTE ELES TÃO APAIXONADOS SIM. *Surtos*. O povo só não vai se passar igual com MikeKrist porque todo mundo tem medo de levar lampadada²⁰³. Eles já eram amiguinhos próximos, Nanon falou uma vez que os mais próximos dele eram Chimon, Tawan, Toptap e Ohm. Acho que só os quatro que ele falou, mas sim, óbvio que dá uma aumentada pelo ship.

Teodora: *admito que eu caio muito na minha imaginação... mas faço isso caladinha e consciente... que eles ganham dinheiro pra fazer parecer que tem todo esse amor envolvido. Aí fico me iludindo? Fico. Eu sei que tou me iludindo? Sei. Eu gosto de me iludir? Gosto. Eu pago mico nas redes sociais dizendo que é real? Me poupe.* Por mais que OhmNanon se conheçam e se amem, o que a gente não tem certeza do que é real e o que é atuação no que a gente vê nesses programas, não dá pra ter certeza de nada, e o povo fica colocando a mão no fogo (e por nada, porque vai fazer zero diferença na vida dessa galera) (Mensagens no grupo BSW, 15 dez. 2021, grifos meus).

O comentário de Fernando não revela tão somente um conflito quanto ao consumo do *fanservice*, mas uma distinção valorativa entre *fãs doentes* e *não doentes*, entre as tailandesas, que seriam a *expressão patológica por excelência*, e as brasileiras, que assustadoramente estariam chegando ao mesmo nível de suas colegas asiáticas. Esse é um dos reflexos de um exercício de diferenciação moral que observei durante o período de trabalho de campo e nas variadas situações que presenciei. O *fanservice* e o *shipping* são os temas centrais para a catalização de discursos orientalistas (SAID, 2007) e a produção de pânico moral²⁰⁴ (COHEN, 2011 [1972]).

Não apenas nesse diálogo acima, mas em outros, o *ship OhmNanon* tem levantado algumas discussões acerca da prática do *fanservice* como questão preponderante da indústria *boys love*. Transpassando relações de amizade, o *fanservice*, segundo as fãs, será responsável por reconstruir o que poderia haver de real em quaisquer expressões de afeto entre dois amigos, mas também pode sempre acrescentar um algo a mais nessas

²⁰³ *Ter medo de levar lampadada* é o mesmo que ter medo de sofrer homofobia. *Levar lampadada* se tornou uma expressão para referir-se a situações de exposição a riscos físicos quando se é — ou é confundido por — gay. Ela surge do caso, que ganhou muita popularidade em novembro de 2010, em que um homem foi vítima de agressão física por jovens que o atingiram com uma lâmpada fluorescente no rosto. Gostaria de notar como essa elaboração discursiva que converte uma experiência em uma ação vem também acompanhada de uma jocosidade como elemento de enfrentamento à homofobia. À medida que essa expressão evidencia e denuncia as formas esdrúxulas de agressão das quais pessoas LGBTQ+ são alvo e a precariedade (BUTLER, 2016 [2009]) de suas vidas, que podem ser violentadas a qualquer momento, de qualquer maneira e com quaisquer materiais. Para mais informações, *c.f.* 'Pensei que ia morrer', diz jovem agredido com lâmpada na Paulista. **G1**, [s.l.], 14 dez. 2010. Disponível em: <https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2010/12/pensei-que-ia-morrer-diz-jovem-agredido-com-lampada-na-paulista.html>. Acesso em: 28 out. 2022.

²⁰⁴ Este assunto será melhor discutido no quarto capítulo.

demonstrações afetivas — o que coloca ao *fandom* uma exigência analítica um pouco mais refinada para captar as nuances que envolvem a atuação no *fanservice*. Como publicou Matias no Twitter: *a relação de amizade entre Ohm e Nanon não os impede de fazer fanservice*.

A relação de intimidade entre eles, datada de algum tempo, antes mesmo de serem parceiros de cenário e camarim, entra em suspensão, avaliação e inspecção, uma vez que o comportamento entre os atores que mantêm uma amizade de longa data, quando contracenando juntos, não pode ser visto como simplesmente amizade. Pois que, como acreditam algumas fãs, mesmo que eles compartilhem declarações afetivas rotineiramente, algumas que até possibilitam uma conotação romântica, é possível perceber quando uma atitude ou fala reflete tão somente a amizade e quando reflete o engajamento no *fanservice*. Perguntei como Matias consegue distinguir nesses casos onde há e não há *fanservice*. Consoante a ele, isso pode ser percebido quando as respostas soam mais naturais, menos *scriptadas*. O *ship* BillkinPP, por exemplo, teria um roteiro de respostas para as perguntas sobre o casal, e isso poderia ser percebido no tom repetitivo de algumas entrevistas, destaca ele.

Esse argumento nos convida a entender que há alguns casos, ao menos falando de Ohm e Nanon, em que a linha entre o *fanservice* e a amizade fica tênue. Acreditamos que o contexto midiático modifica a forma que, enquanto amigos, eles vão se relacionar, mesclando o habitual com o *fanservice* sutilmente. Algumas vezes, fica claro — ou ao menos julgamos assim — como água, outras, não. Um vídeo que circulou no *fandom* do Ohm falando estar comprometido com o Nanon enquanto seu parceiro em *Bad Buddy*, em resposta a pergunta de alguma repórter sobre se estava em algum relacionamento amoroso naquele momento, pode ser citado como uma situação em que o *fanservice* se mistura com a relação ordinária entre eles. Há *fanservice*, mas também há amizade envolvida. Esses casos são interessantes, porque exigem mais atenção às nuances e só demonstram a complexidade do fenômeno.

A relação do *fandom* com Ohm e Nanon e com outros *ships*, como *OffGun*²⁰⁵, *ZeeNunew*²⁰⁶, *EarthMix* e *SantaEarth*, também nos convida a pensar a produção da intimidade das fãs com eles, das relações intersubjetivas e emocionais unilaterais que se desenrolam no fenômeno do *shipping*. Algumas interações observadas no *fandom* indicam

²⁰⁵ Formado por Off* Jumpol Adulkittiporn e Gun* Atthaphan Phunsawat.

²⁰⁶ Formado por Zee* Pruk Panich e NuNew* Chawarin Perdpiriyawong.

que o grau de envolvimento emocional com uma série não pode ser presumido. Aquela que está no lugar social de telespectadora pode criar expectativas sobre uma produção com base no que quer que tenha sido divulgado promocionalmente ou com base — se estivermos falando de adaptações de mangás ou *novels* — no texto fonte no qual a série se inspira. Mas ela fica aberta às emoções e sentimentos que podem ser despertados em si pela obra, mas também ao par que interpretará as personagens principais — e ao investimento afetivo no casal enquanto *ship*. Esse fenômeno de imprevisibilidade emocional está muito bem exposto na interação entre Taísa e Teodora, em 17 de dezembro de 2021, no BSW:

Taísa: *não sei, real mesmo, se tenho psicológico pra ver Pran e Pat sofrendo.*

Teodora: caraca... isso num é bom não pra a gente. Tou com medo real, dá até raiva ficar me sentindo assim. Tava pensando em deixar pra ver depois... mas aí teria que sair dos grupos e só falar com vocês bem depois. O negócio é que tenho coragem de não olhar Instagram nem Twitter por cinco semanas tranquilo, mas não queria sair do grupo e ficar sem falar com vocês.

Taísa: não sei o que vou fazer real ainda, porque não tenho psicológico, e nem sei se vou aguentar esperar os outros cinco episódios saírem um por um sem surtar e ter um ataque de pânico. Pode parecer que to sendo dramática demais, irracional, mas não sei.

Teodora: já fiz muito isso, mas eu era sozinha.

Taísa: só de ver a cena dos dois com cara de choro já me quebrou.

Teodora: num vou mentir... me senti mal de verdade... *fico sem acreditar que tou me sentindo assim.*

Taísa: nós duas, falei que me entreguei na série. Meu emocional se envolveu demais com os dois.

Teodora: até tou me achando estranha, porque não era assim.

Taísa: não sei se consigo ver o Nanon sofrer e esperar até a outra semana de boa. Apego emocional ao personagem. E a gente sabe que não é só personagem, tem dois atores por trás do BL que são tão maravilhosos quanto e vão sofrer junto com o personagem. Tô sentindo que de agora pra frente vem os surtos. Nanon se entrega demais ao personagem gente, *se é Pran chorando é Nanon sofrendo junto*. (Mensagens no grupo BSW, 17 dez. 2021, grifos meus).

Elas estavam dialogando sobre *Bad Buddy*, após a exibição de mais um de seus episódios. Já observei o quão próximas podem parecer as fãs dos atores segundo o tratamento que lhes dispensam. Nesse caso, alcançamos um outro nível de proximidade, aquele que se

remete a uma troca intersubjetiva entre fã e ator/personagem. Se o *emocional* [de Taísa] *se envolveu demais com os dois*, não se trata apenas de Pat e Pran, mas também de Ohm e Nanon, aqueles que dão corpo e vida às personagens. Essa relação está explícita no desabafo de Taísa, em que ela se coloca uma dúvida: *não sei se consigo ver o Nanon sofrer e esperar até a outra semana de boa [...] se é Pran chorando é Nanon sofrendo junto*. O elo intersubjetivo depende também de vínculos afetivos construídos com certa antecedência entre os atores e da forma e conteúdo da relação pessoal mantida entre eles, que são projetados pelas fãs nas personagens: Nanon se confunde com Pran e Ohm se confunde com Pat.

Ohm e Nanon, como já mencionado antes, são conhecidos no *fandom* pela forte amizade que têm. Embora cada um já tenha atuado em outras séries, *Bad Buddy* — que veio quase como uma resposta aos anseios do público por uma história que finalmente colocasse os dois em cena, como observei em diferentes discursos responsivos a divulgação da série — foi o seu primeiro trabalho juntos, e o primeiro do gênero *boys love* de Nanon, pois Ohm já havia atuado em outras. Dessarte, compreende-se que *Bad Buddy* reúne elementos que não são superficialmente visíveis, mas que têm uma grande importância para a interpretação dos liames afetivos que existem entre as séries *boys love* e as fãs, sobretudo aqueles concernentes ao papel social e emocional do *ship* e de sua economia simbólica.



Em termos gerais, acredito que seja o campo da incerteza que permite a criação do *ship*. Quando as verdades oficiais estão em suspensão, abre-se espaço para a produção de verdades oficiosas fruto da imaginação fã, da criatividade, do que talvez poderíamos conceber, tomando novamente emprestado o termo de Baudinette (2019), como *creative misreadings*. Não obstante possa haver um limite entre um consumo criativo e um *alienado*, acredito que a linha não seja tão tênue quanto se poderia supor. Não tive a oportunidade de visualizar nenhuma defesa extrema de *ship* de atores, não obstante existam relatos que afirmam esse fenômeno, como comenta Fernando enquanto um observador. Há ainda comentários mais ríspidos direcionados a algumas fãs que se metem a questionar o *fanservice* em si mesmo em paralelo com a pauta dos direitos LGBT+.

Um tom jocoso que denota esse caráter volitivo, imaginário e permanentemente reiterativo do *ship* a partir de qualquer situação, seja ela a mais simples e menos indicativa

de qualquer relação além da profissional e amical, reforça a dimensão plástica, modelada, do casal. O processo de reforço e *fazer parecer ser* remarca a incerteza, a verossimilhança induzida. Teodora exemplifica bem o processo criativo do *shipping* que tanto procede do *fandom* quanto é estimulado pela indústria *boys love* tailandesa — cuja intensidade aumenta com as investidas de marketing adotadas pelas produtoras. Diante disso, argumento que muitas fãs fazem um consumo consciente do *fanservice* e do *shipping*, ainda que haja ocorrências que fujam a essa regra.

O que gostaria de acentuar não é o discurso superficial que pressupõe uma ignorância e inocência das fãs sobre o fenômeno do *fanservice*, mas uma disposição para a fruição, que produz uma leitura criativa puramente para fins de complementação da experiência de consumo das séries *boys love*. Não obstante, para as recém-chegadas, essas práticas possam confundi-las quanto ao real status da relação dos atores, o próprio *fandom* trata de não deixar dúvidas — por exemplo, quando alguém questiona se tal *ship* mantém um namoro real — sobre a circunstância de indefinição. Há um manuseio das incertezas e jogo com o entretenimento para além das — mas sempre em relação às — séries.

No entanto, como mencionei acima, a *economia simbólica do ship* envolve consensos, dissensos, conflitos e muitas outras relações que movimentam o *shipping* e o *fanservice*. Quanto ao aspecto conflitual e moral, o *fandom* deixa bem explícito suas formas de gerência dessa economia, os limites para aceitação de um *ship* e quais as condutas aceitáveis de atores dentro da indústria *boys love*.

2.2.1 A volatilidade do ship

Em 1 de dezembro de 2021, o *fandom* ficou em polvorosa. Nesse dia, a GMMTV anunciou 21 produções para 2022, entre as quais estão oito séries *boys love*: *Star & Sky*²⁰⁷; *Cupid's*

²⁰⁷Star And Sky: Star In My Mind (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/715945-star-and-sky-star-in-my-mind-sky-in-your-heart>. Acesso em: 29 out. 2022.
Star And Sky: Sky In Your Heart (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/724629-star-and-sky-sky-in-your-heart>. Acesso em: 29 out. 2022.

*Last Wish*²⁰⁸; *The Eclipse*²⁰⁹; *Moonlight Chicken*; *Never Let Me Go*²¹⁰; *Vice Versa*²¹¹; *My School President*²¹²; e *Be My Favorite*²¹³. O evento *GMMTV 2022 Borderless*, transmitido ao vivo pelo canal da emissora no YouTube, alcançou uma média de 110 mil espectadoras. No Brasil, a tag *#GMMTV2022* figurou em primeiro lugar nos *Assuntos do Momento*, contabilizando mais de 545 mil tuítes. A cerimônia reuniu todo o *cast* da emissora. Como não poderia faltar, os *ships* se apresentaram como tal, figurando em imagens de casal no *red carpet* (Figura 2). Como comentou uma fã, em tom jocoso: diferentemente dos eventos midiáticos no Ocidente, nos quais as celebridades aparecem em pares heterossexuais; na Tailândia, elas apresentam-se como casal imaginário criado pelo *fandom* e sustentado pela empresa através do *shipping*.

²⁰⁸Cupid's Last Wish (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/715899-cupid-s-last-wish>. Acesso em: 29 out. 2022.

²⁰⁹The Eclipse (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/715893-the-eclipse>. Acesso em: 29 out. 2022.

²¹⁰Never Let Me Go (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/715897-never-let-me-go>. Acesso em: 29 out. 2022.

²¹¹Vice Versa (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/715907-vice-versa>. Acesso em: 29 out. 2022.

²¹²My School President. **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/715931-my-school-president>. Acesso em: 29 out. 2022.

²¹³Be My Favorite (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/715929-you-are-my-favorite>. Acesso em: 29 out. 2022.

Figura 2 — À esquerda: Mix e Earth; à direita: Ohm e Nanon



Fonte: @GMMTV (1 dez. 2021).

A quantidade não foi necessariamente o que me surpreendeu e o que deve ser digno de nota nesta análise. Como apresentei na introdução deste trabalho, o número de produções *boys love* tem aumentado de um ano para outro, assim como as fãs têm visto investimentos em novos *ships*²¹⁴. O *plot*, ou seja, a narrativa central das séries *boys love* foi o que de fato chamou minha atenção. Aparentemente, os clamores do *fandom* foram ouvidos, ao menos daquelas que já estavam cansadas da história típica de romance escolar ou universitário. Embora o *campus concept* ou *campus/school crush* seja uma marca das séries, há muito as fãs vêm exigindo outros conceitos, como o exemplo de *Manner Of Death*²¹⁵ e *HIStory 3: trapped*²¹⁶. Enredos de *bandido*, *vingança e traição* e *para quem gosta de sobrenatural/mistério/fantasia*. Nada mais que uma procura por diversidade narrativa. A GMMTV, então, mostrou estar, mais uma vez, atenta ao que as fãs, seu mercado, exigem, demonstrando isso antes mesmo da *live* com os lançamentos para 2022. Em 29 de

²¹⁴ *NeoLouis, ForceBook, JimmySea, FirstKhao, FourthGemini*. Estes são considerados novos em relação aos já consolidados *KristSingto, OffGun, TayNew, EarthMix* e *BrightWin*.

²¹⁵ *Manner Of Death* (2020). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/58899-manner-of-death>. Acesso em: 29 out. 2022.

²¹⁶ *HIStory3: Trapped* (2019). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/30567-history3-trap>. Acesso em: 29 out. 2022.

novembro, por exemplo, eles divulgaram o trailer de *Not Me*²¹⁷, uma *boys love thriller* que marca esse movimento de investimento da emissora em novos enredos, juntando-se ao sobrenatural de *Cupid's Last Wish* e *Vice Versa*, ao suspense e ação de *The Eclipse* e *Never Let Me Go* e à ficção científica/fantasia de *Be My Favorite*. Essas séries fazem par com outro lançamento esperado: *KinnPorsche*. Há também uma aposta em temas mais maduros, como no caso de *Moonlight Chicken*, sobre a vida de casais gays na Tailândia; e em temas já conhecidos e tradicionais, como em *Star & Sky* e *My School President*, o típico *campus/school crush*.

Não obstante houvesse quem elogiasse a GMMTV pela redução dos *plots* universitários, também havia aquelas que criticavam a falta de investimento em produções *girls love* (GL). A subrepresentação desse gênero é visível e discutida pelo *fandom*, sobretudo por mulheres lésbicas e bissexuais. Contrariamente ao desinvestimento em *girls love*, algumas fãs desapontadamente criticam o fato de as séries *hétero* ainda manterem as mulheres em *plots machistas*, geralmente pautados na humilhação, na rivalidade feminina e/ou na manutenção do estereótipo de mulher inconformada e vingativa — quando ela tem suas investidas e seu próprio sentimento não correspondido pela pessoa desejada. A produção e espera mais que aguardada de *GAP*²¹⁸, a primeira série *girls love* tailandesa, estreada em 19 de novembro de 2022, pode indicar uma mudança nesse cenário de domínio de produções *boys love*. Ao menos é o que esperam as fãs, vendo-na como um possível estímulo à produção de outras.



O *ship* é um produto volátil. A criação de um *ship* precisa passar pelo consenso do *fandom*, que não precisa ser total, mas ter certo grau de generalidade para que seja popular e bem quisto. *Ships* consolidados gozam de certa notoriedade e cristalização, isto é, são impenetráveis por outros arranjos de casais, é inconcebível que um ator de um *ship* consolidado crie outro — a não ser que a revelia do *fandom* e sob o risco de críticas e recepção negativa, o que pode impactar a rentabilidade do negócio do *fanservice* e a popularidade de uma série. Nesse sentido, alguns *ships* são mais ou menos legítimos ou possíveis de serem imaginados. Isso ficou evidente com a divulgação da série *boys love Be*

²¹⁷Not Me (2021). MyDramaList, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/682595-not-me>. Acesso em: 29 out. 2022.

²¹⁸GAP (2022). MyDramaList, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/707221-gap>. Acesso em: 29 out. 2022.

My Favorite, estrelada por Krist* Perawat Sangpotirat e Mike* Chinnarat Siriphongchawalit. Se, para algumas, esse *ship* era tudo o que elas queriam; para outras, entretanto, era tão impossível e inimaginável que chegava a ser motivo o suficiente para não assistirem à série.

Como se a situação já não fosse ruim o suficiente para essas fãs, em 13 de setembro de 2022, a GMMTV anunciou, em suas plataformas digitais, que Fluke* Gawin Caskey substituiria Mike. Já descontentes com Krist contracenando com Mike, a troca de um ator por outro foi vista como de péssimo gosto. Se havia alguém que deveria ser substituído, estava explícito que era Krist. Em meio às lamúrias, Aurora, George e Teodora lamentaram o primeiro trabalho de Gawin como protagonista ser com Krist. Se, segundo George, a situação poderia ter sido pior, para Aurora aquilo era o suprassumo do absurdo, não havendo mais como piorar. Ela concluiu que teria sido melhor Gawin ter continuado sem nenhum protagonismo, a ter que pagar esse preço. A lamentação foi ainda maior no *fandom* depois da atuação dele com First em *Not Me*, cuja química percebida pelas fãs deixou um desejo de continuidade do *ship* em outros projetos, inicialmente frustrado por essa mudança.

Nesse sentido, quero chegar ao ponto argumentativo de que o *ship* também depende do comportamento dos atores, da simpatia, mediada por suas ações, que eles conseguem do *fandom*. Buscando entender melhor essa recusa a Krist e Mike, sobretudo ao primeiro, questionei no *fandom* o porquê da rejeição generalizada ao casal. O motivo está em uma publicação feita por Krist em seus *stories* do Instagram, na qual responde a pergunta “are you gay” com, segundo os emojis nos permitem inferir, alto grau de desconforto e irritação (Figura 3).

Figura 3 — Captura de tela de stories de Krist



Fonte: arquivo pessoal.

Desse momento em diante, Krist passou a ser conhecido no *fandom* por ser *o ator mais homofóbico da indústria, o Carlos Bolsonaro da Tailândia* (1 dez. 2021), alguém que já proferiu vários comentários homofóbicos, mas cuja resposta na captura de tela acima, que não sabemos ao certo há quanto tempo aconteceu, não só foi a expressão mais visual quanto memorável da sua suposta homofobia — agora apreendida em uma imagem que deve valer mais que mil palavras e endossar seu cancelamento, ao menos entre o *fandom*. A prova disso é que, no momento de circulação, no Instagram, de um comando interativo em apoio à comunidade LGBTQ+ dizendo *Repost if you support LGBTQ+*, a situação foi lembrada com a elaboração de um *meme*/montagem no qual aparece como se tivesse compartilhado o comando, o que não foi o caso (Figura 4). A ironia foi mobilizada como figura de linguagem justamente para realçar a suposta homofobia do ator por meio da representação hipotética de uma situação que seria antagônica à outra, e por isso mesmo a montagem surte efeito crítico para quem está informado sobre o ocorrido.

Figura 4 — Meme/montagem com foto de Krist



Fonte: Autoria anonimizada (23 nov. 2021).

Na mesma publicação, alguém respondeu com uma outra montagem que seria *mais coerente* e *mais convincente* tendo em vista o discurso e o comportamento do ator (Figura 5). A autora da imagem foi mais direta em sua representação como homofóbico por meio da insinuação de apoio ao então presidente Jair Messias Bolsonaro — popular por seus discursos contra a população LGBTQ+. Quem não está a par do contexto que envolve a produção da montagem, choca-se com seu teor, mas a associação entre as duas figuras já passa uma noção bem direta do que se está querendo dizer. Krist seria no mínimo uma pessoa politicamente incorreta e no máximo preconceituosa e conservadora, digna de repúdio social.

Figura 5 — Meme/montagem com foto de Krist



Fonte: Autoria anonimizada (23 nov. 2021).

Algumas fãs acharam necessário superar esse momento, interpretando-o como uma *forma errada de se expressar*, afirmando que ele *nunca ofendeu ninguém e que as carinhas não dizem nada*, tendo se arrependido ou corrigido. Mas a resposta de Krist incita toda uma ideia de contradição entre sua atuação em séries *boys love* e a conotação preconceituosa de seu discurso. Muitos comentários sugeriam que ele teria voltado a atuar nessas séries por precisar de dinheiro, em uma clara referência ao interesse pelo *pink money*. São argumentos desse tipo e situações como as de Krist que fundamentam denúncias de *queerbaiting*²¹⁹ (BRENNAN, 2016) — ainda que não exemplifiquem a prática descrita pelo conceito²²⁰ — e promovem toda uma discussão sobre a assunção ou não da sexualidade de atores tailandeses que passaram por e ainda trabalham em séries *boys love*.

²¹⁹ Brennan (2016, p. 1, tradução minha) define *queerbaiting* como “[...] um termo concebido por fãs que descreve uma tática pela qual os produtores de mídia sugerem um subtexto homoerótico entre personagens na televisão popular que nunca é destinado a ser atualizado na tela.”

²²⁰ Não foi possível nesta dissertação trazer uma discussão mais profunda sobre os usos e abusos da noção de *queerbaiting* pelo *fandom boys love* brasileiro e internacional. Pretendo fazê-la em textos futuros complementando e aprofundando as análises deste trabalho.

Subjacente ao problema de ele ser supostamente homofóbico, estava o descontentamento com a coragem ou audácia de visibilizar sua suposta homofobia e romper com o contrato implícito que permite a liberdade fantasiosa ao *fandom*, a reimaginação dos atores por meio do *shipping*. Krist agora está fora das práticas imaginativas e, por isso, sua presença em uma série *boys love* é contraditória e inaceitável do ponto de vista de algumas fãs. Entretanto, mesmo com as críticas, não há que se depreender imediatamente que a recusa implique a não audiência. Mesmo quem considerou a série uma *aleatoriedade, bomba, piada, merda, radiação, um surto ou gore*²²¹, tinha interesse em assistir, fosse pelo *plot* fantasia/ficção científica, fosse por Mike, fosse para conferir e/ou confirmar o fiasco que ela tenderia a ser.

2.2.2 O fanservice tem que acabar

Como já expus, querer imergir no universo ficcional das séries *boys love* é pressupor um direito à fantasia, à tomada de uma via para fuga da realidade, sobretudo quando marcada por violências simbólicas, físicas e psicológicas de pessoas LGBTQ+. No entanto, nem todas as fãs pensam assim, para aquelas contrárias ao *fanservice*, este se torna algo *decepcionante, incômodo, prejudicial e problemático*.

Conversei, em 8 de fevereiro de 2022, com Lourenço, homem gay, negro (cor parda), 22 anos, que tinha começado a assistir às séries há três meses. Entre os diferentes assuntos de nossa conversa, abordei o tema da sexualização, sobre o qual perguntei sua opinião. Ele observou que, embora isso ocorra *um pouco no fandom*, o que mais o incomoda é o *fanservice* — tanto o investimento das empresas nele quanto a relação das fãs com ele. A partir de uma experiência pessoal, argumenta que *isso [o fanservice] constrói uma relação muito tóxica do fandom com os atores* (8 fev. 2022). Se, do seu ponto de vista, o *fanservice* é o maior problema no *fandom BL*, vejamos porque isso aconteceria.

Porque eles forçam muito esse negócio de casal, acaba a série, e os atores fingem que são casal, fazem propaganda pra tudo como se fossem casal, ficam flertando. Isso é óbvio que gera muito lucro pra eles, mas aí os fãs acham que eles realmente estão namorando, mas no final não estão...

Tipo o Max e o Tul, de Togheter With Me. Eles trabalham juntos há mais de seis anos, e nos seis anos todo mundo achou que eles eram um casal, porque construíram toda

²²¹ Subgênero cinematográfico ou literário que caracteriza representações de extrema violência, com excesso de imagens sanguinolentas. Em alguns casos, indica também a presença de conteúdos como violência sexual, problemas e abuso psicológicos etc.

uma narrativa em cima disso. *Aí ano passado, o Max começou a namorar uma atriz, e muita gente tacou hate nele e nela. Não fiz isso, mas fiquei tipo “decepcionado”, porque eles criaram toda uma história como se fossem casal, mas era tudo mentira. Aí essa narrativa que eles constroem só prejudica eles mesmo, nunca conseguem ter uma vida pessoal.*

Antes eu sempre falava “que povo idiota ficar com raiva disso, não sabem separar a vida real da atuação”. Mas aconteceu que nem eles mesmos separam, fiquei super chateado, mas entendi que a culpa não era minha, e sim deles, que constroem esses sentimentos nos fãs. Fiquei triste mas consciente, tipo “a vida é dele, ele escolhe com quem fica, e tá tudo bem”. Mas meu carinho por ele diminuiu. Muito estranho, mas é isso. (Mensagem privada de Lourenço via Twitter, 8 fev. 2022, grifos meus).

No início, Lourenço atenta para o papel de consumo crítico que as fãs devem desempenhar em relação ao *fanservice*. Contudo, quando ele — que julgava saber separar muito bem a *vida real da atuação* — vê-se no mesmo lugar do *povo idiota* afetado emocionalmente pelo que lhe era óbvio como *atuação*, no lugar de reivindicar uma corresponsabilidade sobre os efeitos do *fanservice* entre indústria (produtoras e emissoras de TV), atores e fãs, passa a atribuir total responsabilidade aos dois primeiros. Ora, se ele, consciente do *fanservice* — o que, de alguma maneira, conferir-lhe-ia alguma blindagem emocional — viu-se capturado pela sua malha afetiva, não havia mais o porquê responsabilizar-se enquanto fã. Logo, passa de uma interpretação das fãs como sujeitas ativas para passivas. O *fanservice* assume o caráter de uma entidade superior, cujos limites do consumo crítico não lhe são capazes de oferecer resistência. Mas será que realmente o *fanservice* tem todo esse poder?

Em 5 de fevereiro de 2022, Estela lançou um questionamento, no canal da FSB1, sobre as críticas ao *fanservice* e ao *shipping*. Citarei aqui seu *tweet* e uma sequência de respostas do diálogo que manteve com Tauan — um *brasileiro historiando na Ásia*, como escrito em sua biografia no Twitter — que considero útil para refletirmos como o *fandom* tem pensado a produção e o consumo de *fanservice/ship* na indústria *boys love* tailandesa.

Estela: o fato de algumas pessoas acreditarem que casais *boys love* possam ser reais muda alguma coisa na vida de vocês que não acreditam? Parece que as pessoas não podem *shippar* ou acreditar no seu casal favorito, visto o incômodo de tanta gente. *Se é fanservice ou não, qual o problema em shippar?*

Tauan: o problema é que esse *ship* dá força às fãs que ofendem os atores quando eles *arranjam uma namorada*. E não me venham dizer que uma coisa não tem nada a ver com a outra, porque tem. Já ofenderam namoradas, ameaçaram-nas de morte. Tacam *hate* quando um ator contracenava com outro que não o de seu *ship*.

Estela: então sim, uma coisa realmente não tem a ver com a outra, porque *você está generalizando*. Há muitas shippers que, mesmo shippando um casal com toda a força, quando ele trabalha com outra pessoa, dão apoio, e quando namoram também. *Não há como dizer que todas as shippers são tóxicas*.

Tauan: *não disse que todas as pessoas que shippam são tóxicas, disse que o ship perpetua o ódio. Se ele não existisse, e as pessoas não ligassem com quem um ator ou atriz está saindo, o problema estaria resolvido. Enquanto houver ship e fanservice, as coisas não vão mudar*.

Estela: falei no geral. Você não falou sobre elas serem tóxicas. Digo no geral, pois é muito comum as pessoas pensarem que as shippers são tóxicas. *Mas, como falei, mesmo que não envolva ship, isso acontece com vários artistas, porque existem pessoas mentalmente desajustadas que sempre extrapolam os limites*. (Mensagens no Twitter, 6 fev. 2022, grifos meus).

O *fanservice*, do ponto de vista de algumas fãs, pode ser lido pela noção de mercado contestado (STEINER; TRESPEUCH, 2016). Este conceito nomeia os mercados que são moralmente contestados e controversos socialmente. A contestação moral pode ser em direção aos bens comercializados, “[...] aos mercados efetivos quanto a propostas de marketing (os “mercados de papel”) ou simplesmente ao discurso a favor da mercantilização [...]”²²² (STEINER; TRESPEUCH, 2016, p. 48, tradução minha). Assim podemos considerar o *fanservice*, uma vez que este comercializa um produto envolto em controvérsias morais. Esse movimento de contestação moral em sua direção tem por objetivo retê-lo ou bloqueá-lo, muito menos que estimular sua continuidade, porque este seria um mercado que se constitui em uma esfera que afeta a intimidade das pessoas (STEINER; TRESPEUCH, 2016).

As contestações morais questionam o mercado a partir de sua relação com as ideias de bem comum, que passam por domínios como o econômico, o social e o bioético (STEINER; TRESPEUCH, 2016). No caso do *fanservice*, passa ainda pelo âmbito da política (representacional), da ética (sobre o que é bom e correto), da intimidade e verdade da sexualidade (sobre o que, por quem e em quais condições ela deve ser demonstrada). A manutenção ou o questionamento de um produto ou mercado está intimamente ligada aos “[...] valores que o corpo social e os governos desejam manter ou promover [...]”²²³ (STEINER; TRESPEUCH, 2016, p. 49, tradução minha). A suspeita sobre os efeitos morais

²²² “[...] sur les marchés effectifs, que sur des propositions de mise en marché (les « marchés de papiers ») ou tout simplement sur les discours en faveur d’une marchandisation [...]” (STEINER; TRESPEUCH, 2016, p. 48).

²²³ “[...] les valeurs que le corps social et les gouvernements souhaitent maintenir ou promouvoir [...]” (STEINER; TRESPEUCH, 2016, p. 49).

indesejados que podem resultar desses mercados ou produtos dão vazão ao surgimento de *empreendedores de causa e morais* (STEINER; TRESPEUCH, 2016). Os primeiros agem por meio de lobby e manifestações para impedir a continuidade ou a criação desses mercados, transformando “[...] uma questão localizada em um « problema público » [...]”²²⁴ (STEINER; TRESPEUCH, 2016, p. 50, tradução minha). Os segundos agem na defesa

“[...] de populações vulneráveis que precisam ser protegidas pelo mercado, ou ao contrário, protegidas do mercado. A noção de população vulnerável aparece então como peça central para a compreensão dos mercados contestados. Ele designa coletivos cuja existência será ou corre o risco de ser interrompida pelo surgimento ou desaparecimento de um mercado contestado.”²²⁵ (STEINER; TRESPEUCH, 2016, p. 50, tradução minha).

O *ship* é o produto do *fanservice*, não os atores. O que se comercializa é uma ideia de relacionamento, uma *realidade ficcional*, não os atores em si. Eles são responsáveis por produzir esse bem a ser consumido pelas fãs. Neste caso, segundo o discurso de Tauan, compreendemos que a população vulnerável aqui são os atores, na posição social de trabalhadores, e suas eventuais parceiras amorosas reais, que sofrem perseguição²²⁶. Consoante Lourenço, são as fãs que se enganam com a prática do *fanservice* que são a população vulnerável e têm seu estado emocional agitado por esse mercado ou produto. Há ainda a preocupação de que a própria população vulnerável, sejam as fãs ou os atores, possam melhorar as capacidades de existência do mercado ou produto contestado (STEINER; TRESPEUCH, 2016) à medida que se engajam no seu consumo ou prática — não obstante os resultados negativos desse envolvimento.

Como fica visível em comentários de diversas fãs junto aos exemplificados aqui, há uma sobredeterminação do interesse comercial ora das emissoras de televisão e produtoras, ora dos próprios atores que aceitam participar do negócio do *fanservice*. Nesse caso, subjazendo a ideia de mercado contestado está a da “[...] existência de uma

²²⁴ “[...] à transformer un enjeu localisé en « problème public » [...]” (STEINER; TRESPEUCH, 2016, p. 50).

²²⁵ “[...] de populations vulnérables qu’il s’agit de protéger par le marché ou, au contraire, de protéger du marché. La notion de population vulnérable apparaît alors comme une pièce centrale pour la compréhension des marchés contestés. Elle désigne des collectifs dont l’existence va ou risque d’être bouleversée par l’apparition ou la disparition d’un marché contesté.” (STEINER; TRESPEUCH, 2016, p. 50).

²²⁶ Steiner e Trespeuch (2016) observam que um mercado contestado tem microestruturas sociais, normas, regras que organizam as interações para garantir o desenvolvimento das transações. Da igual maneira se pressupõe que o *fanservice* tem suas regras que facilitam sua comercialização: por exemplo, uma das mais comentadas entre as fãs seria aquela de não exposição de namoros em público, para não prejudicar a venda do *ship*.

população “perigosa” de comerciantes composta por aqueles que não podem resistir à atração do ganho [...]”²²⁷ no contexto do neoliberalismo contemporâneo (STEINER; TRESPEUCH, 2016, p. 71, tradução minha).



Apesar dos posicionamentos contrários à prática, o conjunto de respostas que se apresentam nos tweets e diálogos acima são coesos em suas opiniões sobre o assunto: não há um mal intrínseco ao *fanservice* e ao *ship*, essas práticas fazem parte do trabalho dos atores e são estimuladas pela própria indústria *boys love*; não há problema em “iludir-se” no consumo de *fanservice*; a questão está menos em estar sendo iludida e mais sobre *brincar junto com eles* [os atores], identificando-se, assim, como uma *shipper saudável*; e devendo-se preservar os limites da privacidade dos *ships*. Assim, perseguir suas namoradas quando eles assumem publicamente seus relacionamentos, criticar ou *tacar hate* quando eles contracenam com outros atores (que não o seu *ship* habitual) e assediá-los são condutas de *shippers tóxicas*.

O direito à fantasia, ou à ilusão, aparece muito visivelmente nas respostas de inúmeras fãs ao tweet acima e em outros dispersos. Aquelas que se engajam no *shipping* se sentem incomodadas pela reiterada vigilância e repreensão moral às quais são submetidas quando exercem sua identidade de fã através do consumo do *fanservice*, seja por meio de comentários sobre os *ships* ou da produção e compartilhamento de conteúdos (e.g., *edits*, imagens, *fanfics*) sobre eles. Há um sentimento de desgaste e cerceamento da liberdade de imaginação. Fica explícito também um desconforto com o julgamento cognitivo — posto que elas são consideradas infantis e alienadas, como se não soubessem o que estão consumindo e no que consiste o *fanservice* — que acompanha a vigilância e a regulação moral exercida sobre elas.

A partir do diálogo entre Estela e Tauan, concluo que quem pensa e critica o *fanservice*, tendo em vista o comportamento de algumas fãs, deveria criticar o comportamento delas, e não necessariamente o *fanservice* em si. Se algumas fãs ultrapassam o limite do aceitável, invadindo a privacidade dos artistas — através de perseguições e contatos com parentes próximas, como pais e mães, por exemplo — essa é uma questão que diz mais sobre como o consumo tem sido feito, o desrespeito e a

²²⁷ “[...] l’existence d’une population « dangereuse » de marchands composés de ceux qui ne savent résister à l’appât du gain [...]” (STEINER; TRESPEUCH, 2016, p. 71).

incompreensão da linha que separa o pessoal e o profissional. A pessoa que faz *fanservice* não está pedindo para ser vigiada tampouco cerceada. Já não se pode mais argumentar que o *fanservice* é uma enganação ou má fé, algo que foi feito para ludibriar o público. Tampouco imputá-lo como a raiz de todos os problemas que lhe estão relacionados.

Devemos fazer um exercício de distanciamento de nossos julgamentos sobre o trabalho em si e passarmos para as práticas abusivas de quem consome esse serviço — reconhecendo o limite de deixar de fora os possíveis abusos daqueles que gerenciam esses negócios, mas trata-se de discussão para outro momento. No desenvolvimento de suas funções, os atores de séries *boys love* estão prestando serviços artísticos de encenação. O trabalho desempenhado não autoriza nada além do que o consumo do que está sendo oferecido. Situações de assédio moral, sexual e perseguição, nesses casos, não podem ser vistas como consequências da atividade profissional de alguém. Assumir o contrário seria justificar que os atores são responsáveis por eventuais assédios morais e sexuais que possam sofrer dentro e fora de seus respectivos ambientes de trabalho: por exemplo, em um restaurante, alguém reconhecer um ator e achar que pode tocá-lo sem consentimento, fazer-lhe insinuação sexual ou invadir sua privacidade e intimidade em um momento reservado.

Se alguém pressupõe que o *fanservice* e o *ship* devem acabar para que a perseguição a atores também acabe, essa mesma pessoa deve achar que a situação hipotética acima decorre da profissão de quem foi agredida, e menos de quem se autorizou a agredi-la. Ou pode colocar ambas as conclusões no mesmo plano, como se houvesse uma equivalência entre elas. O *fanservice* não é o problema. O assédio moral e a invasão de privacidade é que o são. E eles não são estimulados pela atividade profissional dos atores, mas por uma noção de que o Outro deve estar submetido a alguém e que seu espaço pessoal é sempre de domínio público. Falamos de relações de poder que não se originam pontualmente e desvinculadas de outras práticas.

3 REPRESENTAÇÃO LGBT+ E SÉRIES *BOYS LOVE*

Neste capítulo, abordarei um tema candente no *fandom boys love* brasileiro: a representação LGBT+ nas séries *boys love*. As discussões sobre política e mídia, passando por tópicos como apoio à comunidade LGBT+, assunção da sexualidade, *pink money* (dinheiro cor de rosa), *pinkwashing* (lavagem cor de rosa), e culminando no que conceituarei como *oportunismo queer*, são recorrentes entre as fãs tanto no Brasil quanto internacionalmente. Oferecerei um panorama de como tem-se desenrolado esses debates e o que eles podem significar, buscando a melhor compreensão das nuances que os envolvem.

3.1 OPORTUNISMO QUEER E DIREITOS LGBT+

Em 24 de junho de 2021, o site Thansettakij publicou uma notícia (Figura 6), divulgada pela Central Boys Love, sobre a iniciativa do Departamento de Promoção do Comércio Internacional da Tailândia (Department of International Trade Promotion — DITP), subordinado ao Ministério do Comércio (Ministry of Commerce), de incentivar empresas implicadas na produção de séries *boys love* na distribuição de seus conteúdos em mercados de países do Leste Asiático, como Japão e Taiwan, e da América Latina. A Central Boys Love repassou a informação, em seu Twitter, da seguinte maneira, em tom de comemoração:

O barulho que nós latino americanos fazemos foi notado pelo diretor do Departamento de Promoção Internacional da Tailândia! Para o Thansettakij, ele cita que na LA [Latin America] há um grande público que deseja ver as séries em seus idiomas. O governo quer facilitar a exportação de BLs. (O BARULHO..., 24 jun. 2021).

A notícia foi recebida com entusiasmo por quem acompanhava a página. As fãs brasileiras se autoconferiam a responsabilidade e a influência de seu amplo consumo das séries *boys love* na inclusão da América do Sul entre os possíveis mercados alvos (*target markets*). A maioria delas só pensava no quão bom isso era do ponto de vista da acessibilidade a essas produções, que, com essa novidade, poderiam até chegar com dublagem em português em plataformas de streaming, como a Netflix²²⁸. Aparentemente, como tweetou Hope, a

²²⁸ Até o momento, elas são divulgadas, no Ocidente, por meio de *fansubs* e plataformas de streaming, como Line TV (japonês), Viki (estadunidense), GagaOOLala (taiwanês), WeTV (japonês) e iQiyi (chinês), assim como pelo canais no YouTube de TV tailandeses — como a GMMTV e a CH3 — ou de produtoras — como a

América Latina ganhou, em alusão à notabilidade que o continente, em especial o Brasil, teria conquistado em meio às instâncias governamentais tailandesas e à indústria *boys love* do país.

Figura 6 — Card do DITP sobre o Thai Boys Love Content (TBLC)



Fonte: “Comércio”... (2021).

Entre os tweets sobre o assunto, havia os que denotavam forte surpresa por essa ação de promoção comercial partir do governo tailandês. Os que mais me chamaram a atenção expunham um ponto de vista crítico e desconfiado dessa medida, atentando para *o poder do pink money*²²⁹ e para a emergência do *soft power* tailandês nesse fenômeno. Conforme

Mandee, a Idol Factory, a TV Hunter etc. — que publicam os episódios das séries geralmente divididos em 4 partes e com legendas em inglês — aos poucos, legendas em português começaram a ser disponibilizadas em diferentes canais no YouTube, como no da GMMTV. Viki, WeTV, GagaOOLala e iQiyi disponibilizam os episódios em português, no entanto, algumas séries ou os demais episódios (geralmente, elas liberam um ou dois episódios gratuitamente, restringindo o acesso aos outros) só podem ser acessadas com a assinatura de algum plano da plataforma. Por motivos que não foram formalmente divulgados, a Line TV Tailândia, uma das principais plataformas de streaming de acesso gratuito, interrompeu suas atividades em 31 de dezembro de 2021.

²²⁹ Significando literalmente dinheiro rosa, a expressão se refere ao potencial de consumo de pessoas LGBT+, muito utilizado pelo marketing e pelo próprio movimento LGBT+ em suas críticas à inclusão desse grupo no mercado de bens e consumo em contraposição à baixa oferta de amparo jurídico.

uma das fãs que comentou sobre o assunto, não interessa tanto a esse governo os direitos da população LGBTQ+ tailandesa quanto o lucro com o uso de suas experiências. Ainda que tweets como esse não representassem uma maioria se comparados aos mais entusiastas e comemorativos, sem embargo, faziam-se notáveis precisamente para este pesquisador pelo posicionamento cético.

A essa altura, enquanto acompanhava essas e outras reações ao que tinha sido noticiado, ainda estava envolvido pelo discurso identitário do *fandom* e queria compreender quais os significados eram atribuídos pelas fãs brasileiras a essa relação, vista como contraditória, entre direitos LGBTQ+ e séries *boys love* na Tailândia, com atenção especial ao lugar de mediação do governo — que se antes concentrava-se na regulação da mídia no país, agora estava diretamente implicado na divulgação e impulsionamento da indústria *boys love* transnacionalmente. Se já vinha observando uma divisão de opiniões quanto a esse tópico, as interações decorrentes desse momento e as posteriores, mais amplas sobre representação LGBTQ+, receberam um cuidado especial de minha parte.

Alguns dias depois, em 28 de junho de 2021, a Central Boys Love respondeu a um tweet meu em sua publicação — no qual perguntava sobre os interesses do governo tailandês com esse projeto — afirmando que *a comunidade LGBTQ de lá é possessa com eles divulgando lá horrores pros países vizinhos e europa como LGBTQ friendly, lucrando vendendo casa pra casal gay chinês e sequer a lei do casamento passa no parlamento* (A COMUNIDADE..., 2021). No mesmo dia, também fez uma publicação em sua conta no Twitter sobre a relação entre a produção de séries *boys love* e o movimento pelos direitos LGBTQ+ na Tailândia, reforçando mais uma vez seu consumo crítico pela compreensão das nuances que envolvem a mídia, a cultura e política tailandesa no que concerne a grupos de gênero e sexualidade não normativas.

Esse ponto de vista crítico compartilhado pela Central Boys Love se associa ao de outras fãs que tecem debates acentuando essa contradição prática do governo tailandês. Ao compartilhar a mesma notícia, Fant, uma fã tailandesa, reconhecendo e criticando essa estratégia governamental oportunista, cobrou ao DITP *concertrar-se na legalização do casamento entre pessoas do mesmo sexo*, mesmo reconhecendo que não era matéria de competência direta do órgão. A iniciativa logo foi tomada pelo discurso ativista, que a utilizava como objeto de constrangimento pedagógico e denúncia do descaso estatal com

a discussão do casamento igualitário, até então uma das pautas mais debatidas entre as pessoas LGBTQ+ tailandesas.

Ainda que o casamento não seja a resolução definitiva de todos os problemas que as afligem, sua efetivação jurídica seria um ganho significativo, um impulso para a obtenção de outras vitórias em termos de direito. Assunto que já vem sendo discutido e delongado pelo governo tailandês ao menos desde 2017, essa morosidade tem gerado muito incômodo nas pessoas LGBTQ+ da Tailândia e entre as fãs tanto nacionais quanto internacionais engajadas na defesa de direitos para esse grupo. Até o momento, apenas Taiwan o tornou legal em 17 de maio de 2019, assumindo-se como o primeiro país da Ásia a legalizar o casamento entre pessoas do mesmo gênero. Isso tem sido trazido como um motivo extra para pressionar o governo tailandês, que supostamente teria se gabado, antes do adiantamento de seu vizinho na matéria, de que poderia ser o primeiro país asiático a realizar essa mudança jurídica.

Todavia, vemos atualmente um estado de contradição e negação de direitos na Tailândia. Em 17 de novembro de 2021, após adiamentos, a Corte Constitucional julgou se a lei de casamento civil então em vigor no país era inconstitucional ao impedir o casamento igualitário. O fato mobilizou fãs e artistas, notadamente atores de séries *boys love*, que subiram a tag #สมรสเท่าเทียม (casamento igualitário) em claro apoio a uma decisão positiva. A exemplo: os atores Mix* Sahaphap Wongratch, Tay* Tawan Vihokratana, Saint* Suppapong Udomkaewkanjana, Boun* Noppanut Guntachai, Up* Poompat Iamsamang, NuNew* Chawarin Perdpiriyawong e Zee* Pruk Panich, a apresentadora transgênero Jennie Panhan²³⁰, a diretora não binária de *The Eclipse*²³¹, Golf* Tanwarin Sukkhapisit, entre outras²³².

No entanto, a resposta dos oito juízes não só foi negativa, como a justificativa, dada meses depois, em 2 de dezembro de 2021, gerou revoltas e críticas aos magistrados que julgaram a matéria. Entre os argumentos trazidos para embasar a decisão contrária estavam as seguintes afirmações: (i) *peças LGBTQ+ não podem se reproduzir, portanto são contra a natureza*; (ii) *o casamento deve criar relações e famílias, e elas não conseguem*; (iii)

²³⁰ Seu nome civil é Watchara Sukchum. Mas, diferente de outras celebridades, não incorpora a ele um apelido. Adota nome e sobrenome distintos, e não visibiliza seu nome civil nas suas plataformas digitais.

²³¹ *The Eclipse* (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/715893-the-eclipse>. Acesso em: 27 ago. 2022.

²³² A conta The Series Y Thailand, no Twitter, elaborou um fio com as intervenções de diferentes artistas e produtoras a favor do casamento igualitário, cf. เวลาฟ้าพูดก็มองไม่เห็น..., 2021.

o casamento entre elas poderia *ser usado para benefício previdenciário*; (iv) essa forma de casamento pode *ferir os interesses governamentais*; (v) *a população LGBTQ+, sendo uma nova espécie, ainda requer um estudo mais aprofundado*. Os argumentos da Corte Constitucional foram combatidos com veemência no Twitter, por cidadãs tailandesas e estrangeiras LGBTQ+, fãs internacionais e celebridades, incluindo algumas das supramencionadas, através da *tag* #ศาลรัฐธรรมนูญเหยียดเพศ (a Corte Constitucional discrimina com base no sexo) (PATANASOPHON, 2021a, 2021b).

A atenção discrepante dada a produções de teor homoerótico masculino, como as séries *boys love*, e à agenda do movimento LGBTQ+ refletem, para algumas pessoas, a exploração do conteúdo para fins econômicos e de elaboração de imagem positiva dos governos em relação às pautas de gênero e sexualidade, que se tornaram elementais neste século. As discussões em torno desse projeto me levaram a uma conversa com Sho e Tara, fãs de séries *boys love* não brasileiras. A primeira nasceu em Hong Kong, reside atualmente na Austrália, tem graduação em Antropologia e interessa-se em pesquisar a cultura popular asiática no Ocidente. A segunda nasceu nos Estados Unidos da América, reside atualmente na Coreia do Sul, tem graduação em Filosofia e interessa-se em pesquisar relações éticas e estudos fílmicos. Meu primeiro contato foi estabelecido com Sho, quando vi seu tweet e, aproveitando o ensejo, perguntei se poderíamos falar em *pinkwashing* diante do fenômeno acima mencionado e como o movimento LGBTQ+ tailandês estava se posicionando sobre o assunto. Logo depois, Tara se juntou a nós, enriquecendo nossa conversa e o meu processo educacional nos enredos sociais do consumo de séries *boys love*. Ambas dividem as mesmas ideias acerca do posicionamento do governo tailandês: para elas, ele desperta a ideia de que *parece estar feliz em ganhar dinheiro com LGBTQ+, mas não em dar a elas os direitos reais, não proporcionar às pessoas que representam um tratamento justo*.

Segundo o discurso institucional no site do Thai Boys Love Content (TBLC) — nome do projeto organizado pelo DITP — o interesse do governo tailandês em oferecer incentivo às produtoras que investem na realização de séries *boys love* está justificado da seguinte forma:

Atualmente, o conteúdo de 'Y Series' ou 'Boys' Love 'está crescendo em popularidade nacional e internacionalmente. O gênero 'Y' nasceu como tema de romances há mais de uma década e tornou-se popular entre os jovens adultos. Mas foi apenas quando a série 'Y' mudou para a televisão que sua popularidade se espalhou. Muito do conteúdo original 'Y' veio do

exterior, mas os produtores tailandeses rapidamente perceberam o potencial e agora a Tailândia se tornou um centro de conteúdo 'Y', com grande público tanto em casa quanto na Ásia. Com jovens estrelas atraentes, enredos novos e roteiros espirituosos, a Tailândia aprimorou a técnica dramática ao máximo, ganhando reconhecimento e apelo do público em muitos territórios.

O conteúdo das Séries 'Y' ou 'Boys' Love' cresceu de um nicho de mercado para desenvolver um apelo de massa. Originalmente, a base de fãs era composta principalmente por mulheres jovens, mas o público se ampliou para incluir todas as idades. Em uma era de intensa competição na indústria de mídia digital, o conteúdo 'Y' forneceu uma plataforma para a Tailândia se destacar. A receita nacional e internacional de conteúdo 'Y' nos últimos dois anos ultrapassou 1.000 milhão de baht [aproximadamente R\$ 148 mil]²³³, gerada pelos próprios filmes e séries, e criou uma nova geração de estrelas que agora encontram oportunidades consideráveis como apresentadores, representantes de marcas de publicidade, estrelas pop, influenciadores e 'ídolos' adolescentes atraindo grandes multidões em eventos e encontros de fãs.

Nos últimos 2 anos, os produtores de conteúdo 'Y' da Tailândia criaram 40 títulos e espera-se que haja 90 títulos este ano. A base de público das 'Séries Y' aumentou 328% no ano passado, e o conteúdo lançado em plataformas online, por exemplo, LINE TV, atraiu 600 milhões de visualizações. O outro fator do conteúdo da Série 'Y' que o torna valioso para as plataformas de distribuição é o incrível envolvimento na mídia social que atrai, com os espectadores tentando adivinhar os resultados do enredo, aplaudindo seu 'casal dos sonhos', compartilhando suas opiniões, gerando hashtags e grupos de fãs. Com uma escolha tão ampla de conteúdo digital disponível para o público, esse engajamento social é cada vez mais valioso, pois pode criar uma imagem de marca poderosa que cria e apoia oportunidades de marketing e patrocínio na Ásia e na América Latina.

Hoje, o conteúdo 'Y' ou 'Boys' Love' é popular em vários mercados importantes, incluindo Japão, Taiwan, Filipinas, Indonésia, Mianmar e América Latina. Conforme as sociedades em todo o mundo se tornam mais conscientes das questões LGBTQ+, o potencial de mercado para a série 'Y' continua a crescer. Uma base de fãs particularmente ativa e motivada também espalha a série para além das fronteiras geográficas e cria uma demanda de mercado em novos territórios.²³⁴ (THAILAND'S..., 2021).

²³³ Cotação (1,00000 THB = 0,14817 BRL) e conversão realizada em 7 de julho de 2022, no Wise.

²³⁴ "Currently, 'Y Series' or 'Boys' Love' content is growing in popularity domestically and internationally. The 'Y' genre was born as the subject matter of novels over a decade ago, and trended among young adults. But it was only when the 'Y' series moved to television that its popularity became more widespread. Much of the original 'Y' content came from overseas, but Thai producers quickly saw the potential and now Thailand has become a hub of 'Y' content, with strong audiences both at home and across Asia. With attractive young stars, fresh plotlines and witty scripts, Thailand has honed the dramatic technique to a fine edge, earning recognition and audience appeal in many territories.

'Y' Series or 'Boys' Love' content has grown from a niche market to develop mass appeal. Originally the fan base comprised mainly young women, but audiences have broadened to include all ages. In an era of intense competition in the digital media industry, 'Y' content has provided a platform for Thailand to excel. Domestic

O programa TBLC, coincidentemente ou não, foi divulgado no mês do orgulho LGBTQ+. Contudo, não há nenhuma menção direta ou indireta à data que possa mostrar uma intenção deliberada de correlação, embora o feito crie uma associação simbólica. Mas o estímulo governamental à expansão das séries *boys love* está, íntima e explicitamente, atrelado ao avanço dos direitos LGBTQ+ ao redor do mundo e à maior abertura da sociedade e, sobretudo, do mercado para esse grupo, como podemos ver diretamente no texto de divulgação acima. Logo, não se propõe tão somente atingir um novo nicho expandindo para além do público de mulheres heterossexuais, mas também utilizar-se da pauta LGBTQ+ na sua busca e conquista de novos mercados e audiência.

Ainda que recorrentes consumidoras de séries *boys love* nomeiem essa relação de apropriação oportunista por *pink money*, questionei-me se realmente seria possível tratar a partir da chave interpretativa dessa noção a relação de comercialização desse produto, sua expansão transnacional e as condições materiais de existência de pessoas LGBTQ+ na Tailândia. Contudo, a ressalva feita quanto à conexão entre a maior aceitação social de pessoas LGBTQ+ e o crescimento do mercado potencial às séries *boys love* não nos deixa dúvidas sobre a pertinência das relações econômicas nesse fenômeno. Ademais, o TBLC denota o movimento da Tailândia para se tornar o centro para produções desse gênero de séries, dando continuidade a expansão de um projeto iniciado em meados da primeira década dos anos 2000 (PRASANAM, 2019). Todavia, ainda que seja evidente que o interesse capitalista esteja na base da produção das séries *boys love*, este não se origina

and international revenue from 'Y' content in the last two years has exceeded 1,000 million baht, generated by the films and series themselves, and has created a new generation of stars who now find considerable opportunities as presenters, advertising brand representatives, pop stars, influencers and teen 'idols' attracting large crowds at events and fan meets.

In the past 2 years, Thai 'Y' content producers have created 40 titles and it is expected that there will be 90 titles this year. 'Y' Series' audience base has increased by 328% over the past year, and content released on online platforms, e.g., LINE TV, has attracted 600 million views. The other factor of 'Y' Series content that makes it valuable to distribution platforms is the incredible social media engagement that it attracts, with viewers trying to guess plot outcomes, cheering their 'dream couple', sharing their views, and generating hashtags and fan groups. With such a wide choice of digital content available to audiences, this social engagement is increasingly valuable, as it can create a powerful brand image which both creates and supports marketing and sponsorship opportunities across Asia and Latin America.

Today, 'Y' or 'Boys' Love' content is popular in a number of key markets, including Japan, Taiwan, Philippines, Indonesia, Myanmar, and Latin America. As societies across the world become more aware of LGBTQ+ issues, the market potential for 'Y' series continues to grow. A particularly active and motivated fan-base also spreads word of the series across geographical borders, and creates a market demand in new territories." (THAILAND'S..., 2021).

tendo por alvo o *pink money*. Não houve inicialmente uma valorização dele no fenômeno da indústria *boys love*. Primeiro, porque esse material era massivamente destinado a um público feminino heterossexual. Segundo, porque tem se popularizado internacionalmente entre pessoas não heterossexuais e não cisgênero nos últimos, se assim posso dizer, três a quatro anos — e com isso não estou dizendo que esse público não estava entre as consumidoras antes da expansão do gênero. E esse foi um processo gradual, cuja maior expressividade pude ver em 2021 e 2022 — talvez não coincidentemente no período em que iniciei no mestrado — sendo 2020 considerado um ano decisivo na sua popularização, devido ao isolamento social durante a pandemia da Covid-19.

No início, não dei a devida magnitude àquela iniciativa. O que era um grande incentivo do governo, para mim não passava da criação de um canal de diálogo através de plataforma *online* sob os cuidados do DITP — não via mais que um site com um formulário disponível para preenchimento e demonstração de interesse. Algo que não teria tanto retorno financeiro, uma ação muito simples. Menosprezei os dois dias — 29 e 30 de junho de 2021 — que foram reservados para as reuniões de potenciais interessados do mercado internacional com as 10 empresas de entretenimento selecionadas: 9Naa Production, Copy A Bangkok, Filmania, GMMTV, Hollywood Thailand, M Flow Entertainment, Motive Village, Star Hunter Entertainment, Studio Wabi Sabi e TV Thunder. Mas, ao contrário do que supôs a desconfiança deste pesquisador, o sucesso do programa foi surpreendente. A iniciativa gerou um retorno de mais de 360 milhões de *baht* (aproximadamente R\$ 53 milhões)²³⁵, com protagonismo do Japão, Taiwan e Vietnã nas negociações, reforçando o potencial econômico das séries *boys love* e midiático da Tailândia.

Diante desse fenômeno de expansão e popularização dessas produções, o conceito de *soft power* (NYE, 1990, 2004), como citei anteriormente, tem sido utilizado na indústria audiovisual tailandesa como um termo que expressa o potencial explícito de difusor cultural das séries *boys love*. Todavia, há que se ter algum grau de cautela quando utilizamos cotidianamente conceitos que têm uma delimitação teórica. Na maioria das vezes, podemos estar fazendo apropriações equivocadas, em outras palavras, trocando gato por lebre quando queremos significar um fenômeno. Não pretendo discutir à exaustão o conceito de Nye (1990, 2004), mas apresentar o sentido produzido pelo autor

²³⁵ Cotação (1,00000 THB = 0,14817 BRL) e conversão realizada em 7 de julho de 2022, no Wise.

para esse instrumento teórico. Poder brando (*soft power*), como pode ser traduzido ao português, foi elaborado levando em consideração as transformações que ocorreram nas estratégias e recursos de poder dos Estados Unidos da América durante e após a Guerra Fria. Está em contraposição ao conceito de *hard power* (poder duro). Este se refere ao uso da estratégia do poder coercitivo, notadamente o militar e o econômico, que utilizam o exército, a economia e a tecnologia, considerados recursos tangíveis, para impor a vontade de um sobre os outros; e o primeiro consiste na estratégia do poder de cooptação, convencimento, produção de consenso, através de recursos ideológicos, culturais e institucionais, compreendidos como intangíveis (GUERALDI, 2006; NYE, 1990, 2004; RAMOS; ZAHRAN, 2006).

Acredito que não seja possível ver nas séries *boys love* a prática de um poder de cooptação por meio da atração e da definição de uma agenda política através do recurso cultural pelo Estado — isso nem mesmo pode ser aventado com a inclusão gradual de pautas do movimento LGBT+ tailandês, como o casamento igualitário. *Soft power* tem uma relação conceitual com práticas, estratégias e recursos de poder em níveis transnacionais no quadro das relações políticas entre países no sistema internacional. Como estratégia política, pensada também como uma política externa, está voltado para o aumento da influência política de um Estado (com pretensão à liderança) sobre os demais no quadro da governança global, como forma de evitar conflitos e estabelecer uma interação o mais harmônica possível (GUERALDI, 2006). Apesar de entre os critérios que podem potencialmente prover poder brando estarem a exportação de conteúdo audiovisual e a atração pelo turismo — pontos nos quais a Tailândia tem se destacado na Ásia, sobretudo com a popularização das séries *boys love*, sendo elas mesmas objetos de potencial uso na estratégia do poder de cooptação; e apesar de estarmos falando sobre um produto da indústria cultural tailandesa; *soft power* não se sustenta como a melhor opção terminológica e conceitual para significação e interpretação do fenômeno de produção e disseminação de séries *boys love*. Ademais, como argumenta Nye (1990, 2004), os recursos do poder brando, como a cultura, no caso de democracias liberais, não devem estar sob a gerência estatal. Essa característica não se aplica ao cenário midiático tailandês, uma vez que o governo militar regula a mídia no país e limita a liberdade de expressão.

Tomando a definição básica do autor, observamos que, ademais do estímulo à produção e comercialização de séries *boys love* transnacionalmente, essa prática por si só

não alcança os propósitos supracitados, no qual o uso da política externa, dos valores políticos e da cultura, busca incitar nos outros o desejo e os princípios de uma nação como tática para consecução de seus objetivos políticos e econômicos, sendo esta a premissa fundamental desse conceito (GUERALDI, 2006; RAMOS; ZAHRAN, 2006). Devido a noção de *soft power* variar²³⁶ na obra de Nye (1990, 2004), argumentamos que a caracterização de um fenômeno como poder brando não se faz em razão da sua fonte (cultura, valores ou política externa), mas, principalmente, da projeção feita de seus impactos na política global, sendo imprescindível a combinação de duas ou mais fontes para o sucesso do poder de cooptação via definição de agenda e atração, e aumento da influência política nas barganhas com outros países, objetivos e resultados pelos quais se caracteriza o *soft power* (GUERALDI, 2006; NYE, 1990, 2004; RAMOS; ZAHRAN, 2006). Diante disso, embora ainda não possam ser enquadradas como poder brando, pois este não se refere a elementos individuais, mas a uma articulação estratégica de políticas, as séries *boys love* podem, eventualmente, ser agenciadas como elementos dessa estratégia de poder se combinadas com outras ações. O escopo deste trabalho não permitiu uma análise interpretativa do fenômeno das séries *boys love* por esse recorte de pesquisa. Talvez, ainda seja necessário mais algum tempo para investigações sob essa clivagem.

O que podemos ver com o incentivo do governo tailandês às séries *boys love* é a gestão da propaganda cultural e o diálogo simbólico, embora não pragmático, com a indústria dos direitos humanos euro-americana (PUAR, 2015), estratégia que ao fim e ao cabo reforça a ideia de *paraíso gay* tailandês (JACKSON, 1999). Dessarte, esse fenômeno, acredito, será melhor apreendido pelo conceito de *pinkwashing* (PUAR, 2015), que engloba o de *pink money*, com sua devida contextualização, tendo em vista a situação histórica do país (OLIVEIRA, 2015). Consoante Puar (2015, p. 305), *pinkwashing* nomeia “[...] a prática de encobrimento ou distração das políticas de discriminação de algumas populações de um país através de um pregão ruidoso dos seus direitos gays apenas para um grupo restrito.” Acentuo a necessidade de contextualização desse conceito para sua mais consistente instrumentalização neste trabalho, que não será o feito no modo *stricto sensu* da autora. Quando ela o mobiliza, fá-lo tomando por referência o contexto israelita, no uso do Estado “[...] do seu excelente historial de direitos LGBT como forma de desviar as atenções e, nalguns casos, justificar ou legitimar, a sua ocupação da Palestina.” (2015,

²³⁶ Para uma discussão crítica sobre o conceito de *soft power*, cf. RAMOS; ZAHRAN, 2006.

p. 306). Tomado como citei-o aqui, não caberia ao fenômeno das séries *boys love*, uma vez que a Tailândia não possui nenhum “historial de direitos LGBT”, tampouco o Estado demonstra alguma preocupação em promover e aprovar leis para esse grupo.

Contudo, o quadro político em que se encontra a Tailândia, sob um regime autoritário, ditatorial de governo, diz muito sobre as forças que agem sobre decisões jurídicas no país. As séries *boys love* podem tanto ser utilizadas — independente de o seu alcance global ter sido um *acidente de percurso*, como algumas pessoas podem pensar — para pintar uma imagem cor de rosa do país, mascarando seu regime político e demais violações para o público internacional; quanto para questionar o próprio cenário político de negação de, e subrepresentação em, direitos de pessoas LGBT+ na legislação — como no caso das mobilizações críticas ao resultado do julgamento acerca do casamento igualitário, que nos permitem elaborar analiticamente sobre a importância das séries *boys love* e a influência de seus atores na política LGBT+ na Tailândia.

Segundo Zhang e Dedman (2021, p. 2), a regulamentação de gênero e sexualidade — elementos centrais “[...] para a construção disciplinar da identidade cultural nacional desde a transição moderna do Sião/Tailândia nos séculos 19 e 20”²³⁷ — tem sido historicamente paradoxal no país. Há um trânsito entre a exotificação das mulheres e minorias sexuais — sendo objeto de fantasias orientalistas de países ocidentais e asiáticos (ZHANG; DEDMAN, 2021) — e tentativas de limpeza, por parte do Estado, de sua imagem sexualizada por meio do rebaixamento de culturas sexuais não heterossexuais e não monogâmicas e de identidades não cisgênero (ZHANG, 2021). Associa-se, assim, “[...] homossexualidade com lascívia e trabalho sexual [...]”²³⁸ (ZHANG; DEDMAN, 2021, p. 2), define-se e reforça-se uma identidade nacional pautada na monogamia, no amor romântico e na heterossexualidade. Não obstante a homossexualidade não seja criminalizada e o budismo não tenha nenhuma prescrição moral contra ela (JACKSON, 1999; ZHANG, 2021), a homofobia está presente nos discursos popular, institucional e estatal (JACKSON, 1999), e quanto a este último, mostra-se descaradamente. A exemplo de sua explicitude e da heterossexualidade compulsória na resposta dada pela Corte Constitucional à ação que pedia o julgamento da inconstitucionalidade da lei do casamento civil que impede a união de casais do mesmo gênero, que ainda vigora no país.

²³⁷ “[...] to the disciplinary construction of national-cultural identity since Siam/Thailand’s modern transition in the nineteenth and twentieth century.” (ZHANG; DEDMAN, 2021, p. 2).

²³⁸ “[...] association of homosexuality with lewdness and sex work [...]” (ZHANG; DEDMAN, 2021, p. 2).

A Corte Constitucional não tem nada a ver com as produtoras de TV, argumenta Tauan ao questionar as asserções sobre os interesses e os usos considerados exploratórios do público LGBTQ+ pelo governo tailandês na promoção do país como *gay friendly*. Não obstante essa associação não possa ser identificada diretamente, de longe, ou mesmo sob o que nos é permitido ver dos influxos superficiais entre Estado e mídia, há uma relação entre ambos que não pode ser ignorada. A decisão da Corte Constitucional e o incentivo do Ministério do Comércio para difusão das séries *boys love* transnacionalmente apontam para uma contradição, que pode ser melhor tratada tanto a partir do conceito de *pinkwashing*, figurando como elemento central que dá inteligibilidade a essa relação, quanto a partir da noção de *pink money* e o que ela revela. Mas, sintetizando esses conceitos, gostaria de propor outro para análise desse fenômeno, tomando os cenários e estratégias políticas e econômicas da Tailândia na sua relação com as séries *boys love*: *oportunismo queer*.

Com o golpe de Estado, dado pelo Exército em 2014, a junta militar que ocupou o poder, almejando seu fortalecimento e recrudescimento moral, “[...] ressuscitou medidas pesadas visando trabalhadores do sexo e grupos de gênero não conformes.”²³⁹ (ZHANG; DEDMAN, 2021, p. 2). Em observância ao contexto ditatorial, Zhang e Dedman (2019) argumentam que as séries *boys love* podem ser instrumentalizadas pelo Estado nos termos do *pinkwashing*, deslocando a atenção de seu governo autoritário. Contudo, desde 2020, os estudantes tailandeses começaram a articular mais fortemente os protestos por democracia com a demanda LGBTQ+ por direitos, sobretudo o casamento igualitário. Esses embates, motivados pela desilusão da juventude com o “populismo real” e pelo descontentamento com as visões conservadoras sobre sexualidade e política, marcam a “guerra de posições”, traduzida nos antagonismos entre “[...] heteropatriarcado vs. sexualidades diversas e regime militar monarquista vs. pluralismo político [...]”²⁴⁰ (ZHANG; DEDMAN, 2021, p. 4, tradução minha). À medida que a juventude tailandesa se desencanta com o populismo e o *pinkwashing* governamental, permite-nos entrevê as séries *boys love* “[...] como uma heurística ‘queer’ multivalente para iluminar como as

²³⁹ “[...] resurrected heavy-handed measures targeting sex workers and non-conforming gender groups.” (ZHANG; DEDMAN, 2021, p. 2).

²⁴⁰ “[...] heteropatriarchy vs diverse sexualities and monarchized military rule vs political pluralism [...]” (ZHANG; DEDMAN, 2021, p. 4).

formações sociais são reproduzidas e invertidas e atua[r] como um prenúncio cultural de uma mudança potencial.”²⁴¹ (ZHANG; DEDMAN, 2021, p. 4, tradução minha).

Puar (2015), com o seguinte questionamento, possibilita-nos fazer uma análise da excepcionalidade do caso tailandês na sua relação com a estratégia de *pinkwashing*:

Por que é que a lavagem cor-de-rosa tem leitura e é persuasiva enquanto discurso político? Em primeiro lugar, uma estrutura económica neoliberal acomodacionista cria o marketing de nicho de diversos grupos étnicos e minoritários, normalizando a produção de uma indústria do turismo gay e lésbico assente na distinção discursiva entre destinos simpatizantes gay e destinos não simpatizantes gay. A maior parte dos países que aspiram a formas de modernidade ocidental ou europeia possui, atualmente, campanhas de marketing de turismo gay e lésbico. Neste sentido, Israel está a fazer o mesmo que outros países e aquilo que é pedido pela indústria do turismo gay e lésbico: a promover-se a si mesmo. (PUAR, 2015, p. 6).

Assim como Israel, o governo tailandês e as agências de turismo também querem promover a si mesmas e reforçar o imaginário do país como *paraíso gay* (JACKSON, 1999). E assim se produz no imaginário de homens gays da Indonésia, Singapura e outros países da Ásia através do turismo e de produtos como as séries *boys love* (BAUDINETTE, 2020; ZHANG, 2021). Ainda que, na prática, esse título não se sustente, essa política tem seus efeitos entre fãs asiáticas, como no caso de algumas filipinas, que, ressoando esse tropo, influenciadas pelas representações nas séries, interpretavam a Tailândia como mais aberta à homossexualidade que seu país (BAUDINETTE, 2020). O *fandom* brasileiro, por outro lado, questiona essa noção de *paraíso gay* (JACKSON, 1999) vendida pelo governo tailandês, trazendo como contraponto a morosidade do Estado na legalização do casamento entre pessoas do mesmo gênero. Criticam veementemente a instrumentalização da imagem LGBTQ+ para o desenvolvimento econômico do país.

A ideia de *pinkwashing*, como elaborada por Puar (2015), acaba tendo uma aplicação muito restrita quando exigida uma consonância prática aos valores neoliberais ocidentais, e não a avalia pela perspectiva do oportunismo e da contradição. O cenário da Tailândia de propaganda cultural e o incentivo sobre as séries *boys love* evidenciam que a estratégia de *pinkwashing* independe da aspiração de um Estado às “[...] formas de modernidade ocidental ou europeia [...]” (PUAR, 2015, p. 6) e da adesão à indústria dos direitos

²⁴¹ “[...] as a multivalent “queer” heuristic to illuminate how social formations are reproduced and inverted and acts as a cultural harbinger of potential change.” (ZHANG; DEDMAN, 2021, p. 4).

humanos LGBT+, promovendo-os no campo legislativo. Nesse sentido, o *oportunismo queer*, como operacionalizado neste trabalho, comporta os conceitos de *pinkwashing* e a ideia de *pink money*, reconhecendo os limites do primeiro quando elabora a necessidade de correspondência de valores e aspirações homogêneas entre cenários políticos transnacionais. *Oportunismo queer* significa a produção e execução de estratégias políticas e econômicas que, como no caso do governo Tailandês, se aproveitam do valor simbólico dos discurso neoliberal ocidental e da expansão e visibilidade dos direitos LGBT+, sem comprometer-se com a garantia deles para as pessoas desse grupo em seu território.

Assim como Puar (2015) chama a atenção para o homonacionalismo como um campo de poder, no qual o *pinkwashing* tem lugar, devemos considerar o *oportunismo queer* também como um campo de poder, como um processo, do qual participam múltiplos agentes sociais: no caso tailandês, não somente o Estado — através do Ministério do Comércio e da Autoridade do Turismo da Tailândia²⁴² (Tourism Authority of Thailand — TAT) — e as agências de turismo local, mas as estrangeiras, como as japonesas, que têm realizado tours online por locais usados nas filmagens, professores de língua tailandesa no Japão, que têm propagandeado cursos com gírias usadas nas séries (RATCLIFFE, 2022, tradução minha), e fãs que consomem-nas, e não reconhecem a legitimidade dos direitos LGBT+ e reproduzem as representações de *paraíso gay* (JACKSON, 1999) tailandês.



É queixa constante da comunidade LGBT tailandesa que o governo vende uma imagem turística friendly do país enquanto a lei de casamento igualitário está parada no parlamento desde 2018. Nadao aproveitou para através de imagens de #IPromisedYouTheMoon [mostrar] a realidade [que] é negada a muitos (É QUEIXA..., 28 jun. 2021).

Eis outro tweet, que mencionei na seção anterior, da Central Boys Love sobre a produção de séries *boys love* e o movimento pelos direitos LGBT+ na Tailândia, uma discussão que gira em torno da relação entre Estado, mídia e política. A página aproveitou para citar a recente produção da Nadao Bangkok²⁴³, agência e produtora tailandesa, *I Promised You*

²⁴² Feature: Thailand betting on dramatic “boys’ love” tourism boom. **Nippon.com**, [s.l.], 29 jun. 2022. Disponível em: <https://www.nippon.com/en/news/kd914728156941434880/>. Acesso em: 4 ago. 2022.

²⁴³ Produziu também *I told the sunset about you* (2020), do qual *I promised you the moon* (2021) é sua sequência, *Great Men Academy* (2019) e *Hormones* (2013).

*the Moon*²⁴⁴. A série esteve ao ar entre 27 de maio e 24 de junho de 2021, com cinco episódios. Um dos seus pontos positivos e que chamou a atenção da audiência foi a crítica realizada à negação do direito ao casamento igualitário na Tailândia (Figuras 7 e 8), como lembrada pela Central Boys Love. Publicações como essa têm mostrado como questões desse tipo passaram a gozar de atenção entre parte de quem consome séries *boys love*, constituindo-se em um objeto ao qual as pessoas demonstram ter diferentes graus de conhecimento e engajamento reflexivo — com acentuado protagonismo daquelas não heterossexuais e não cisgênero.

Figura 7 — Card de *I Promised You the Moon* (2021), que diz: “dignidade/como cônjuge legal/a vida de casado não é apenas casamento”.²⁴⁵



Fonte: É QUEIXA... (2021).

²⁴⁴ I Promised You the Moon (2021). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/681019-i-told-sunset-about-you-part-2>. Acesso em: 27 ago. 2022.

²⁴⁵ Agradeço ao @tatuadorlps por ter feito a tradução via Google Tradutor para mim, obtendo um resultado muito melhor e com mais coerência que aquele que eu havia conseguido quando tentei traduzir pelo mesmo aplicativo/site.

Figura 8 — Card de *I Promised You the Moon* (2021), que diz: “mas esses direitos não se aplicam a casais do mesmo sexo/até que a Tailândia tenha a lei a ser alterada/casamento igual/a vida de casado não é apenas um casamento”.



Fonte: É QUEIXA... (2021).

Comentários, como o de Ariane, ao tweet da Central Boys Love defendiam que havia um *peso enorme* no posicionamento de *uma grande empresa* como a Nadao Bangkok a favor do casamento igualitário, destacando o árduo caminho percorrido pelo movimento LGBTQ+ tailandês para que a lei fosse discutida no parlamento do país. Outros, como o de Caê, antagonizava essa produtora com a GMMTV, que seria *isentona* por não se posicionar diretamente sobre o tema do casamento igualitário. A antagonização implica uma distinção e uma atribuição de valor político e moral desigual a cada uma delas. A primeira seria mais progressista e crítica, a favor dos direitos LGBTQ+ e sensível a um consumo de ativismo²⁴⁶ (DOMINGUES; MIRANDA, 2018). A segunda seria mais conservadora e mais voltada aos interesses comerciais. Essa correlação está associada ao tipo de séries *boys love* produzido e veiculado pela GMMTV, um canal de TV aberto, cuja tendência mainstream, em tese, não permitiria esse tipo de ação mais política; à ousadia criativa da Nadao Bangkok e, como Lucas acredita, à escuta das necessidades da comunidade LGBTQ+ ocidental e congruência com sua perspectiva política. Segundo ele, *I Told the Sunset about You*²⁴⁷ marca o ponto de virada no qual as séries *boys love* começam a ter uma real

²⁴⁶ Segundo Domingues e Miranda (2018, p. 83), “o consumo de ativismo é a adesão ao discurso ativista como valor simbólico de interação social que não implica em prática a ação ativista, mas que também não a exclui.” Essa estratégia de marketing dialoga com a necessidade de tanto empresas quanto consumidoras valorizarem suas imagens pessoal, institucional e corporativa (DOMINGUES; MIRANDA, 2018).

²⁴⁷ Primeira parte de *I Promised You the Moon*, também da Nadao Bangkok.

representatividade tanto para gays ocidentais quanto para orientais, especialmente para os brasileiros e tailandeses.

O debate sobre política está na contraposição entre essas duas produtoras: GMMTV e Nadao Bangkok. Os comentários respondem a uma indagação básica nessa discussão sobre séries *boys love* e direitos LGBT+: como posicionar-se politicamente? Seria interessante, para efeitos interpretativos, tomarmos a distinção produzida entre a Nadao Bangkok e a GMMTV como um parâmetro de agenciamentos políticos, como está evidente nos discursos acima. Todavia, há nuances que devem ser destacadas nesse cenário de antagonismo político de representação midiática. As duas empresas estão intimamente relacionadas, uma vez que a GMMTV possui parte da Nadao Bangkok. Além disso, a ideia de que a primeira não poderia veicular conteúdos mais críticos não se sustenta, já que *Not Me*, uma das mais populares produções do conglomerado em 2022, tem um conceito explícito de crítica social e estatal.

Nuchy* Anucha Boonyawatana, diretora transgênero responsável por essa produção, elevou o nível das séries *boys love*, tanto da GMMTV quanto geral, e provou que elas podem ser muito mais engajadas do que as fãs poderiam imaginar, e nem de longe obedecem mais a ideia limitada de público produtor dentro dos limites de escritoras heterossexuais e cisgênero à qual continuam a circunscrever o gênero *boys love*. *Not Me* faz críticas diretas ao governo tailandês e ao sistema de justiça do país, reivindicando direitos, como os LGBT+ e de pessoas com deficiência, e criticando os abusos do Estado, o autoritarismo, a violência policial e o nepotismo. Esse viés político crítico é o seu maior destaque e diferencial em relação a outras séries *boys love*. Como reiterou Milena, no Twitter, pode ser considerada uma das melhores produções da GMMTV, *a ponta de lança das séries tailandesas*. Aproximando os cenários políticos brasileiro e tailandês, argumentou que muitos brasileiros se sentiam representados pela história, pois estes assim como os tailandeses lutam contra a injustiça no seus respectivos sistemas legais. Diante disso, esperava que o engajamento estimulado pela série se traduzisse nas urnas com a retirada do então Presidente da República Jair Messias Bolsonaro. Não posso afirmar se o conceito de *Not Me* influenciou as fãs brasileiras nas eleições em outubro de 2022, mas o desejo de Milena se realizou: o Presidente da República Jair Messias Bolsonaro não se reelegeu.

Em reconhecimento a esse sucesso da série no Brasil e sua identificação com causas sociais, em 21 de fevereiro de 2022, a Embaixada Real da Tailândia no Brasil fez uma

publicação, no Facebook, comentando a repercussão de *Not Me* em países da América Latina. O texto, que vem seguido de uma imagem com as posições de países segundo os *Assuntos do Momento* do Twitter (Figura 9), anuncia:

Considerada precursora das chamadas BL-Series na Tailândia e no Sudeste Asiático como um todo, a série NOT ME começa a conquistar a América do Sul (Brasil, Peru, Argentina) e outros países do mundo mais abertos para cultura LGBTQ+ tais como Cingapura, México, Indonésia e Portugal. O episódio 10 desta série alavancou fãs e espectadores por todo o mundo, tornando o Brasil um dos 4 países com mais posts no Twitter, fazendo a Serie entrar para posição número 1 do Twitter Trends. Já foram mais de 350k de tweets com a TAG #NotMeSeriesEP10 e #NotMeSeries em cerca de 16 países. O Brasil está no topo desta lista de espectadores em nível global. A série pode ser assistida todos os domingos de manhã, às 10:30 a.m, nos canais GMM25 e Ais Play. (CONSIDERADA..., 21 fev. 2022).

Apesar do que foi anunciado pela embaixada, *Not Me* não é precursora das séries *boys love* no Brasil. Assim como *Bad Buddy*, ela foi uma das mais comentadas e cujo impacto foi sentido nas plataformas digitais internacionalmente. Algumas fãs celebraram a notícia veiculada em um canal do governo tailandês, o que significa para elas reconhecimento da audiência brasileira e sempre a possibilidade de que sua visibilidade enquanto consumidoras desse produto implique em uma distribuição direta para elas, não apenas com a disponibilização de legendas, mas com a distribuição em plataformas de streaming como a Netflix. Essa visibilidade também aproxima o *fandom* dos atores que, cada vez mais, têm notado as consumidoras brasileiras e demonstrado isso por meio de vídeos de agradecimento pela audiência, divulgados nas páginas de notícias brasileiras voltadas às séries *boys love*²⁴⁸.

²⁴⁸ Ohm e Nanon, Off e Gun, Sarin, e o elenco de *You're My Sky* (2022), por exemplo, já gravaram vídeos do tipo.

Figura 9 — Card da tag #NotMeSeriesEP10 nos Assuntos do Momento do Twitter compartilhada pela Embaixada Real da Tailândia no Brasil



Fonte: Considerada... (2022)

Nos comentários do Facebook, entre quem reagia com alegria à publicação, havia quem cobrasse a legalização do casamento igualitário na Tailândia. As fãs quase sempre aproveitam oportunidades como essa para fazer cobranças às instituições governamentais tailandesas. A embaixada não respondeu diretamente às fãs que faziam esse tipo de demanda, mas publicou o seguinte texto nos comentários:

Prezados, obrigado pelo suporte e pela atenção dada à série Not Me. O feedback de vocês é extremamente importante para o sucesso internacional desta série tailandesa. Os atores estão lisonjeados com a repercussão dos episódios no Brasil e tentam advogar da melhor forma possível a proteção e segurança das pessoas LGBTQIA+, não só na Tailândia, mas em todos os países onde a série é visualizada. (PREZADOS..., 23 fev. 2022).

Ela não apenas não reconhece que o governo tailandês esteja implicado na promoção dos direitos de pessoas LGBTQ+, como delega aos atores o compromisso *em advogar da melhor forma possível a proteção e segurança das pessoas LGBTQIA+* em seu país e nos demais. A ação política foi resumida ao ativismo individual, trazendo para o campo das relações interpessoais a proteção e a segurança de grupos sociais. Se prestarmos atenção, a embaixada não fala da garantia dessas condições por meio de direitos, nem sequer menciona essa palavra, desresponsabilizando o Estado de seus deveres. Desviando-se dos questionamentos através de uma resposta evasiva e não comprometedora, a embaixada, evitando apontar a negligência do governo tailandês a respeito dos direitos LGBTQ+ dando uma resposta direta, aposta na gestão da propaganda cultural e do apelo representacional das séries *boys love* para, por meio dos atores tailandeses, reiterar a imagem de uma Tailândia *gay friendly*, escamoteando as contradições políticas que ali existem. Assim, independente do país garantir ou não amparo legal à comunidade LGBTQ+, passa uma imagem de abertura a ela e comprometimento com sua aceitação social nos níveis nacional e internacional, seguindo falsamente as tendências ocidentais das democracias sexuais (FASSIN, 2019).

A Embaixada Real da Tailândia no Brasil não foi a única a fazer alguma menção ou manifestar-se acerca das séries *boys love*. Estas eram a principal atração na exposição chamada Thai Drama Festival, realizada pela embaixada tailandesa no Japão em abril de 2021. Não podemos afirmar, com base nesses dois casos, que o governo tailandês esteja mobilizando suas embaixadas para impulsionar institucionalmente a promoção das séries *boys love* em outros países. Mas também não podemos descartá-las como um recurso que possa vir a ser apropriado dessa maneira. No Brasil, a embaixada ainda não sugeriu algo parecido, mas o que a impediria? Será que tal qual a Embaixada do Japão e da Coreia do Sul a respeito, respectivamente, do *J-pop* e do *K-pop*, poderemos ver um apoio direto da embaixada tailandesa acerca do *T-pop*, com especial atenção às séries *boys love*?

Com base no que temos aqui, conseguimos entender o que está posto no plano discursivo das fãs: a abordagem comercial vs. a abordagem política. No caso das séries *boys love*, se levarmos em consideração que boa parte das pessoas contratadas para os papéis são heterossexuais ou não assumidamente não heterossexuais, e que não se discute, explícita ou tacitamente, problemas da comunidade LGBTQ+, não há uma política

da presença tampouco de ideias²⁴⁹ (PHILLIPS, 2001 [1995]). Esse ponto parece ser o de maior incômodo para o movimento LGBT+ tailandês e entre as fãs brasileiras não heterossexuais e/ou não cisgênero que cobram, ao menos as brasileiras, a confluência entre, primeiramente, ideias, com uma maior inclusão de pautas LGBT+, e secundamente, presença, com a maior participação de atores abertamente não heterossexuais. O atendimento desses quesitos seria o principal meio pelo qual as séries *boys love* adquiririam conteúdo político e representativo para as pessoas LGBT+ como um todo. Do contrário, não seriam mais que fantasias *apolíticas*, como creem algumas fãs.

Entretanto, se não desconsideramos o *pink money*, o *pinkwashing* e o *oportunismo queer* como componentes que estão implícitos na relação do governo tailandês com as séries *boys love*, também não podemos desconsiderar seus potenciais efeitos simbólicos. Elas podem ser consideradas um divisor de águas na mídia tailandesa no que concerne à representação de pessoas LGBT+.

Celebrando os relacionamentos masculinos do mesmo sexo como encantadores e adoráveis, ela[s] se afasta[m] do paradigma representacional das minorias sexuais tailandesas definidas pelo sofrimento, desgosto e personalidade existencialmente diminuída.²⁵⁰ (ZHANG; DEDMAN, 2021, p. 1, tradução minha).

Apesar da influência do contexto em suas narrativas — elas não devem ser tomadas fora das relações de poder socioculturais de seus países — essas produções podem ensinar-nos como viver a sexualidade de uma forma menos engessada, fixada em uma política identitária, de *coming out*, embaçando as barreiras binárias da heterossexualidade vs. homossexualidade. Não podemos perder de vista que, como Sho me chamou a atenção, se há muitos problemas com as séries *boys love* tailandesas e em como pessoas LGBT+ são

²⁴⁹ Phillips (2001) propõe essas categorias para pensar formas de representação no Estado. Todavia, elas podem ser utilizadas para analisar as estratégias de representação, seus limites e potenciais em espaços de poder em geral, do Estado a empresas privadas e produções audiovisuais, como no caso deste trabalho. A primeira aborda a necessidade de incluir sujeitas que têm estado à margem dos espaços de deliberação da política institucional, objetos de sub-representação ou mesmo ausência de representação nos espaços de poder. A segunda diz de uma representação pautada no pensamento, no compartilhamento de valores, apesar das marcas sociais das sujeitas. Isto é, uma pessoa branca e outra negra antirracistas teriam, em tese, a mesma importância política. Na ocasião de uma eleição, por exemplo, se a primeira tiver mais possibilidade de ser eleita, o apoio partidário e da base eleitoral teria que, sem dúvida, estar direcionado a ela. Aqui, pouco importa a desproporcionalidade racial do quadro de políticos. A ideia se sobrepõe à presença, e é usada, inclusive, como instrumento de barganha.

²⁵⁰ Celebrating male same-sex relationships as charming and adorable, it departs from the representational paradigm of Thai sexual minorities defined by suffering, heartbreak, and existentially diminished personhood.

retratadas nelas, elas também podem ter realizado algumas mudanças positivas. E não devem ser tratadas pelo paradigma maniqueísta: boas ou ruins — são *uma espada de dois gumes*.

Uma análise a respeito de seu consumo e sua expansão para contextos transnacionais reforça a teoria que advoga a apreensão das relações de gênero e sexualidade contextualizadas, negando a instrumentalização da “democracia sexual” (FASSIN, 2019). Esta expressão, utilizada no Norte Global para medir o grau de abertura ou avanço de países em relação às pautas das mulheres e/ou da população LGBTQ+, constitui-se como um dispositivo de articulação de políticas racistas e xenofóbicas contra nações orientais e para instituição de fronteiras morais entre aqueles menos e mais avançados nessas pautas, tornando-se também um mote para invasões imperialistas. Neste ponto, julgo necessário entender como a ideia de democracia sexual, seus usos imperialistas e coloniais, caminham com o orientalismo, um vez que ela propõe “[...] utilizar a modernidade do sexo contra a raça.” (FASSIN, 2019, p. 7).

Nesse sentido, o caso da Tailândia, país que até o momento não aprovou o casamento igualitário, mas que se tornou uma referência na produção de conteúdo audiovisual homoerótico masculino, coloca-nos o desafio de fazer uma análise minuciosa e localizada. Lembra-nos do Estado como produto ideológico, feixes de relações de poder e que se organiza não apenas por meio de códigos jurídicos, mas, sobretudo, por agentes e agências, entre as quais a sociedade civil está incluída, no qual dimensões institucionais e subjetivas agem conjuntamente na sua substancialização e estão constantemente sob tensões internas e influências do cenário transnacional (CASTILHO; SOUZA LIMA; TEIXEIRA, 2014). Não obstante haja uma diferença e uma contradição em termos materiais sobre essa instrumentalização capitalista — que, no Ocidente, ocorre com a promoção dos direitos LGBTQ+, e na Tailândia, circunscreve-se a uma abordagem oportunista — acredito que não podemos perder de vista que, antes da prática de apropriação de representações homoeróticas masculinas ou LGBTQ+ ser o problema de uma nação, trata-se da agência do capitalismo sobre os corpos e as identidades. Questionar a apropriação do governo tailandês sobre as questões LGBTQ+ não pode resumir-se a uma prática exclusiva sua, mas localizá-la dentro das transformações do sujeito etnossexual moderno (BOURCIER, 2015), que vão se desenrolar e refletir-se de maneiras diferentes em culturas específicas, para não produzirmos julgamentos orientalistas.

Ainda que as representações sobre o Ocidente como culturas de liberdade sexual e visibilidade sejam amplamente reproduzidas entre nós e no Oriente, criando dois pólos opostos em termos de democracia sexual, também não podemos tomar esses discursos por sua superficialidade. A Teoria Queer de Cor tem demonstrado como as pessoas LGBTQ+ negras, ciganas, asiáticas e indígenas, passam ao largo das políticas nacionais para a comunidade LGBTQ+ no Ocidente. Há ainda todo um conjunto de críticas sobre a instrumentalização da indústria de direitos sexuais, da agenda LGBTQ+ e feminista, em articulação com dispositivos como a raça, o nacionalismo, o progresso e a cidadania, para a produção de violências e acentuação de vulnerabilidades sobre mulheres, homens e pessoas queer de cor. Tanto no interior de nações ocidentais — como os Estados Unidos e França — com o racismo contra mulçumanos e negros — quanto em nações asiáticas e africanas — pela ingerência imperialista de nações ocidentais, que mascaram suas motivações econômicas, com o suposto objetivo de libertar mulheres e pessoas LGBTQ+ de cor de situações sociais de opressão (PUAR, 2015; REA; AMANCIO, 2015; REA, 2017, 2018a, 2018b; TORRES, FERNANDES, 2017). Essas práticas reforçam a ideia de que “homens brancos salvam mulheres de cor dos homens de cor” e de que “queers brancos salvam queers de cor dos heterossexuais de cor” (PUAR, 2015; SPIVAK, 2010), intensificando conflitos intrarraciais, o racismo e a necropolítica (MBEMBE, 2016).

Se a representação de expressões não heteroeróticas e não heterossexuais dos desejos até hoje não deixou de ser um tabu no Brasil, basta vermos as recepções de novelas e suas respectivas cenas de casais gays e lésbicos; na Tailândia, a GMMTV está veiculando, na TV aberta, séries cujas histórias se centram em relações eróticas entre homens — não sem protestos de audiências mais conservadoras, como no caso de *The Miracle Of Teddy Bear*, que enfrentou críticas de parte do público espectador da CH3. Evidentemente, isso não acontece sem um punhado de ressalvas, por exemplo, a respeito da (i) valorização da ambiguidade mais que da definição e da autorrepresentação das personagens como abertamente gays ou bissexuais — sendo um ponto que fica aberto à interpretação da audiência; (ii) da suavização de cenas de beijo e supressão de representações diretas de intercurso sexual; (iii) da reprodução de estereótipos de gênero nas personagens seme (ativo/dominador) e uke (passivo/submisso); e (iv) da padronização corporal e social das personagens, que são, em sua maioria, de pele clara, magras e de classe alta.

3.2 EMBATES ENTRE A FICÇÃO E O POLÍTICO

A Central Boys Love compartilhou, em seu canal no Telegram, em 16 de dezembro de 2021, a notícia de que o longa-metragem sul-coreano *Made on the Rooftop*²⁵¹ já estava disponível em uma conhecida plataforma de streaming brasileira. O filme tem Lee Hong Nae e Jung Hwi nos papéis principais. Conta a história de um recém solteiro e um *streamer* que vão morar juntos, e cada um terá de lidar com suas desventuras amorosas. Algumas pessoas se manifestaram sobre a produção. O diálogo que segue, parece-me rico para a compreensão dos sentidos contrastantes empregados às mídias LGBT+ e *boys love*:

Camila: Nossa, nunca terminei de assistir esse filme...

Douglas: Nunca vou superar essa merda, fui ver de madrugada achando que seria tudo e teria um casal lindo pra me fazer desejar o que nunca vou ter, chega lá e...??

Camila: O final é ruim?

Kevin: Não, mas não é clichê BL. É um filme LGBTI+. Fala sobre relacionamento, status HIV+, família, independência e outros temas de uma maneira bem cômica. (Mensagens no canal da Central Boys Love, 16 dez. 2021).

Entre as fãs, como apontei inicialmente no primeiro capítulo, parece haver uma sensibilidade para a distinção entre mídia LGBT+ e *boys love*. Ao reproduzir o que Aof* Noppharnach Chaiwimol teria falado de *Moonlight Chicken* — série sob sua direção e escrita por Jojo* Tichakorn Phukhaotong — George (BSW) levantou essa diferenciação, pois, segundo ele, essa produção não está no escopo do que a indústria e as fãs nomeiam por *boys love*, por ser um conteúdo com uma narrativa *mais madura, não é bobinha teen* e pretende *retratar a vida real*, distanciando-se das *fanfics que a gente assiste em séries boys love*. Essa mesma correlação entre conteúdo LGBT+/realismo vs. *boys love*/fantasia se expressa no comentário de Kevin que, na discussão acima, corrobora a ideia de que uma obra LGBT+ deve abordar aspectos da vida real dessa comunidade e questões que dialoguem com sua agenda de direitos.



²⁵¹ Made on the Rooftop (2021). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/63409-made-in-rooftop>. Acesso em: 27 ago. 2022.

A Central Boys Love retweetou, em 2 de julho de 2021, um tweet de Mah (@calorempire): *chega de filmes LGBT em que o personagem sofre homofobia, eu quero uma nerd e uma popular, quero um menino rebelde se apaixonando pelo menino certinho, quero um enemies to lovers sáfico. Gays também merecem clichês*. (CHEGA..., 1 jul. 2021). O retweet foi acompanhado do seguinte comentário: *enquanto isso a gente reclama de só ter isso em BL e querendo algo mais elaborado ou real*. (ENQUANTO..., 2 jul. 2021). Seguiu-se a ele uma série de respostas de seguidoras sobre o teor do que acabava de ser colocado em discussão: as narrativas de séries *boys love* em contraste com as LGBT+.

Entre os tweets, encontramos uma variedade de pontos de vista. Havia quem incitasse uma exaltação às séries *boys love* e uma crítica ao estrito consumo de mídia estadunidense e ocidental, que não permitiria ver as produções asiáticas em sua qualidade e possibilidades, como no caso de João, que tweetou que tudo o que as pessoas *desejam em séries e filmes de bichas, já existe nas séries boys love*. Essa indiferença ou desconhecimento, até certo ponto induzido e intencional, reside na supremacia das produções ocidentais sobre o gosto alheio. Segundo ele, há quem não ligue porque elas não são conteúdo ocidental, mas suas cabeças *explodiriam* se as conhecessem. Havia também quem encampasse o questionamento sobre a categorização das séries *boys love* como conteúdo LGBT+ e/ou para LGBT+. De um lado, algumas fãs defendiam que elas poderiam ser compreendidas dessa maneira; de outro, havia as que discordavam veementemente dessa possibilidade. Se os motivos das últimas residiam nos motes centrais do perfil do público alvo e de quem produzia, sendo consideradas produtos para *vender ships para meninas heterossexuais*; para as primeiras, elas nada teriam de diferentes das séries LGBT+ estadunidenses nas quais, apesar das críticas por representatividade de pessoas da comunidade LGBT+ no elenco, atores heterossexuais e cisgêneros continuam atuando em papéis de personagens não heterossexuais e/ou não cisgênero, e as narrativas tendem a reproduzir e reforçar tantos estereótipos quanto as séries *boys love*.

O que observei, em meio aos tweets, revelava uma discussão bem subjetiva do que seria o clichê. As diferentes posições mostravam como essa concepção varia para cada pessoa, o que influencia na maior ou menor defesa das séries *boys love* como resposta aos anseios de Mah. Se, para João, elas têm tudo o que pode ser procurado em filmes e séries de *bichas*; para Caio, a *porcaria de enredo de engenharia ou outras bobagens que só tem em séries boys love não são o clichê a que ela está se referindo*. Ela estaria, segundo ele,

aludindo a *situações cotidianas que fazem parte pelo menos do imaginário hétero, que para as LGBTQ+ não fazem, como pegar clichês e enredos de comédias típicas da Sessão da Tarde, tais quais Percy Jackson e As Patricinhas de Beverly Hills, e fazer suas versões gays.*

Contudo, são a essas situações cotidianas, muito mais próximas de uma desejada realidade que os filmes citados por Caio, que algumas fãs, entre as quais está João, fazem referência quando se posicionam em favor das séries *boys love* como um escape da representação ocidental sofrida das experiências LGBTQ+.



Ao navegar pelo *feed* do Twitter, em 13 de dezembro de 2021, deparei-me com um tweet de Murilo que argumentava que se as séries *boys love* fossem feitas para a comunidade LGBTQ+, não seria preciso lermos críticas como as de que essa não é representada por elas. Mais uma vez, no *fandom*, outra pessoa se engajava na distinção entre mídia LGBTQ+ e mídia *boys love*. Aqui está em causa um juízo de valor sobre uma ser melhor que a outra, no caso a primeira em relação a segunda, do ponto de vista político, quando comparadas. Todavia, isso não chega a ser um impeditivo para seu consumo por ele e por quem compartilha o mesmo ponto de vista. Também está em foco a crítica glocalizada, uma vez que as séries *boys love* não têm compromisso com a realidade LGBTQ+ como vivida e pensada no Ocidente, pois não são pensadas para esse público.

A maioria das respostas que se seguem ao seu tweet vão na linha da concordância, mas uma pessoa — cujas outras interações no Twitter já foram objeto de minha atenção e análise neste trabalho, notadamente pela sua localização geográfica como residente na Tailândia — chamou minha atenção. Tauan rebateu uma das respostas ao tweet de Murilo, que, em acordo com este, acrescentava que as séries *boys love* além de não serem para LGBTQ+, são feitas, em sua maioria, por pessoas heterossexuais. Discordando, ele enfatizou que a ideia de produção dessas séries por heterossexuais *virou um mito*, posto que isso já não acontece *faz tempo*. De modo a estabelecer um quadro comparativo, diante da resposta de Murilo sobre o elenco não ser LGBTQ+ *em sua grande maioria*, Tauan argumentou que, no Ocidente, onde também ainda *é comum héteros interpretarem papéis LGBTQ+*, o cenário de contratação de artistas na indústria do entretenimento não está tão distante do tailandês. Murilo concordou, mas reforçou que, por mais que não nos diferenciemos tanto nesse aspecto, esse fenômeno *não deixa de ser algo a ser criticado*. No

entanto, parece-me que apresentá-lo como uma sorte de excepcionalismo tailandês não seja o caminho mais coerente de fazer a crítica.

Tauan também respondeu diretamente ao tweet principal de Murilo, salientando que o discurso em que representam *boys love/yaoi* como um conteúdo feito por e para mulheres heterossexuais se aplica melhor à mídia literária. Citou *I Told The Sunset About You*²⁵², *Bad Buddy*²⁵³ e *Not Me*²⁵⁴, como exemplos de produções escritas e dirigidas por pessoas LGBTQ+, para mostrar que *nas séries para TV já não é mais assim*. Murilo, dando início a outra discussão, assertou que as séries *boys love começaram a ser representativas* há pouco tempo, e as citadas acima são umas das poucas exceções. Frisou que mesmo as que foram dirigidas por pessoas LGBTQ+ não tinham um enfoque para esse grupo, porque o público alvo *são mulheres em sua maioria*. Contudo, para Tauan, na Tailândia, não há uma diferenciação evidente entre audiência LGBTQ+ e de mulheres heterossexuais. Atribuiu a uma visão ocidental essa distinção. Segundo suas observações, jovens não heterossexuais ou cisgênero estão, sim, entre os consumidores de séries *boys love*, e alguns apresentam semelhanças com o público de mulheres, por exemplo, no que concerne ao gosto pela fantasia e a pouca preocupação com o *realismo* ou a *representatividade*. Explicou ainda que, apesar das convergências em critérios como esses, há também tendências como o maior gosto entre mulheres heterossexuais por algumas séries, e pessoas LGBTQ+ por outras. Entre as primeiras, vê um maior sucesso de *2gether*, e entre as últimas, uma maior preferência por *I Told The Sunset About You*. Concluiu frisando que não é possível seguir à risca essas divisões, porque são *meio confusas e porosas*, e que pode fazer muito mais sentido no Ocidente que na Tailândia.

Fiquei muito interessado no ponto de vista trazido por Tauan, porque, durante o trabalho de campo, já tinha uma inclinação a pensar dessa forma e concordar com parte do *fandom* que tem alargado o conceito de *boys love*. Respondi ao seu tweet na tentativa de entrar em contato com ele. Em minha resposta, apoiei seu argumento e expliquei que estava pesquisando o *fandom* e o consumo de séries *boys love* no Brasil, e que suas questões postas me chamavam atenção. Também tentei enviar uma mensagem direta (*direct message* — DM), mas suas configurações de conta não permitiam que estranhos, pessoas que ele não seguia de volta, enviassem mensagens. Voltei ao tweet e falei sobre a

²⁵² Escrita e dirigida por Boss Naruebet Kuno, um homem gay.

²⁵³ Dirigida por Aof* Nopparch Chaimol, um homem gay.

²⁵⁴ Escrita e dirigida por Nuchy* Anucha Boonyawatana, uma mulher transgênero.

impossibilidade de contatá-lo via DM. No mesmo dia, enviou-me uma mensagem privada. Comentei novamente sobre meu interesse de pesquisa e que gostaria que pudéssemos dialogar sobre o assunto. Por não usar com frequência o Twitter, pouco mais de uma semana depois, em 23 de janeiro, respondeu-me e enviou seu contato para conversarmos por WhatsApp.

Tauan tem 36 anos, mora na Tailândia desde 2019, na cidade de Pathum Thani (30–40 min. de carro da capital Bangkok), quando resolveu emigrar do Brasil. Já tinha interesse pelo país e pelo Oriente, sempre se interessou em ler sobre budismo. Começou a assistir às séries *boys love* em 2014. *Hormones* e *Lovesick* foram suas primeiras. Com doutorado em História, obtido em 2018, seu objetivo era estudar a história tailandesa presencialmente e ser professor universitário. Segundo ele, em decorrência da crise sanitária, a pandemia de Covid-19, e da economia paralisada, não houve abertura de vagas para docência no Ensino Superior. Atualmente atua como docente em uma escola internacional.

Retomei seus comentários no Twitter, porque queria que discorresse um pouco mais sobre a observação que faz da cultura tailandesa quanto à produção e ao consumo de séries *boys love*.

Bom, o que posso falar é o seguinte. As séries tailandesas, já tem algum tempo, que, em geral, são dirigidas por diretores LGBT. Já tem um tempo que isso vem acontecendo. Como *I Told The Sunset About You*, *Bad Buddy*, *Not Me*. São todos pessoal LGBTQIA+. E eles — apesar dos BL serem baseados em livros que foram escritos por mulheres — não seguem muito os livros, eles podem fazer o que eles quiserem com a história. Então, na prática, eles podem inserir coisas que são mais ligadas ao universo LGBTQIA+, e reduzir aquela visão da mulher heterossexual. Isso já acontece na prática, as séries BL já não seguem os livros, praticamente, em nada. Em geral, eles só pegam a ideia, o enredo, os nomes e os personagens, e o resto, eles mudam tudo. Então, dependendo da série, ela difere muito do livro. Cabe ao diretor, se quiser ou não, inserir algo que seja mais ligado às causas LGBTQIA+. Aí, depende do diretor, da diretora, de quem for. Mas estou falando só do contexto tailandês. Não posso falar sobre Japão ou Filipinas, ou outros países.

Sobre o público que consome BL, aqui na Tailândia, não existe uma separação clara entre o público feminino e público LGBTQIA+. As mulheres, elas sempre vão ser maioria por uma questão numérica. Existem muito mais mulheres no mundo que a população LGBTQIA+. A população LGBTQIA+ é pequena, 5% ou 10% da população [mundial], enquanto as mulheres são um maior grupo. Então, numericamente, elas vão ter sempre uma proeminência. Mas o consumo desse conteúdo entre o público LGBTQIA+, aqui, é generalizado, é muito grande. Sinto que não tem uma discrepância, como se o BL fosse para o público feminino. Não tem essa ideia, aqui, entre os tailandeses. Eles consomem conteúdo BL de uma maneira geral, não tem uma clara separação — “ah, isso daqui é para mulheres”. Não tem essa coisa. E os jovens, em

geral, gostam muito de séries BL. Ttenho muitos alunos que assistem, já tive muitos alunos que assistem essas séries. Elas são mega populares aqui. Hoje mesmo, estava no metrô, e tinha uma propaganda de *You're My Sky*. As propagandas de BL, aqui, estão em todos os lugares, não é uma coisa setORIZADA, elas estão nos outdoors, nos lugares mais movimentados, é para todo mundo.

Mas, assim, já li algumas entrevistas que, apesar das críticas que alguns BL recebem, muitas ativistas acham que o resultado, no geral, é positivo. A popularidade dos BL que é positiva, porque, querendo ou não, ensina diversidade de alguma forma. Mesmo que seja uma diversidade que, às vezes, aparece de uma forma estereotipada, às vezes, é melhor isso do que a invisibilidade. A invisibilidade não tem. E isso é algo que é muito diferente do Brasil, onde sempre se falou muito sobre visibilidade. A visibilidade, aqui, da comunidade LGBTQIA+ é muito grande. Já era antes dos BL, mas aumentou muito mais hoje em dia. E, querendo ou não, da sua forma enviesada ou não, os BL forçaram o debate sobre esse tema na sociedade tailandesa. Acho que, se não fosse a falta de democracia, já teria o casamento gay aqui, o casamento igualitário. Mas, aí, já esbarra em questões que estão fora da questão de gênero, já entra na questão política, que, na Tailândia, é bem complicada. (22 jan. 2022, mensagem privada via WhatsApp).

Tauan simplificou bastante o fenômeno da audiência de mulheres a uma superioridade populacional, o que, com efeito, não o explica, especialmente se nos atermos à história do gênero²⁵⁵. De acordo com seu raciocínio, a população feminina superior determinaria sua expressividade numérica na audiência das séries *boys love*. Partindo desse pressuposto, qualquer outro gênero — ação, terror, suspense, comédia etc. — inevitavelmente seria liderado por um público de mulheres. Isso não se sustenta, pois existem outras variáveis que influenciam nas taxas de audiência por gênero em diferentes produções (SANDVOSS, 2013), como a situação histórica (OLIVEIRA, 2015) de um contexto cultural, a educação e a socialização distintas de homens e mulheres etc.

No Brasil, até onde acompanhei, a interpretação de algumas pessoas do *fandom* parte do pressuposto de que a ideia de *boys love* como produto de e para mulheres heterossexuais seja uma máxima universal, como algo que também está colocado dessa forma na Tailândia. Contudo, quanto a isso, ele nos trouxe uma compreensão contrária e ainda mostrou a existência de reivindicações e críticas sobre as formas de representação de pessoas LGBTQ+ nas séries *boys love*, que aparentemente partem de grupos mais engajados no ativismo LGBTQ+ tailandês, em específico, e asiático, no geral. O que apareceu logo nas minhas primeiras pesquisas em sites sobre o tema. Esses pontos, abordados por Tauan, fazem-me pensar na relação do consumo da sociedade civil, como um todo, e de um público LGBTQ+ ativista — mais engajado nas discussões sobre representação e nos

²⁵⁵ Ver discussão no primeiro capítulo.

debates com o Estado — e não ativista. A contribuição trazida por Tauan me leva a refletir sobre as múltiplas formas de consumo que podem se desenrolar no mercado das séries *boys love*. Como explica Sandvoss (2013 [2005], p. 32), uma abordagem do *fandom*, pela sociologia do consumo de Bourdieu, “[...] ilustra a mudança de ênfase dos textos e produtos para as práticas de consumo como agentes de distinção.” Tanto no Brasil quanto na Tailândia, parece-me que temos um fenômeno similar, que expressa níveis de recepção e de reflexão a partir do consumo e que vão se diferenciar com base no background de cada pessoa, em suas inserções e posicionamentos sociais e políticos, ou em termos bourdieusianos, capital social, cultural e econômico. Isso nos leva a concordar que “[...] as variações nas práticas fãs — mais do que os objetos de fandom — são cada vez mais indicativos de diferenças sociais e culturais.” (SANDVOSS, 2013).



Como apresentei no primeiro capítulo, Baudinette (2020) observou um fenômeno bem distinto entre as fãs filipinas. O que poderia ser visto como erro interpretativo delas quanto aos significados dispostos sobre o *boys love*, seria melhor compreendido pela lente conceitual do *creative misreadings* (BAUDINETTE, 2020, p. 103). Ao discutir a crença delas nas séries *boys love* como produto tipicamente tailandês — feito para gays e que representam romances verdadeiramente gays — e seus efeitos na assunção identitária de pessoas LGBTQ+ e na compreensão de seus desejos, explica que

“as séries BL tailandesas”, assim, forneceram aos fãs filipinos que desejam pessoas do mesmo sexo [...] uma ferramenta que poderia ser utilizada para entender seu posicionamento abjeto dentro de uma sociedade heteronormativa e homofóbica. [...] A Tailândia e sua crença em seu status de “paraíso gay” poderiam fornecer a esses fãs fantasias significativas que desafiavam suas experiências vividas de discriminação homofóbica nas Filipinas.²⁵⁶ (BAUDINETTE, 2020, p. 109, tradução minha).

Nesse sentido, Fermin (2013) argumenta que os significados atribuídos a mídia *yaoi* ou *boys love* dependem de múltiplos fatores contextuais: a forma como eles são acessados, quem os acessa, mas, sobretudo, dos discursos sobre gênero e sexualidade que envolvem

²⁵⁶ “‘Thai BL’ thus provided same-sex desiring Filipino male fans such as this administrator with a tool that could be utilized to make sense of their abject positioning within a heteronormative and homophobic society. [...] Thailand and their belief in its status as a ‘gay paradise’ could provide these fans with meaningful fantasies that challenged their lived experiences of homophobic discrimination in the Philippines. (BAUDINETTE, 2020, p. 109).

suas consumidoras, tanto aqueles normativos quanto os não-normativos — e isso inclui as políticas e o ativismo em torno dessas dimensões. Sua pesquisa com fãs filipinas de textos *yaoi* e *boys love* (ela estabelece a diferenciação entre *fanfictions* — *yaoi* — e *novels* comerciais — *boys love*) mostrou como, para suas interlocutoras, gays e lésbicas, essa mídia teve influência na afirmação e desenvolvimento de seus desejos. Ao contrário do *fandom* japonês, elas associavam inequivocamente os casais de homens com a homossexualidade, sob a identidade gay, e tratavam de temas como homofobia em seus textos *yaoi*.

Tal qual as fãs brasileiras, elas concordavam que *yaoi* e *boys love* são fantasias, seja pelas situações representadas serem difíceis de ocorrer na vida real, seja pela representação homogênea das personagens e aspiracional (BAUDINETTE, 2020) de suas práticas e relações. No entanto, essa compreensão do elemento fantasioso, assim como no *fandom* brasileiro, não impede a interpretação das personagens como gays. Fermin (2013) atribui esse fenômeno à formação de subjetividades e de organizações LGBT+, nas Filipinas, estritamente influenciadas pelo pensamento político ocidental²⁵⁷. O essencialismo estratégico e o *coming out* são estratégias que podemos ver refletidas nessas inferências identitárias que são praticadas por fãs filipinas, chinesas e brasileiras. Mas, no caso das primeiras, correspondem ao vazio representacional de expressões de desejo não heterossexuais na mídia de suas respectivas culturas. Em decorrência da popularização do léxico ocidental que significa essas expressões de desejos, ele acaba sendo acionado para interpelar as personagens identitariamente. Os discursos dessas fãs nos permitem abordar esse fenômeno de atribuição identitária menos como algo individual, que indica algum essencialismo isolado, do que como uma prática que está associada a um movimento político, histórico e a suas estratégias para consecução de suas metas e amplitude transnacional.

Embora não seja meu objetivo discutir aprofundadamente o panorama do contexto legal e social filipino referente aos direitos e aceitação de pessoas LGBT+, acredito que seja pertinente trazer algumas informações. Ainda que, como o Brasil, as Filipinas não tenham criminalizado legalmente o homoerotismo e não censurem a promoção de conteúdos e discussões LGBT+, (i) ainda não reconhecem o casamento igualitário legalmente; (ii) a adoção conjunta não é permitida; (iii) mesmo que parte da população

²⁵⁷ Para uma leitura sobre movimento e comunidade LGBT+ nas Filipinas, cf. BATOCABE, 2011.

concorde com a necessidade de uma lei de proteção às pessoas LGBTQ+, estas ainda enfrentam constantes discriminações no ambiente de trabalho; e (iv) não há uma lei nacional antidiscriminação, embora haja ordenamentos locais sobre a matéria etc. Acredito que esteja perceptível pelo que aponte, pelas análises oferecidas por Baudinette (2020), Fermin (2013) e pelos argumentos das fãs tanto brasileiras quanto filipinas, a influência das condições materiais de existência na produção de sentidos sobre as séries *boys love* no que elas têm ou não de representativo para o grupo LGBTQ+, especialmente devido a carência de representação homoerótica de homens de um ponto de vista afirmativo na mídia filipina (BAUDINETTE, 2020).

No Brasil, não obstante os índices ainda preocupantes de violência contra a população LGBTQ+, sobretudo contra as pessoas trans, sendo o mais letal a esta população, há uma série de marcos legais que auxiliam esse grupo. Ademais, a mídia, ainda que não esteja tão engajada na produção de conteúdo, na TV aberta, exclusivamente focado em dramas homoeróticos, como a Tailândia, tem sido muito mais aberta que o país asiático para a agenda da população LGBTQ+ transversalmente em sua programação. Diante disso, se, para as fãs filipinas, as séries *boys love* se tornam importantes na luta por representação e igualdade social e jurídica (BAUDINETTE, 2020); para as brasileiras, ainda que muito consumidas, precisam coincidir com as noções ocidentais — em outras palavras, modernas — de representação LGBTQ+, porque estão longínquas.

Apesar de haver toda uma discussão sobre elas serem ou não conteúdos LGBTQ+, percebi, a cada dia no *fandom*, o papel que elas têm para sujeitas que fazem parte dessa comunidade, não dispensando as críticas, mas dando também seus créditos. Esse panorama se tornou mais explícito, para mim, quando li o tweet de Henrique, um jovem não heterossexual, branco, no qual se abria e assumia, a despeito dos julgamentos que pudesse sofrer, o quanto as séries *boys love* eram um *refúgio*, algo que o *sustentava* e *ocupava sua mente* nos momentos em que *só queria ficar sozinho*, evitando que *pensasse em fazer merda* (21 nov. 2021). Ou quando conversei com Lourenço, que tornou-se fã das séries *boys love* por *serem machos se pegando*, por *representatividade*, porque, como afirmou: *antes só via série hétero, e boys love já era mais minha “realidade”* (8 fev. 2022).

As aspas para ele expressam o caráter fantasioso dessas produções, uma vez que *nunca acontecem essas coisas na vida real*. Então, resta-lhe ser realista e não criar expectativas, pois, como argumenta, *já sofro demais com a realidade. Ficar sofrendo com ilusão? Deus me livre*. As séries *boys love* levam-no para o lugar do “como gostaria que

fosse”. Não se ilude com elas, mas também acha que não se resumem só à ficção, que têm algo do real, têm algum papel político importante²⁵⁸.

A realidade dos BL são muito desejáveis, na grande parte, sabe? O pessoal na universidade vivendo a vida de boa, aí do nada se apaixona, a maioria sempre achando que era hétero descobre que não é, tem um processo de aceitação muito orgânico, sabe? Tanto dos personagens principais quanto das pessoas ao redor, todo mundo fica “a ele gosta de homem também? Ok”. Isso é muito legal, queria que fosse assim na vida real.

Não acho que seja só ficção, depende da narrativa da série. Eu tô assistindo Not Me, e eles abordam várias pautas sociais, sobre o direito de casamento entre pessoas do mesmo sexo, sobre capitalismo e funções de poderes hierárquicos na sociedade. É muito interessante, sem falar dos direitos LGBTQIA+ que são abordados, né? Muito bom (Mensagem privada de Lourenço via Twitter, 8 fev. 2022).

Estes e outros relatos têm robustecido a ideia de que, para muitas fãs, as séries *boys love* e, em alguns casos, o *fandom* são uma válvula de *escape* do *mundane*²⁵⁹, para retomar uma categoria trazida por Jenkins (2006). Isso nos permite considerar as múltiplas experiências de consumo e os fatores diversos que agem em sua mediação e na atribuição de sentido a essas produções pelos grupos que se criam ao seu redor.

As séries *boys love* também são uma dimensão utópica, um recurso de esperança, para as fãs chinesas. O contexto chinês oferece muito mais especificidades que o brasileiro, o tailandês e o filipino. Ao contrário destes últimos, que podem ser vendidos e interpretados como *paraísos gays*, a China está longe de ser assim representada. A censura é um elemento central que modula o consumo de séries *boys love* pelas fãs chinesas. Zhang (2021) chama atenção para o caráter contextual, poroso e sempre cambiante de seu funcionamento. Na sua análise, a posição do Estado chinês sobre conteúdos LGBT+ permite que as consumidoras encontrem meios de contornar os censores, não devendo ser vista como mais rígida ou hermética do que se apresenta na prática. No exercício da agência, elas produzem táticas (DE CERTEAU, 1998 [1990]) para salvaguardar seu consumo, garantindo seu acesso aos conteúdos e a fruição pela imaginação de experiências e realidades alternativas que as séries *boys love* oferecem diante dos imperativos culturais.

²⁵⁸ Este assunto será melhor discutido no terceiro capítulo.

²⁵⁹ Segundo Jenkins (2006), “[...] o reino da experiência cotidiana e/ou aqueles que habitam exclusivamente nesse espaço [...]”.

Um destes exemplos pode ser a opressão familiar, que se manifesta na obrigação do casamento para a continuidade da linhagem e na exclusão do desejo e de relacionamentos homoeróticos como uma possibilidade para a prole. O casamento, como instituição que, nesse caso, reforça a heterossexualidade compulsória e impede, para alguns homens gays, a negociação de sua autonomia sexual (ZHANG, 2021). Nas séries *boys love*, a representação da liberdade do desejo, da aceitação social e do apoio familiar são elementos que sensibilizam a audiência gay chinesa²⁶⁰. Assim, no cotidiano de gays, lésbicas e mulheres heterossexuais, elas podem aspirar, a partir das séries *boys love*, a autonomia de gerir seus relacionamentos e sentir a liberdade para amar e relacionar-se com quem desejar sem o peso das regulações morais e sexuais de seu *ethos*, sendo uma fonte de prazer pela imaginação e questionamento da cultura heterossexual e heteronormativa. Homens gays praticam também a autofeminização, processo em que, desafiando as representações de masculinidade de sua cultura, projetam-se no personagem *uke* (passivo), estando sujeitos aos cuidados da figura de um outro homem, deslocando-se das exigências culturais de força, provimento e liderança (ZHANG, 2021).

As soluções escapistas oferecidas pelas séries *boys love* ao *fandom* chinês não se resumem às possibilidades de expressão do desejo ou performatividade do gênero. Dizem respeito também à questão de classe. Zhang (2021) observa que a maioria das fãs demonstram uma insatisfação com suas condições materiais de existência. Aponta que considerável parte delas, sobretudo aquelas de classe popular, enfrentam “[...] condições

²⁶⁰ Como explica Zhang (2021, p. 69–70, tradução minha): “por um lado, o que a série *boys love* tailandesa delinea não é o amor masculino-feminino com o qual os chineses estão mais familiarizados, mas sim o amor masculino-masculino. Ainda uma sociedade heteronormativa, a China mantém o amor heterossexual como norma. [...] Para os gays chineses, a predominância da heteronormatividade é desafiada e às vezes desmantelada na série *Thai Boys Love*, onde as personagens masculinas principais podem expressar livremente seu amor por outros homens. No episódio 3 de *Until We Meet Again* (dir. Sawatmaneekul; 2019), In fala abertamente ao garoto que acabou de conhecer sobre seu afeto por ele diretamente na frente de quatro amigos dele, sem receber nenhuma consequência indesejada posteriormente, como julgamentos ou alienação. Muitos casais masculinos da série andam de mãos dadas em público, com sorriso e orgulho. Alguns até trazem o namorado de volta para casa para conhecer seus pais. Essas séries oferecem um espaço alternativo onde seu amor pelo mesmo sexo não é discriminado e reprimido. Para as jovens chinesas, o amor homem-homem, exibindo a própria liberdade de amar, também ressoa com suas experiências vividas. [...] Para elas, o amor homem-mulher está sempre enredado com várias preocupações de família, materialidade, reprodução e herança, mas o amor homem-homem é sobre o ‘relacionamento puro’ além do desejo sexual ocasional. Com relação às jovens chinesas, se a ‘barreira’ do sexo/gênero do parceiro pode ser superada, então o que mais não pode. O mundo onde o amor entre homens é tolerado e até celebrado é o mundo onde elas, principalmente como mulheres heterossexuais, podem amar livremente a pessoa que amam, independentemente da idade, força econômica e origem familiar, e sem preconceito e negação.”

de vida exaustivas, em grande parte por causa da inacessibilidade, instabilidade e incontrolabilidade da habitação.”²⁶¹ (ZHANG, 2021, p. 59, tradução minha). E continua:

É assim que as séries boys love tailandesas entram em cena, fornecendo um mundo utópico para o público chinês escapar e aproveitar as melhores alternativas. Essas séries podem ativar e prolongar sua imaginação em relação ao que a vida pode se tornar. A maioria dos personagens principais das séries boys love tailandesas é de classe média alta [...]. [...] Eles têm lugares muito decentes para morar e parecem não se preocupar com suas condições de vida. Como a maioria das séries boys love tailandesas ainda se concentra na vida em Bangkok, a única cidade de primeira linha e o centro absoluto da Tailândia, suas condições de vida são mais invejáveis para o público chinês.²⁶² (ZHANG, 2021, p. 63, tradução minha).

As fãs chinesas também não ignoram que essas representações são uma espécie de propaganda aspiracional (BAUDINETTE, 2020). Não existe uma contradição tácita entre a compreensão do estatuto ficcional e comercial de uma representação e sua fruição. Não ser “real” não implica em ação repressiva sobre as expectativas e os desejos que são elaborados sobre ela. Mas, nas discussões observadas, nota-se uma tendência de, por um lado, desconsiderar alguma positividade delas pelas suas origens, e, por outro, reforçar uma ideia de consumo passivo e ausência de possibilidade de novos efeitos de sentido. Como se, pelas séries *boys love* terem sido pensadas para serem consumidas por mulheres heterossexuais, não houvesse nenhum benefício político que pudesse ser extraído da sua veiculação no contexto da televisão aberta tailandesa, como no caso da GMMTV e CH3. Como se essas produções carregassem um destino irrefutável de não representar a comunidade LGBT+ em nenhum grau ou contexto ou ter efeitos simbólicos positivos sobre ela, como se não houvesse a viabilidade de fissuras na linguagem e a reordenação dos sentidos de um discurso, sua apropriação e seu redirecionamento.

²⁶¹ [...] exhausting living conditions, largely because of the unaffordability, instability, and uncontrollability of housing.” (ZHANG, 2021, p. 59).

²⁶² “That is how Thai Boys Love series come into play by providing a utopian world for the Chinese audience to escape into and enjoy the better alternatives. These series can activate and prolong their imaginations toward what life can possibly become. Most main characters in Thai Boys Love series are from upper-middle-class background [...]. [...] They have very decent places to live in and seem not to worry about their living conditions at all. Since most Thai Boys Love series still focus on life in Bangkok, the only top-tier city and the absolute center of Thailand, their living conditions are more enviable for the Chinese audience.” (ZHANG, 2021, p. 63)

Fry e MacRae (1985), ao discutirem a apropriação política²⁶³ das Dzi Croquetes, mesmo que estas não tivessem essa pretensão, permitem-nos pensar nas apropriações das séries *boys love* que são feitas por pessoas LGBT+ dentro e fora da Tailândia e nas transformações pelas quais elas vêm passando. Algumas interlocutoras, ao compreenderem a *representatividade como um ato político*, consideram as séries *boys love* mero assimilacionismo da identidade homossexual ou como obras apolíticas, uma vez que deixariam um vácuo nesse aspecto da representatividade. Apesar de posicionamentos desse tipo e de estarmos falando de contextos e produtos diferentes, a ideia trazida pelas autoras das formas de apropriação múltiplas e contextualizadas de um produto é muito pertinente ao argumento deste trabalho, sobretudo ao nos permitir dialogar com a instrumentalização das séries *boys love* pelo movimento LGBT+ e a gradual politização direta que elas vêm passando, no que toca a inclusão de discursos pró-direitos LGBT+, especialmente em defesa do casamento igualitário.

Interessante que, guardadas as devidas particularidades, essa apropriação política das Dzi Croquetes, que não se diziam deliberadamente homossexual ou LGBT+ (acepção mais moderna) ocorre em período de ditadura no Brasil, em um conjuntura política similar à tailandesa, embora com suas nuances, especificidades que não sou capaz de dissertar sobre neste trabalho. Não estou dizendo que as séries *boys love* e o grupo artístico brasileiro de dança e teatro sejam iguais em suas práticas de representação. Guardo as devidas particularidades de cada uma. Quero chamar atenção para a condição de abertura e usos criativos de um produto, mediados pela situação histórica (OLIVEIRA, 2015) observando, mais uma vez, o consumo glocalizado.

Acredito que exista pouca reflexividade, por parte das pessoas que produzem essa sorte de crítica sobre a não representatividade LGBT+ das séries *boys love*, em razão das influências contextuais. Em vez de desconsiderar suas possibilidades políticas ao decretá-las como uma representação falsa para a população LGBT+ tailandesa, seria mais interessante reconhecer a pluralidade de pontos de vista que podem ocorrer sobre essa questão. Qualquer pessoa pode dizer o que seria ideal para si no quesito representação

²⁶³Segundo eles, “apesar de fazerem questão de afirmar que não tinham um projeto político, acabaram sendo o foco de algo que tinha as características de um movimento de massa. Bom, uma micromassa, pelo menos. As pessoas que seguiam os Dzi Croquettes, para quem eles inventaram o termo “tietes”, eram fortemente atraídas pelos aspectos contestatórios tanto do seu espetáculo como do seu modo de viver. Devemos lembrar que esta era a época de maior repressão da ditadura após AI-5, quando a censura e a violência policial militar sufocavam quaisquer questionamentos do sistema vigente, entendido no seu sentido mais amplo.” (FRY; MACRAE, 1985, p. 19–20).

LGBT+ na mídia. Mas elas se questionam sobre o que é bom para o público LGBT+ tailandês? Porque não são nem pensam igual, tampouco têm a mesma vivência da sexualidade e do gênero. Essa indagação pode ser respondida a partir de um único ângulo? Se o ideal para uma pessoa brasileira — do Norte Global, que não teve sérios problemas quando se assumiu gay e sempre morou na capital do seu estado — não será a mesma nem entre outras LGBT+ que consomem séries *boys love* no Brasil e tem outras inserções e percursos sociais, tampouco pode ser tomado como um parâmetro amplamente compartilhado por pessoas LGBT+ na Tailândia, quando ainda conhecemos pouco em termos de pesquisa sobre as representações que essa população têm sobre as séries *boys love*.

A máxima da tradição do público alvo — as mulheres heterossexuais — das séries *boys love* é rotineiramente acionada como um lugar comum discursivo. Esse argumento foi mobilizado incontáveis vezes para desvincular o produto de pessoas LGBT+, muito embora, no Brasil, como comecei a perceber durante a pesquisa, exista uma expressiva interação, em páginas *fansubs*, de garotos e homens não heterossexuais que consomem séries *boys love* — e isso fica evidente na pesquisa quantitativa. Quanto a dois motes recorrentes em relação a essas produções, apontando para um distanciamento com a realidade, Ariel assinalou que a reprodução do discurso de que elas não tratam da homofobia e de que seu público seria *mulheres jovens não cola*, porquanto existem obras que abordam esse tema *e têm uma audiência gay enorme*. Ao ser questionada sobre a extensão desse público, que se presume ser bem reduzido, replicou que por mais que a audiência gay não seja superior à de mulheres, isso não significa que eles não estejam assistindo. Do seu ponto de vista, sugerir o contrário seria *desonestidade*.

Ariel deslocou sua crítica do lugar comum da carência de representação, voltando-se para a negação, por meio de um exercício discursivo tautológico, da possibilidade das séries *boys love* serem representativas para gays, seja do ponto de vista do seu conteúdo que, ainda que em poucos casos, toque em temas sensíveis para esse grupo, seja a partir da visibilização da audiência não heterossexual dessa mídia. Se, por um lado, as mulheres continuam sendo maioria entre o público consumidor geral, não podemos partir do pressuposto que sejam todas heterossexuais, e como demonstrado no segundo capítulo, de fato elas não o são. Ademais, no decorrer da pesquisa, mesmo não liderando quantitativamente, os homens são expressivos entre o público consumidor no Brasil. O debate sobre a ficção e o político nas séries *boys love* está imbricada ao perfil do público

consumidor, sobretudo no que concerne ao seu gênero e a sua sexualidade. Essa relação tem mudado rapidamente, o público alvo está se alargando, e as pessoas LGBTQ+ estão sendo cada vez mais visíveis como audiência — como visto na apresentação do programa *Thai Boys Love Content* divulgado e promovido pelo Departamento de Promoção do Comércio Internacional da Tailândia.

Com base nas interações no retweet da Central Boys Love, pude acessar um conjunto de discursos que nos permitem compreender uma das motivações ao consumo de séries *boys love* por uma parte do público brasileiro LGBTQ+, qual seja: a fuga dos problemas, a fruição de uma realidade alternativa altamente ficcional, mas não impossível, que não se anula por essa característica, mas converte-se em atributo de apelo, como no caso de Ricardo que explicou amar as séries *boys love* pela representação de um romance clichê, *sem preocupações reais*. Ele não quer ocupar-se dos *problemas da vida gay*, se assim o desejasse, reforça, *eu vivia minha vida*. Ota e Davi também partem do mesmo princípio. O primeiro assegurou que as séries *boys love* *tem toques de realidade* superiores a produções ocidentais e que *se fosse para ver sofrimento, não se alienaria* por meio delas; o segundo ponderou, fazendo uma alusão a abertura de Meninas Superpoderosas²⁶⁴: *quero muito açúcar, tempero e tudo o que há de bom*. Esse interesse não equivale a ignorar as problemáticas que pessoas LGBTQ+ vivem, mas trata-se de poder experimentar narrativas que não só recitem as experiências de dor e sofrimento tão comuns e conhecidas por essas sujeitas.

Muitas fãs não são consumidoras de textos *boys love*. Algumas, com um recorte geracional, veem nessas séries uma oportunidade de se sentirem representadas, tardiamente, através de romances e comédias românticas heteroeróticas de homens. Como tweetou Manuel, quem nasceu a partir de 1980 e teve como referência *histórias clichês heteronormativas* durante toda a adolescência, sem espaço para expressões de desejo alternativas na mídia, *sabe a delícia de assistir o clichê universitário das séries boys love*. A dimensão geracional pode ser uma das variáveis que influencia a audiência de homens acima de 30 anos — que, embora não seja um grupo dominante, pode ser encontrado no *fandom*. Outras expressam o valor dessa representação positiva quando confrontada à mídia brasileira e ocidental em geral, que ainda está em desvantagem em comparação à indústria tailandesa na regularidade das produções e nos roteiros.

²⁶⁴ Série de desenho animado escrita por Craig McCracken e exibida na Cartoon Network de 1998 a 2005.

O caráter afetivo, que assume centralidade para as fãs que endossam que as séries *boys love* são conteúdo LGBTQ+, está na abertura para formas de representação que permitem a experimentação de emoções, via consumo midiático, como o amor, a felicidade com o final feliz que, nas produções para a comunidade LGBTQ+ nunca foi completo, ou ao menos, deveria ser precedido de experiências de sofrimento e preconceito. Como disse um dos interlocutores de Baudinette (2020, p. 113, tradução minha), “[...] em casa vejo agora um final feliz para um gay como eu.”²⁶⁵ Vemos ressonância dessa percepção em uma publicação feita no Twitter, na qual Chay, em tom jocoso, expressou que suas expectativas sobre o amor aumentam a cada série *boys love* assistida, e complementa: *a queda vai ser grande*. Independentemente de elas serem ou não retratos autênticos da realidade, a dissonância entre o que está sendo representado e a vida da pessoa que assiste, evidenciada pela jocosidade, não impede, todavia, que elas sejam concebidas como um *recurso de esperança* (BAUDINETTE, 2020), mesmo que as aspirações produzidas possam não se concretizar. Essa experiência de consumo mediada pelo afeto, pela criação de novos sentidos — especialmente combativos a formas de discriminação — e com uma atuação central da fantasia, para Baudinette (2020), corresponde a um “consumo aspiracional” (*aspirational consumption*).

Ao estudar o dispositivo da sexualidade, a partir de seu método genealógico, Foucault (2017b [1979]) estabelece quatro regras necessárias que devem ser consideradas mais como prescrições de prudência que imperativos: (i) regra da imanência, (ii) regra das variações contínuas, (iii) regra do duplo condicionamento, (iv) regra da polivalência tática dos discursos. Seu objeto era a sexualidade (dispositivo), analisada a partir de discursos sobre o corpo da criança, a mulher, o sodomita, o libertino, o louco (focos locais de saber-poder), que produziam práticas como a “histerização do corpo da mulher”, “pedagogização do sexo da criança”, “socialização das condutas de procriação” — o controle de natalidade — e a medicalização e psiquiatrização do sexo — dos “prazeres perversos” (estratégias/efeitos globais de dominação). Gostaria de tomar essas orientações metodológicas aplicadas à sexualidade para compreender a relação de apropriação e produção discursiva de parte do *fandom* sobre as séries *boys love*, tomando-as, segundo o esquema foucaultiano, como o dispositivo analisado.

²⁶⁵ [...] at home i can see now a happy endings for a gay like me.” (BAUDINETTE, 2020, p. 113).

Na primeira regra, aponta o conhecimento sobre a sexualidade como uma relação de poder-saber, na qual operam estratégias de poder, técnicas de saber e de procedimentos discursivos. Da mesma maneira, as séries *boys love* não são dadas *a priori* de investimentos de poder-saber, da sua origem às mudanças pelas quais passaram, operaram estratégias de saber e procedimentos discursivos que lhes atribuíram diferentes, por vezes contrastantes sentidos e valores, constituindo-se em objeto de controvérsias.

Na segunda regra, aponta para a cambialidade das relações de poder, das transformações que lhe são inerentes, “[...] modificações que as correlações de forças implicam através de seu próprio jogo.” (FOUCAULT, 2017b, p. 108). As séries *boys love* são objeto de disputa semântica e simbólica, de seus textos fonte às adaptações e produções originais audiovisuais, sucederam-lhes mudanças que ainda estão em discussão no *fandom*, em razão das correlações de forças entre as consumidoras, as empresas encarregadas de sua produção e comercialização e o Estado, com diferentes pontos de vistas sobre elas.

Na terceira regra, aponta para a relação de duplo condicionamento, sem descontinuidade e homogeneidade, entre focos locais de saber-poder e estratégia global. As séries *boys love* não são, no mercado literário e audiovisual, representações do fetiche feminino, tampouco esta expressão pode resumir as representações produzidas nessas obras. De fato, dada a situação histórica (OLIVEIRA, 2015) do momento em que a cultura *yaoi* surge, das práticas de fãs que se popularizaram e da possibilidade de expressão criativa autônoma pelas mulheres, a literatura *yaoi* (foco local) se tornou um meio de canalização e experimentação do erotismo de mulheres heterossexuais japonesas e, posteriormente, de outros países da Ásia, com vistas à fuga da disciplinarização sexual de suas culturas (estratégia global) — não obstante reproduzissem expressões dela na literatura *yaoi*, por exemplo, com a reprodução de estereótipos de gênero.

Na quarta regra, aponta para a instabilidade do discurso, sua descontinuidade e abertura para apropriações, visto que ele deve ser compreendido como elemento que pode ser agenciado em múltiplas e opostas estratégias, como “ponto de resistência”, minando e/ou expondo o poder.

“Os discursos são elementos ou blocos táticos no campo das correlações de forças; podem existir discursos diferentes e mesmo contraditórios

dentro de uma mesma estratégia; podem, ao contrário, circular sem mudar de forma entre estratégias opostas.” (FOUCAULT, 2017b, p. 111).

Assim, reconhecer a produtividade das séries *boys love*, compreendê-las como meios de representação LGBTQ+ e utilizá-las como objetos de reivindicação de direitos para esse grupo social são um exemplo da polivalência tática dos discursos. Essas apropriações e deslocamentos discursivos sobre o gênero *boys love*, em geral, e as séries, em específico, mostram sua produtividade tática (DE CERTEAU 1998) — “[...] os efeitos recíprocos de saber e poder que proporcionam [...]” — e integração estratégica — “[...] que conjuntura e que correlação de forças torna necessária sua utilização em tal ou qual episódio dos diversos confrontos produzidos [...]” (FOUCAULT, 2017b, p. 111).

Sugiro que não seja tão somente o fetiche, sem desconsiderar que essa relação também exista, que mobiliza pessoas LGBTQ+ e mulheres heterossexuais a consumir séries *boys love*, mas sim a busca por experiências de consumo, conteúdos audiovisuais neste caso, que estão em consonância com seus interesses pessoais, afetivos e políticos (JENKINS, 2006; SANDVOSS, 2013). Sejam homens gays que buscam outras narrativas que envolvam o homoerotismo masculino de um ponto de vista positivo, no sentido de propor enquadramentos representacionais que não se resumam às negatividades sociais sobre o fenômeno. Sejam mulheres que buscam outras expressões de masculinidade, ainda que o façam projetando seus desejos e arranjos normativos sobre as representações de relacionamentos homoeróticos — daí entende-se o porquê de algumas histórias apresentarem *todo tipo de barbaridade possível* (8 nov. 2022). Como declarou um respondente do questionário quantitativo:

Sua pesquisa é de extrema importância! Não é fácil se sentir representado, em qualquer nível que seja no Brasil, e os BL me proporcionaram isso! Sei que alguns podem ser um pouco fetichizados e problemáticos, mas o que realmente me entristece é o fato de eu ter que ir tão longe (Tailândia, Coreia, Vietnã, Japão, China, etc.) para poder me sentir inserido dentro da sociedade ou de qualquer contexto que seja. Infelizmente, conta-se nos dedos as obras brasileiras desse gênero, mas espero que no futuro isso mude e surjam muitas novas produções! (Homem cisgênero, homossexual, 18 anos, cearense, pardo).

Gostaria, na oportunidade, de citar uma publicação feita por Daniela Andrade, uma mulher transgênero branca, que tenho como amiga no Facebook e que, nos últimos meses, tem comentado suas experiências de consumo de séries com temáticas ou LGBTQ+. Não obstante ela não seja uma das sujeitas diretas de minha pesquisa, isto é, consumidora de

séries *boys love*, seu comentário, uma vez que vem de alguém distanciada desse nicho de consumo, pareceu-me interessante e auxiliar à compreensão do que acabei de argumentar:

Eu acho incrível como filmes e séries gays parece-me que tem mais público de mulheres que das próprias keys.

Eu estou acompanhando uns fóruns de séries keys e fico vendo os comentários no YouTube e afins. Percebo que a maioria dos usuários são mulheres.

Vi um comentário num vídeo de Young Royals e uma menina escreveu assim: eu adoro ficar vendo beijos entre dois homens e eu não sou gay, sou normal?

E pencas de respostas de outras mulheres pra ela dizendo o mesmo, que adoram séries e filmes keys [gay].

Outro dia vi que a 3ª temporada da série norueguesa Skam, que tem versão em vários outros países, foi concebida para atrair a audiência de meninas adolescentes.

Essa 3ª temporada gira toda em torno de um casal de garotos, e diz que 80% da audiência dela foi de mulheres na Noruega, na versão da Bélgica e na versão da França. Foi um sucesso avassalador entre garotas a ponto delas criarem inúmeros fandoms para o casal gay.

Eu vejo o mesmo nos comentários de séries asiáticas com casais gays. E aí você vai ver nas séries e filmes as keys super românticas, na vida real são a maioria o oposto disso, as keys mafiosíssimas.

Eu tenho pra mim que a mulher que gosta de homem está tão cansada de homem podre e homem agredindo mulher, que acha maravilhoso ver romance entre dois homens em que são tão fofinhos, um lutando pelo amor do outro. É a possibilidade de ter a certeza que vai ver algo em que nenhuma mulher irá sofrer e irá mostrar homem que acredita no amor, que chora, que é sensível, o total oposto do que homem é ensinado a ser e do que se apresenta na vida real. (Daniela Andrade, Facebook, 8 nov. 2022).

O fetiche, se visto como único saldo das séries *boys love* ou do gênero em geral seria muito limitador da potencialidade heurística do fenômeno *boys love*. Antes de ser algo exclusivo de mulheres que se interessam por essa literatura e conteúdo audiovisual, o fetichismo é uma relação que se estende a múltiplos objetos e manifesta-se em diferentes contextos e entre distintas pessoas. Concordando com um comentário que não exclui *o fetiche em ver dois homens se pegando, muito parecido com o de homens heterossexuais que adoram ver mulheres se pegando* (8 nov. 2022) como causa do consumo feminino heterossexual de séries *boys love*, Daniela Andrade respondeu: *com certeza, até por que fetiches independem de gênero* (8 nov. 2022).

Diante disso, acredito que seria muito mais proveitoso tomar as representações em seu sentido produtivo, pensando-as como relações de poder, que não apenas representam uma negatividade, ou apenas podem operar verticalmente em termos de dominação, mas positivamente, a partir da apropriação e produtividade táticas (DE CERTEAU, 1998; FOUCAULT, 2017b). Neste caso, as séries *boys love* também permitem a abertura para rearticulações discursivas e a incitação a resistências, que podem operar de maneiras distintas, do nível micro ao macro, individual e coletivamente, uma vez que a instabilidade e a iterabilidade (DERRIDA, 1973) constitui possibilidade de toda representação (FOUCAULT, 2017b).

As séries *boys love* são um espaço para experimentação de outros mundos possíveis, ainda que ficcionais. Conforme aponta De Lauretis (1994), devemos abordar o cinema como uma tecnologia do gênero. Alargando sua concepção de tecnologia, podemos afirmar, sem medo, que a mídia está para além de um meio para a reprodução de normas de gênero, enquanto aparato ideológico, sendo uma tecnologia de produção de corpos e subjetividades padronizadas, ainda que dentro da dissidência, por meio do inculcamento de valores e padrões de comportamento. Contudo, como a autora também sustenta, pode ser contra-utilizada, como uma ferramenta tática (DE CERTEAU, 1998) de contestação de representações estereotipadas, preconceituosas e/ou apolíticas, produzindo discursos antagônicos às políticas e moralidades conservadoras. Por essa chave interpretativa, proponho que olhemos as séries *boys love*.

3.3 AMBIGUIDADE E SEXUALIDADE

Em 28 de junho de 2021, dia do Orgulho LGBTQ+, comemorado em referência às manifestações ocorridas na mesma data internacionalmente, em 1969, nos Estados Unidos da América (EUA), a Central Boys Love tweetou as seguintes mensagens:

No dia do orgulho LGBTQ, gostaríamos de lembrar que mensagens ambíguas de alguns atores, até que já foram perseguidos por tabloides, devem ser tratadas como o que são: ambíguas. Não afirmemos nada. Muitos deixam pra falar abertamente apenas quando estão saindo da indústria

Respeitemos o tempo de cada um, se é que um dia falarão. A barreira cultural é grande de mais para achar que seria simples falar.

Já falamos sobre um pouco anteriormente sobre respeitar e nunca cobrar nada: <https://www.centralboyslove.com/2021/06/lista-10-atores-e-atrizes-abertamente.html> (NO DIA..., 28 jun. 2021).

Esses tweets têm uma profunda relação com a publicação feita por Saint Suppapong Udomkaewkanjana, no mesmo dia, no seu Instagram (Figura 10). O ator de séries *boys love* legendou uma foto sua com a seguinte citação: *a melhor coisa sobre sair do armário é que ninguém pode insultá-lo falando o que você acabou de dizer a eles. Rachel Maddow*²⁶⁶ (THE SINGLE..., 2021).

Figura 10 — Publicação de Saint* Suppapong Udomkaewkanjana (@saintsup) no Instagram.



Fonte: The Single... (2021).

A publicação foi tomada com certa ambiguidade por parte do público, que se dividiu na compreensão do texto como uma saída do armário ou como uma simples mensagem de apoio à comunidade LGBTQ+. Nesse momento, outro ponto de discussão, aquele que nomeia esta seção, manifestou-se para mim como caro ou ao menos expressivo entre as consumidoras de séries *boys love* — sejam elas brasileiras ou não, como também pode

²⁶⁶ “The single best thing about coming out of the closet is that nobody can insult you by telling you what you’ve just told them. Rachel Maddow” (THE SINGLE..., 2021).

observar, em discussão, em um fórum internacional de falantes de língua inglesa destinado a séries *boys love* no Reddit.



Durante uma conversa, em 15 de setembro de 2021, no canal da PBL no Telegram, sobre a despedida de Gun* Atthaphan Phunsawat da *Safe House* — que teve de sair por compromissos de trabalho, sendo substituído por Tay* Tawan Vihokratana — uma inscrita, Heir, comentou: *um bando de hétero junto em uma casa fingindo ser gay pra dar dinheiro pra uma produtora. Se essa moda pega no Brasil...* (Mensagem no canal da PBL, 15 set. 2021). Isso foi suficiente para que outra inscrita, Carol, respondesse a essa mensagem com acusações e um alto grau de agressividade, iniciando um debate:

Carol: E no entanto vês séries BL. Hipocrisia!

Heir: Na série eles estão interpretando personagens. Isso aqui é outra história.

Carol: Não interessa querida, é o trabalho deles.

Luiz: Sendo que não dão trabalho pras gays, mas deixam hétero fingir ser.

Carol: Parem de ser merdas, se eles são heterossexuais ou homossexuais, isso não tem nada a ver conosco. Por acaso nós sabemos alguma coisa sobre a vida deles? Não. Por isso não temos o direito de julgar a empresa e muito menos a eles. (Mensagens no canal da PBL, 15 set. 2021).

Reproduz-se aqui novamente o conflito sobre a assunção da sexualidade dos artistas, que, como vimos, divide opiniões e trata-se de um assunto ainda delicado, mas envolto em disputas. Em se tratando da *Safe House*, o aspecto econômico junto à problemática da (não) representação LGBTQ+ ganha acentuado relevo entre parte do público brasileiro. Se já observamos que a prática de assumir a sexualidade de alguém presumindo que ela seja *gay* gera posicionamentos contrários a essa atitude; parece-nos que, na discussão acima, o mesmo sentimento é acionado em Carol. Nesse caso, se não devemos presumir que eles sejam LGBTQ+, tampouco podemos partir do pressuposto que eles sejam heterossexuais — ainda que haja quase um consenso no *fandom* sobre a maioria dos atores contratados o

serem, fato esse que incita o posicionamento de Luiz sobre a não ou baixa contratação de artistas abertamente LGBT+ para as séries.

Até onde podemos levar essa *ética da não presunção* (sexual), que parece querer tornar-se um dos princípios e valores morais do *fandom*, embora sob constantes discussões?



De um lado, podemos conceber que a mensagem que as séries *boys love* passam poderia ser de que as coisas podem ser ambíguas. Sendo este um dos elementos que considero mais interessante desse gênero: a fluidez, a ambiguidade que não precisa sempre ser nomeada. De outro, algumas fãs não heterossexuais e/ou não cisgênero vão interpretar que *não dar nome aos bois*, a não nomeação identitária, seria menos o reflexo de um *pensamento avançado deles*, e mais uma estratégia de marketing para não perder a audiência de mulheres heterossexuais. Embora essa ideia possa ser levada em consideração enquanto uma possibilidade, tomando o interesse de mercado como um influenciador, mas não determinante, ela ainda parece limitada e, com as novas produções que têm vocalizado identidades sexuais, não parece mais ser uma resposta satisfatória. Além disso, ainda que não exista uma marcação identitária em grande parte das séries *boys love*, há tanto mulheres heterossexuais quanto homens gays e mulheres bissexuais²⁶⁷ que as nomeiam como produções LGBT+ ou com efeitos representativos para esse grupo.

Quando participei de uma discussão que girava em torno desse tema comentado pela Central Boys Love, e argumentei sobre o que havia de interessante na manutenção de certa incerteza e dúvida sobre a sexualidade alheia nas séries *boys love*, Ariel se juntou ao diálogo discordando de mim, pois, *assumir-se também é um ato político*. Segundo ela, eu estaria me referindo a uma sociedade em que *não seriam necessários rótulos*, o que não se aplica a nossa realidade ocidental, e, por extensão, à tailandesa. Segui concordando com seus argumentos, mas colocando algumas observações na tentativa de relativizar a prática de assunção de identidades sexuais. Respondo-lhe que a depender do contexto, sim, assumir-se é um ato político. Ativistas tailandeses têm sido incisivos quanto ao fato

²⁶⁷ Homens gays ou bissexuais e mulheres bissexuais foram os grupos com os quais, eminentemente, interagi durante a pesquisa. A maioria demonstrou ser cisgênero e asexual, com a exceção de uma membra do BSW, que se identificou como assexual, e de uma usuária do Twitter, que passei a seguir e observar, que se identifica como homem trans. O questionário quantitativo demonstrou, ainda, que a maioria do público consumidor de séries *boys love* é formado, primeiramente, por mulheres bissexuais e, secundamente, homens gays, ambos cisgêneros.

de que incorporar uma pauta LGBT+ às séries *boys love* é muito importante do ponto de vista de incentivar o avanço político desse grupo, e elas não serem mais que um meio de exploração, sem compromisso ético-político. Mas também não se nomear pode ser político, e isso também vai depender do contexto. Não existe uma fórmula padrão no trato da sexualidade que deve ser aplicada independentemente do contexto sociocultural. Ariel finalizou reforçando um discurso binário, muito simplista, segundo o qual, *assumir-se ou não são ações políticas* — e quanto a isso, concordo. Mas ela reduz a primeira a *um ato contra o status quo*, e a segunda, *a não fazer nada, um ato a favor do status quo*. Não existe meio termo, não existe contexto. Assumir-se ainda figura como mote central, pouco importa as vulnerabilidades simbólicas e materiais às quais alguém será exposta quando o fizer. Tampouco considera-se os efeitos de sentido do silêncio e da ambiguidade.

Dessa forma, vemos peremptoriamente a defesa de uma política de identidade, na qual a atribuição de *rótulos* estrategicamente tem uma importância social e, nesse caso, política para a comunidade LGBT+. Está em suspenso se os atores são ou não heterossexuais. A atenção está na dimensão simbólica, dos efeitos discursivos, materiais, e da representação. Não podemos desvencilhar esse posicionamento da realidade das pessoas LGBT+ na Tailândia. Nesse caso, optar pela nomeação mais que por uma suposta fluidez do desejo responderia melhor às necessidades daquele grupo, assim como atenderia aos anseios e perspectivas ocidentais sobre gênero e sexualidade.

A maioria dos comentários, no Reddit, defendia que a publicação de Saint não era devidamente explícita para significar uma saída do armário, tinha mais a ver com uma mensagem de apoio à comunidade LGBT+ que com uma suposta assunção sua como um de seus membros. O ponto de vista de Ariel, entretanto, encontra ressonância em dois comentários. Respondendo a uma publicação que questionava se Saint* Suppapong Udomkaewkanjana estava ou não fazendo um *coming out*, Bless avalia assim toda a discussão: *eu sinto que todos os comentários sobre não vamos presumir a sexualidade de alguém são propositalmente obtusos, lol*²⁶⁸. *É por isso que as pessoas podem passar a vida inteira em um armário de vidro, porque as pessoas seriamente ignorarão tudo.*²⁶⁹ (Comentário no Reddit, 28 jun. 2021, tradução minha). A seu turno, Cris se coloca da seguinte maneira: [...] *eu entendo a perspectiva do “não é da conta de ninguém”* [a

²⁶⁸ Forma curta de “laughing out loud”, em inglês, que significa “rindo alto”.

²⁶⁹ “I feel like all the comments about let's not assume someone's sexuality are purposefully obtuse lol. This is why people can be in a glass closet all of their lives because people will seriously ignore everything.” (Comentário no Reddit, 28 jun. 2021).

sexualidade dos outros], *mas como uma pessoa gay, é bom descobrir que as pessoas que você admira ou são bem-sucedidas/figuras públicas são “uma de nós”*²⁷⁰ (Comentário no Reddit, 28 jun. 2021, tradução minha).

A complexa relação entre visibilidade e vivência da sexualidade de pessoas que passaram ou ainda estão na indústria *boys love* perpassa pela recorrente e denunciada ingerência das produtoras sobre esse campo da vida das profissionais. Tendo em vista esse cenário, as práticas de assunção da sexualidade de atores de séries *boys love* está completamente mediada por essa relação de regulação, sobretudo quando, como escreveu a Central Boys Love,

é preciso entender que a promoção de BLs se baseia em cima de criar uma ilusão para um público jovem (e em sua maioria feminino) de que esses atores podem ter algo a mais. Atuar fora das câmeras (em especial no BL tailandês), faz parte da indústria. Antes de fazer uma transferência de expectativas, é importante lembrar que como o BL é um mercado voltado para o consumo de mulheres jovens em seus países de origem, é comum que a maior parte dos atores seja heterossexual ou não assumido. Não se enganem: falas como “gênero não importa”, “na hora da cena senti algo” muitas vezes são apenas um script que os atores têm de seguir para impulsionar as séries.

Isso leva a momentos de atrito entre produtores e público quando atores gays são explicitamente preteridos (como ocorreu na audição de “2moons”). Em muitos países, o processo de se assumir no mercado de trabalho não é fácil. Diversos atores já falaram sobre *typecasting*. Não é comum, em especial na Tailândia, que celebridades falem explicitamente termos como gay ou bi. Expressões como gosto de garotos ou uma atitude simples de ter um namoro público costumam ser uma forma de se expressar sobre o assunto. Já conversamos anteriormente sobre como essa dinâmica de pressão social, expectativas de ocidentais e dentro das questões da indústria do treinamento, trabalham para que seja difícil que tenhamos atores assumidos. (LISTA..., 2021, grifos nossos).

Essa problematização já foi algumas vezes abordada em séries *boys love*, como no caso de *I Promised You The Moon* e *The Lovely Writer*²⁷¹, para citar as duas mais comentadas. O problema da assunção da sexualidade, então, está atrelado à crítica da vigilância e cerceamento da vida afetiva dos atores contratados e escalados para atuação em séries *boys love*, seja pelo contexto Tailandês, seja pelas exigências das empresas. As fãs

²⁷⁰ “[...] I understand the ‘it’s nobody’s business’ perspective, but as a gay person it’s nice to find out people you admire or are successful/public figures are ‘one of us’”. (Comentário no Reddit, 28 jun. 2021).

²⁷¹ The Lovely Writer (2021). MyDramaList, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/61275-lovely-writer>. Acesso em: 21 ago. 2022.

constantemente fazem essa correlação apontando para as diferentes vítimas dessa ingerência, que tiveram, por exemplo, de apagar fotos de antigos companheiros das redes sociais ou manter velados seus correntes relacionamentos e, por conseguinte, sua sexualidade. Não pude investigar se essas narrativas são comprováveis. No entanto, não está em questão sua veracidade. Sua existência já denota a amplitude que esse tema alcança e as maneiras encontradas para dar-lhe materialidade e potência denunciativa.

Essa problematização produz outra reivindicação: a presença de protagonistas abertamente LGBT+ nas séries *boys love*. Apesar de algumas produções terem um *casting* com atores abertamente não heterossexuais²⁷², ainda são uma minoria em relação ao todo. Fãs brasileiras defendem essa cobrança de um ponto de vista político, sugerindo que a representação não basta no nível simbólico, mas material, sendo ainda mais importante a contratação de pessoas não heterossexuais para atuação em produções de teor homoerótico. Entretanto, a disposição de atores LGBT+ nesses papéis exige uma análise do contexto social, profissional e político dessas produções. Ademais, há toda uma implicação com o distanciamento do *typecasting*, que consiste na circunscrição de artistas a um determinado tipo de papel. Assim, assumir-se LGBT+ pode ser não um atributo potencializador em suas carreiras, mas limitante, fazendo com que elas sejam resumidas apenas à interpretação de personagens LGBT+ (OPINIÃO..., 2020).

Não há indícios de que os atores que são reconhecidamente gays ou bissexuais tenham sofrido impactos negativos em decorrência da abertura de suas identidades sexuais. Até onde tenho observado, eles continuam ativos na indústria do entretenimento tailandesa, mas especificamente no elenco de séries *boys love*, como nos casos de Fluke* Natouch Siripongthon, Earth* Katsamonnat Namwirot e Plustor* Pronpiphat Pattanasettanon. Considero, preliminarmente, que a assunção da não-heterossexualidade não seja, neste momento em que a indústria *boys love* está, um elemento contraproducente às carreiras dos atores. Há outras variáveis que podem influenciar na fragilização de uma carreira como o tempo na indústria, seu grau de visibilidade e popularidade entre o público consumidor de séries *boys love*, o apelo de seu *ship*, a agência ou produtora à qual está vinculado. Todavia, ao observar que eles não têm entrada em produções não *boys love*, diferentemente de outros atores que não se identificam como

²⁷² Para uma lista com atores e atrizes tailandesas e filipinas abertamente LGBT+ de séries *boys love*, cf. LISTA..., 2021.

não heterossexuais, o *typecasting* reaparece, então, como tópico que pode oferecer alguma explicação para esse fenômeno²⁷³.

Existe um jogo contraditório de controle da vida afetiva dos atores e expansão da relação entre as personagens das séries *boys love* para além delas. Podemos ver um estímulo à continuidade da narrativa fora dos limites do ambiente ficcional, por meio das plataformas digitais, através das quais a ambiguidade da sexualidade dos atores será reforçada e comercializada como um produto. Temos aqui uma questão de marketing. É mais interessante e lucrativo criar um discurso de dúvida sobre a sexualidade alheia, estimulando a produção de conteúdos sobre as séries *boys love* e a comercialização de produtos, como *fan meetings*, que se sustentam pelo *shipping*. Diante disso, conforme a Central Boys Love,

a busca por representação e identificação (ou até mesmo da possibilidade dos *ships* serem “reais”) fazem com que o público busque falas ou hipóteses onde supostamente os atores se assumiram. A verdade é que frases como “amor não tem gênero”, “na cena foi bom” e “os lábios dele são bons” são na maioria das vezes um roteiro que os atores aprendem. (OPINIÃO..., 2020, grifos nossos).

Presumir ou brincar com a incerteza sobre o desejo dos atores constitui a prática de consumo de algumas fãs, sobretudo das membras do BSW. Segundo George (BSW), há ao menos quatro grupos de atores em relação às (in)certezas sobre sua sexualidade: (i) *os assumidos*, seja como gays, bissexuais ou pansexuais: Fluke* Natouch Siripongthon, Earth* Katsamonnat Namwirot, Plustor* Pronpiphat Pattanasettanon, Mew* Suppasit Jongcheveevat, PP* Krit Amnuaydechorn, Bruce* Sirikorn Kananuruk, Nutt* Witsarut Khakham; (ii) *os que dizem que não veem diferença*, referindo-se àqueles que nunca assumiram diretamente, mas também não negaram: Bright* Vachirawit Chivaaree, In* Sarin Ronnakiat; (iii) *aqueles que a gente acha que é gay, mas nunca falaram*: Ja* Phachara Suansri, James* Prapatthorn Chakkhuchan, Gun* Atthaphan Phunsawat; e (iv) *os dos rumores*: Earth* Pirapat Watthanasetsiri, Pod* Suphakorn Sriphothong e Nat* Natasitt Uareksit.

²⁷³ A pesquisa que deu origem a este trabalho não se concentrou nessa abordagem, embora acredite que seja um tópico transversal e cuja investigação possa trazer contribuições interessantes para a compreensão da indústria *boys love*.

Os terceiro e quarto grupos podem parecer próximos, mas não estão. Ao passo que os atores do primeiro são objeto de dúvida de George (BSW), os do segundo o são de outrem, cuja ambiguidade será interpretada e julgada factível ou não por terceiros — entre os quais ele se encontra. Já aqueles que *acha que é gay, mas nunca falaram* são os que, através de suas observações e mediação de pontos de vista do *fandom* sobre eles, incorporou a dúvida a si. Quanto aos *que dizem que não veem diferença*, não há muita atenção de sua parte, visto que a dúvida se produz menos em relação a suas concepções ou de outrem, e mais pela ambiguidade discursiva dos atores, sendo algo que não constitui matéria de discussão e atenção para si, perdendo em destaque para os demais grupos.

Assim, surge um questionamento: podemos pensar nesse fenômeno desde uma epistemologia do armário (SEDGWICK, 2007)? Como o armário é agenciado e flexibilizado na indústria de séries *boys love*, na relação de visibilização/invisibilização da sexualidade e dos relacionamentos de atores — ao mesmo tempo em que se estimula a ambiguidade do desejo, a incitação à dúvida, e a criatividade do *fandom* na produção de imaginários eróticos sobre e com os atores — a partir dessa aprendizagem e interpretação de um roteiro que ultrapassa os limites das séries *boys love* e manifesta-se no espaço público, sobretudo das plataformas digitais? Como o armário opera nesse contexto na qualidade de dispositivo (MISKOLCI, 2007; SEDGWICK, 2007) de regulação da vida social, em geral, e do consumo de séries *boys love*, em específico? Não obstante haja motivações econômicas e publicitárias por trás desse fenômeno, este se caracteriza por não se tratar mais de esconder, mas de produzir incerteza, não de incitar o discurso por meio da confissão, mas opor-se a ideia mesma de revelação. Esse armário não se baseia mais no segredo e na vida dupla ou, como alternativa de segurança, não evita quaisquer consequências nas esferas pública ou familiar do desvelar da sexualidade (MISKOLCI, 2007). Mesmo mantendo as instituições e os valores da cultura heterossexual (BERLANT; WARNER, 1993), pode ele produzir desvios no regime de produção de identidades normativas?

3.4 IDENTITARISMO CONTRA A MERCANTILIZAÇÃO DA IDENTIDADE

Como afirmam Fry e MacRae (1985, p. 57), a “ambiguidade é sempre uma possível fonte de criatividade.” O Eros e o erótico nas séries *boys love* estão intimamente constituídos pelo apelo à ambiguidade representada nelas. Todavia, a discussão que envolve essa questão e demais, sobre política e representatividade, discutidas anteriormente,

encaminham-nos para outra: a da produção de discurso de autoafirmação identitária como um recurso que deveria ser indispensável, segundo algumas fãs, em qualquer produção destinada ao público LGBTQ+ ou que almeje representá-lo.

No Brasil, há um movimento LGBTQ+ muito engajado e reconhecido internacionalmente, voltado para a valorização do essencialismo estratégico (SPIVAK, 2010) como um recurso político indispensável à consecução de sua agenda (VALLE DE ALMEIDA, 2009). No entanto, a representação de pessoas não heterossexuais e/ou não cigênero, nas mídias tradicionais, ainda não está a contento do movimento. Países, como a Tailândia, estão veiculando, diuturnamente em seus canais abertos, ainda que em horários mais tardios e com certa censura de conteúdo sexual, romances homoeróticos masculinos. Parte do *fandom* brasileiro, assumindo a importância, para si, da identidade e de sua assunção, tem cobrando um posicionamento identitário, exigindo que as personagens se autoafirmem por meio do léxico de termos LGBTQ+ nas séries *boys love*. Esses reclames se sustentam não apenas na noção de sexualidade como identidade, mas como propriedade.

Segundo Augusto, um fã no Twitter, não bastam declarações do tipo *gosto de meninos* ou *gosto dos dois*, as mais comuns nas séries *boys love* tailandesas. Estas deveriam ser *mais assertivas* como as séries *filipinas* que, diferente de outros países asiáticos, destacam-se na abordagem da sexualidade com afirmações do tipo *sou gay* ou *sou pansexual*. A assertividade buscada no enquadramento da sexualidade caminha ao lado da cobrança pela representação do beijo entre os casais nas séries *boys love*. Ambas as demandas são indissociáveis da forma como a política de representação LGBTQ+, baseada na tradição ocidental do *coming out* e do orgulho, desenvolveu-se na história das subculturas sexuais e de gênero. A vontade de saber (FOUCAULT, 2017a) e enquadrar exige a assunção da sexualidade no discurso como se fosse uma confissão. Os efeitos de sentido da representação parecem precisar de uma força a mais, como se a dúvida sobre a sexualidade alheia fosse um problema e a palavra, mais que a experiência, fosse necessária para instaurar o gay, a lésbica, a bissexual ou a pansexual. A incerteza e o devir devem ser contidos em busca da estabilidade da definição.

Quando questionado, por Aruna, se ele realmente achava que as séries *boys love* eram para LGBTQ+ — uma vez que elas não seriam voltadas para eles, e se quisesse representatividade, apresentar-lhe-ia produções *queers incríveis* — Murilo replicou argumentando que *as personagens vivem um relacionamento não heterossexual*, embora

muitas delas *não tenham sido feitas para serem representativas para pessoas LGBTQ+*. Leandro entrou na conversa e ofereceu um exemplo deveras interessante para fundamentar o raciocínio de que não é possível desvincular a noção de representação LGBTQ+ das séries *boys love* em razão de *quem escreve ou do público alvo não ser gay*. Segundo ele, como seria se um dia comesse a escrever *histórias sem sentido algum sobre relacionamentos heterossexuais*, para o público gay, e chamasse-as de *straight love*, impedindo qualquer objeção de pessoas heterossexuais, porquanto aquela mídia não foi pensada para elas?

Com base nessa curta discussão e no que observei espaçadamente entre o *fandom*, relacionamento entre duas pessoas do mesmo gênero deixa de ser apenas um relacionamento homoerótico, mas uma propriedade de pessoas gays. Assim sendo, não se permite a representação do homoerotismo sem respeitar essa propriedade coletiva por meio da interpelação ou imputação de uma sexualidade bem definida às sujeitas. O homoerotismo foi registrado como experiência de pessoas gays, bissexuais e pansexuais. Ela não pode ser vivida sem a incorporação de uma identidade *a priori*. Temos, então, o exercício da sexualidade comoditizado, transformado em produto e com um guia de uso. Não estou, de forma alguma, dizendo que elas estejam certas ou erradas. A exigência por representatividade tem forte substrato no contexto político brasileiro e na formação da agenda LGBTQ+ internacional.

Talvez, seja mais interessante pensarmos esses discursos como um movimento de reapropriação da sexualidade de *um uso para o lucro*, sem compromisso com uma representatividade completa. O problema, como pude constatar, não está no lucro de empresas com *nossa sexualidade*, mas em uma forma de representação de desejos e sexualidades não heterossexuais que ignora o assumir-se como premissa política básica de toda experiência LGBTQ+. Todavia, esses posicionamentos pela salvaguarda da identidade como propriedade privada não me parecem muito diferente de seu uso como commodity pelo capitalismo e pelo governo tailandês. Como, então, fazer uma crítica às apropriações identitárias, sejam quais forem, de onde e de quem partirem, sem reforçar sua reprivatização nesse processo?

Notamos, pois, que a importância das personagens se autoidentificarem como LGBTQ+ se insere no processo de politização explícita das séries *boys love* reivindicado por algumas fãs brasileiras. No entanto, as opiniões sobre o assunto não são homogêneas. Ese

foi mais um dos tópicos sobre os quais conversei com Lourenço em 8 de fevereiro de 2021. Acerca do tema da autoidentificação, muito diretamente, Lourenço se manifestou assim:

Olha, não acho tão importante fazer autoafirmação desse jeito, não. Acho que a vivência já explica por si só. Se você é um cara que fica com outro cara, precisa verbalizar que você é gay? Se você fica com homem e mulher, tem que verbalizar que é bi? Tipo, [é] só fazer [a] assimilação. Acho que os dois são importantes, mas cabe a cada um saber o que é mais confortável para si. Pessoas heterossexuais não precisam ficar se afirmando o tempo todo, por que nós temos? (Mensagem privada via Twitter, 8 fev. 2022).

Não obstante haja todo um questionamento sobre as séries *boys love* serem ou não conteúdo LGBTQ+, essa diferenciação parece irrelevante para Lourenço, que dirige sua atenção aos efeitos de sentido que elas provocam nele, nas pessoas não heterossexuais e/ou não cisgênero e no público mais amplo — cisgênero e heterossexual. Nesse caso, os atos encenados — podemos tomar os beijos ou as trocas de olhares como exemplo — valem mais que uma assunção direta da sexualidade, embora esta não perca sua importância política. No entanto, os efeitos da representação não se inscrevem apenas no domínio do que é dito, mas, antes e sobretudo, do não dito, uma vez que os silêncios, em sua multiplicidade, “[...] são parte integrante das estratégias que apoiam e atravessam os discursos.” (FOUCAULT, 2017b, p. 31). Lourenço, todavia, parece pressupor que existe uma verdade na prática, disposta à apreensão objetiva, quando sugere que é preciso *só fazer a assimilação* e faz uma correlação com as *pessoas heterossexuais*. Se, para umas, pronunciar-se surge como exigência para a fixação de uma identidade e representação completa, para outras, um gesto vale mais que mil palavras. Ao fim e ao cabo, ambas partem de uma perspectiva essencializada do desejo, da instrumentalização do dispositivo da sexualidade (FOUCAULT, 2017a) e da matriz de inteligibilidade de gênero (BUTLER, 2008), sempre remontando a uma identidade, embora com seus diferentes graus de flexibilização.

3.5 O *HOT*, O BEIJO E A NORMALIZAÇÃO: O DILEMA DO *SKINSHIP*

Os pleitos pela representação identitárias na séries *boys love* também caminham com a discussão sobre a representação do toque íntimo entre as personagens, o famoso *skinship*, que vai do beijo às cenas de sexo. O *fandom* brasileiro recorrentemente traz à baila essa discussão, seja em comentários sobre um *beijo ruim*, ou sua ausência em alguma série, ou

a inexistência de *hot*, como emicamente as fãs nomeiam as cenas de contato sexual (ARTIGO..., 2021). Esses debates são mais direcionados às produções sul-coreanas e japonesas. Estas conseguem ser ainda mais intensas na atenuação do *hot*, sendo mais comum *beijos de pato* — como as fãs chamam beijos que parecem selinhos, mas mais enrijecidos — e quase nenhum contato físico eroticizado. As tailandesas, embora sejam mais abertas ao beijo e ao *skinship*, vira e mexe tem a atuação de atores em cenas de beijos ou atividade sexual criticadas, seja igualmente por um *beijo de pato* ou disfarçado com jogo de câmeras, seja pelo engajamento não convincente nas cenas de sexo.

A correlação acima pode ser visualizada no tweet em que Murilo, desta vez, elabora uma crítica à ausência de beijos em algumas séries *boys love*, que parecem supor que as relações de gays e lésbicas seriam baseadas em *trocas de olhares e carinho no cabelo* — particularmente fazendo menção ao final de *Kieta Hatsukoi*, série *boys love* japonesa. Esse incômodo recorrente se segue de um direito outorgado de sentir-se incomodado com uma *obra lucrando com as nossas sexualidades, sem normalizar o beijo* (Murilo, 2 set. 2021) entre parceiras de mesmo gênero. A exigência da normalização reflete, em sua concepção, uma demanda básica, condição *sine qua non* de representações LGBTQ+.

A hipervalorização do toque, de um lado, dialoga, em alguns momentos, com uma noção ocidental de sexualidade e conteúdo audiovisual LGBTQ+: para mais de as narrativas enfocarem temas como preconceito e sofrimento, há um estímulo para que abordem o sexo, senão centralmente, com uma relevância não negociável nas produções para essa audiência. De outro, dialoga com noções políticas de *naturalização* e *representatividade* de pessoas LGBTQ+ na mídia. O beijo, em alguns momentos mais que o sexo, constitui-se em pedra angular que não deveria ser abstraída das séries *boys love*, pois o *beijo gay não é apenas um complemento na história, e a naturalização é necessária* (Murilo, 2 set. 2021).

No primeiro caso, podemos conjecturar uma forte influência das produções estadunidenses nesse imaginário, uma vez que o *fandom* não consome exclusivamente produções sul-asiáticas. Ainda que existam séries e filmes com conteúdo +18 produzidas em países do Oriente, e mais recentemente séries, incluindo as *boys love*, com maior exposição sexual, vi em grupos constantes reclamações sobre a *lentidão* de uma série que demora a mostrar *skinship* ou nem chega a tê-lo. Esse grupo tem um interesse lúdico na *pegação*, recebendo críticas quanto ao suposto engajamento superficial no consumo das séries *boys love* em razão dessa motivação. Essa reação também está relacionada ao hábito de leitura dos mangás e das *novels boys love*, que parecem ser mais explícitos em

conteúdos sexuais, o que incita uma comparação entre as representações feitas nas diferentes mídias — textual vs. audiovisual. Quando adaptados, principalmente se o forem para emissoras de TV abertas, como a GMMTV, essa literatura tem maior propensão a perder parcialmente sua característica de explicitude sexual.

Quanto a esse tópico, diante do comentário do diretor de *Love By Chance*²⁷⁴ e *Until We Meet Again*²⁷⁵, New* Siwaj Sawatmaneekul, sobre a veiculação das séries *boys love* nas plataformas digitais como um produto limitado ao sexo (O DIRETOR..., 2020) e os impactos disso na arrecadação de recursos por meio de patrocínios — segundo ele, algumas empresas evitariam fazer propaganda nas produções *boys love* para não serem vinculadas a conteúdos sexuais — algumas fãs apontam a influência do público ocidental na promoção dessa imagem das séries *boys love*.

Mais de seis anos que a Tailândia produz séries *boys love*. A maioria não tem nem beijo. Mas devido a algumas obras lançadas nos últimos dois anos, toda a indústria ficou conhecida como pornográfica. A quem podemos atribuir a autoria disso? Quem mais divulga o conteúdo a nível internacional? (Juliana, 15 jul. 2020).

Enquanto algumas fãs cobram representações mais fidedignas ao que seria uma cultura LGBT+ ocidental, com cenas quentes e beijos explícitos; outras veem um ponto positivo na abordagem das séries *boys love*, que focam mais na *construção do romance* que no *corpo*, diferenciando-se das narrativas ocidentais, sobretudo das estadunidenses. O romance, a representatividade ou até a sexualização dos personagens e atores podem ser objetos que influenciam no consumo das séries *boys love*, todavia independem um do outro, não são elementos presentes simultaneamente nelas. Mas são mobilizadores e mediadores do consumo a depender do interesse da espectadora.

Muito embora homens *gays* ou bissexuais do *fandom* também compartilhem da mesma opinião sobre a necessidade de mais contatos físicos nas séries *boys love*, geralmente atribui-se essa cobrança pelo *hot* a um posicionamento de meninas heterossexuais, sejam brasileiras ou estrangeiras, as chamadas *fujoshi*²⁷⁶. Algumas delas, a seu turno, também relativizam a importância do *hot* e do beijo nas séries, que, embora

²⁷⁴Love By Chance (2018). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/27393-love-by-chance>. Acesso em: 2 nov. 2022.

²⁷⁵Until We Meet Again (2019). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/33506-until-we-meet-again-the-series>. Acesso em: 2 nov. 2022.

²⁷⁶ Forma pela qual são identificadas e autoidentificam-se algumas mulheres fãs do gênero literário e audiovisual *boys love*.

seja apreciado, *em algumas histórias não faz falta*, levando-se em consideração, antes de tudo, a *história, enredo, atores, pois tem várias séries que não têm isso e são muito boas* (Mônica, 2 set. 2021). Isso não quer dizer que elas não vibrem *sempre que rola um beijo* ou não esperem que aconteça, mas não é o elemento principal que mobiliza sua atenção. Sem desconsiderar que o *corpo* deve estar presente de alguma maneira, preferem uma presença mais sutil, sublinhando uma possível incoerência daquelas que supervalorizam esses atributos e ignoram *outras coisas sentimentais*, dando mais atenção a séries *boys love* com cenas quentes que com *histórias boas*.

Todavia, este último grupo é visto com desconfiança por fãs LGBTQ+ que defendem o *hot* e o beijo, seja por questões políticas ou de entretenimento. Elas são geralmente acusadas de preconceituosas — por sua suposta homofobia velada — e completamente alheias à pauta LGBTQ+, à *importância do beijo gay* e ao seu simbolismo para esse grupo. A defesa da qualidade da história em sobreposição ao beijo e ao sexo é corriqueiramente levantada, e o sentimento que isso passa a algumas fãs relaciona-se a uma ideia de *puritanismo* e *distanciamento do real*. Mas aquelas que deslocam atenção demasiada ao *skinship*, sejam ou não *fujoshi* — mas com atenção para estas últimas — tendem a ser encaradas como fetichistas, pois seriam

[...] *mulheres héteros com fetiche homossexual, que estão alheis à luta LGBTQ+ e não sabem o que as séries boys love realmente deveriam representar, elas só pensam em sexo. Nada mais importa, daí a gente vê várias séries boys love com romantização de estupro* (Aila, 14 jul. 2020).

No segundo caso, lida-se com a politização das séries *boys love* e sua influência na aceitação de pessoas LGBTQ+ e no apoio à agenda desse movimento tanto nos seus países de origem quanto internacionalmente. Nesse sentido, a atenção estará mais no beijo como um aspecto constitutivo e irremediável da afetividade entre duas pessoas do mesmo gênero — neste caso, dois homens. Defender o beijo, assim, não se trata de reduzir a história a ele ou ao *hot*, mas defender sua necessidade em termos políticos, e não meramente recreativos. É a defesa de uma representação mais próxima da realidade, *pois por mais que seja uma série, ela está retratando um relacionamento, e é muito difícil um relacionamento se manter com troca de olhares e cuidar de personagem que se machuca* (Victor, 2 set. 2021). Do contrário, a *série sem beijo* fora ficar incompleta, ainda mostra que *não tem real interesse em ser representativa para homens LGBTQ+* (Murilo, 3 set. 2021).

Não obstante o preconceito e o conservadorismo ainda sejam determinantes na representação do *skinship* nas séries *boys love*, há também especificidades culturais, políticas e técnicas (UMA ACUSAÇÃO..., 2021) — como possíveis limitações sobre o tempo dos beijos e até mesmo sobre práticas locais de demonstração de afeto que são incompreensíveis para o público ocidental, como o *sniff kiss*²⁷⁷ — que modelam e mediam a produção de doramas em geral, especialmente os sul-coreanos (*K-dramas*), no que concerne ao capital erótico (ARTIGO..., 2021). Acredito que aspectos como a produtora, o canal, a plataforma de veiculação do produto e o horário são fatores que também influenciam na expressão e intensidade do *skinship* nas séries. Isso explica, por exemplo, o fato de produções da GMMTV serem mais econômicas em toques e as de plataformas de streaming ou outras produtoras serem mais expressivas (ARTIGO..., 2021) — com exceção das sul-coreanas e japonesas, que tanto para TV quanto para as plataformas digitais são parcimoniosas no *hot* e no *skinship* — o que não é necessariamente uma regra.

Isso pois, em 22 de novembro de 2022, no *GMMTV 2023 Diversely Yours*, evento de lançamento do conteúdo previsto para o próximo ano, entre as oito séries *boys love* — *Last Twilight*²⁷⁸, *Cherry Magic*²⁷⁹, *Only Friends*²⁸⁰, *A Boss And A Babe*²⁸¹, *Hidden Agenda*²⁸², *Cooking Crush*²⁸³, *Dangerous Romance*²⁸⁴, *Our Skyy 2*²⁸⁵ — e a primeira série *girls love* — *23.5*²⁸⁶ — da produtora e emissora, com temáticas mais comuns e desenvolvimentos previsíveis, estava uma que fugia à regra. Com aparentemente muito sexo, dilemas amorosos e uma abordagem sobre *relacionamentos tóxicos*, segundo o diretor Jojo*

²⁷⁷ Em tradução livre, pode ser “beijo de cheiro”, uma forma comum entre os tailandeses de demonstrar afeto por outra pessoa, seja entre uma mãe e seu filho ou namorados (THE SNIFF..., 2015).

²⁷⁸ *Last Twilight* (2023). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/743923-last-twilight>. Acesso em: 30 nov. 2022.

²⁷⁹ *Cherry Magic* (2023). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. <https://mydramalist.com/743929-cherry-magic-thailand>. Acesso em: 30 nov. 2022.

²⁸⁰ *Only Friends* (2023). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/743919-only-friends>. Acesso em: 23 nov. 2022.

²⁸¹ *A Boss And A Babe* (2023). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/743907-a-boss-and-a-babe>. Acesso em: 23 nov. 2022.

²⁸² *Hidden Agenda* (2023). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/743911-hidden-agenda>. Acesso em: 23 nov. 2022.

²⁸³ *Cooking Crush* (2023). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/743913-cooking-crush>. Acesso em: 23 nov. 2022.

²⁸⁴ *Dangerous Romance* (2023). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/743921-dangerous-romance>. Acesso em: 23 nov. 2022.

²⁸⁵ *Our Skyy 2* (2023). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/743931-our-sky-2>. Acesso em: 23 nov. 2022.

²⁸⁶ *23.5* (2023). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/732637-23-5-degree-the-world-incline>. Acesso em: 23 nov. 2022.

Tichakorn Phukhaotong²⁸⁷, *Only Friends* causou fortes emoções no *fandom* brasileiro e internacional. Se, com base em comentários de fãs no Twitter, parte do *fandom* internacional não gostou do enfoque considerado exageradamente sexual, as fãs no Brasil prontamente demonstraram interesse e ansiedade *para ver essa putaria* (Fábio, 22 nov. 2022). O que mais causou discussão entre essas, diferente daquelas, foi o novo parceiro de *ship* de Neo* Trai Nimitawat, Mark* Pakin Kunaanuvit, e a consequente formação de um novo *ship*: *NeoMark*. Essa mudança gerou incômodo nas fãs brasileiras que tinham uma preferência pelo *ship NeoLuis*, criado na série *Fish Upon The Sky*, mantido em *The Eclipse* e descontinuado em 2023.

É comum também algumas séries *boys love* terem uma versão sem cortes (*uncut*). Esta geralmente é disponibilizada em plataformas de streaming, quando elas são veiculadas tanto nos canais abertos da TV tailandesa quanto em plataformas digitais. Até onde alcançam minhas informações, as versões sem corte de conteúdo sexual não são disponibilizadas no YouTube, sendo *censuradas* pela plataforma, segundo alguns *fansubbers*. Alguns exemplos de séries com versão *uncut* foram *KinnPorsche*²⁸⁸, *Unforgotten Night*²⁸⁹, *Love Mechanics*²⁹⁰, *Check Out*²⁹¹ e *Between Us*²⁹². Quanto a sua transmissão na TV aberta, ainda que não tenha como verificar diretamente, acredito, subscrevendo relatos de minhas interlocutoras, que as versões mais sexualmente sensíveis das séries estão apenas disponíveis nas plataformas de streaming.

Tauan, brasileiro que reside na Tailândia, com quem já conversei em outra ocasião, sublinhou que, devido ao sistema ditatorial, *tudo é muito controlado na TV comum* (30 nov. 2022). Mesmo sem assistir à *TV comum* tailandesa, consumindo mídia majoritariamente

²⁸⁷ Em seu Twitter, dois dias depois do evento da GMMTV, Jojo retweetou e respondeu a um tweet que questionava: *por que séries boys love tailandesas têm que ser tão obcecado por conteúdo sexual?* (23 nov. 2022). O tweet criticava *Only Friends*. O diretor e escritor então respondeu: *entendo a pressão da indústria boys love que foca na venda de sexo. Mas gostaríamos de dizer, porque é um clipe da nossa série. No centro de todo nosso trabalho está o relacionamento tóxico. O sexo é uma das partes que afeta as amizades, as famílias e a sociedade. Digamos apenas que #OnlyFriendsSeries tem mais a oferecer do que sexo.* (24 nov. 2022). Essa interação e as respostas que a seguem intergram e reforçam a controvérsia da representação do sexo nas séries *boys love*.

²⁸⁸ Produzida pela iQIYI e transmitida pelo canal One 31 e pela plataforma produtora.

²⁸⁹ Produzida pela Y.entertainment e transmitida pelo canal GMM25 e pela plataforma GagaOOLala.

²⁹⁰ Produzida pela... e transmitida pela plataforma WeTV, que disponibiliza a versão completa apenas para assinantes do plano VIP, e a com cortes do diretor (*director's cut*) gratuitamente.

²⁹¹ Produzida pela 9Naa Production e transmitida pelo canal Amarin e pela plataforma iQIYI. Há duas versões da série na iQIYI: a versão para TV e a versão sem cortes. Os três primeiros episódios da versão para TV estão disponíveis para acesso gratuito; os episódios da versão *uncut* só podem ser acessados com a assinatura do plano VIP.

²⁹² Produzida pelo Studio Wabi Sabi e transmitida pelo canal One 31 e pela plataforma iQIYI.

por plataformas de streaming — vistos como uma preferência muito forte entre os jovens — afirma que *tudo que passa na TV comum, seja hetero ou gay, sempre será menos explícito* (30 nov. 2022). O *fansubber* Guilherme afirmou que *geralmente as versões que vão para TV são censuradas mesmo, e as versões sem corte têm sido um atrativo cada vez mais frequente para os streamings* (6 dez. 2022).

Certas da multiplicidade de fatores que podem influenciar a dimensão de exposição sexual das séries *boys love*, argumenta-se sobre a impossibilidade de alcançar as várias causas em jogo nessa relação. Contudo, parte do público brasileiro tende a medir as produções de lá com nossas réguas, (des)considerando, em menor ou maior grau, as diferenças culturais. Nesse sentido, seria um equívoco *ver todas as boys love asiáticos com a mesma perspectiva e exigir as mesmas coisas quando os meios históricos, socioculturais e legais de cada país são completamente diferentes* (Beatriz, 25 set. 2021). E aí, o etnocentrismo aparece mais uma vez sutilmente, sobretudo quando, de suas experiências pessoais e localizadas, alguém afirma, endossando sua crítica em favor da politização das séries pelo beijo, que *a gente ainda tem que lutar para andar de mãos dadas na rua, e o povo querendo dizer que beijo não é importante* (Murilo, 2 set. 2021).

Apesar de o *skinship* poder também ser hipervalorizado nos relacionamentos heteroeróticos em conteúdos audiovisuais, assim não se apresenta justamente por ser uma prática naturalizada, uma vez que sobre as pessoas heterossexuais não paira o estigma da *promiscuidade* ou a redução do ser ao sexo *per se*. Não obstante, como expressou Tauan, nem mesmo a expressão da heterossexualidade na mídia escape da regulação estatal. As pessoas LGBTQ+, entretanto, são basicamente representadas através do enquadramento da libertinagem, porque *na realidade em que vivemos, boa parte das pessoas não vê um casal gay como um casal “normal” ou válido (no aspect sentimental, amoroso), veem mais como algo promíscuo, como se ninguém fosse de ninguém*. (Pha, 3 set. 2021).

A representação ocidental de histórias LGBTQ+ na mídia ocidental se estruturou no tripé *sexo, preconceito e sofrimento* (POR QUE..., [2020?]). Não se está aqui defendendo a despolitização das produções para e sobre esse grupo. Tampouco a exclusão do sexo como um elemento irrelevante. Sim, ele é importante nas representações de romance homoerótico masculino ou feminino, atravessa, para algumas pessoas, a constituição do afeto; mas também, sobretudo em se tratando de ficções LGBTQ+, não se deve reduzir as subjetividades dessa população às experiências em torno dele, muito menos daquelas em

torno do preconceito e do sofrimento. Seria o mesmo que advogar que toda produção com e sobre pessoas negras sempre dramatize a violência policial, a miséria e o racismo. Há vida a despeito das mazelas.

Não se pretende aqui arbitrar sobre que lado oferece uma demanda legítima. Mas mostrar as diferentes perspectivas sobre um tema que está longe de ter consenso formado, mesmo porque

Séries *boys love* com cena de beijo ou insinuando sexo é uma representação natural do que acontece entre casais, não equivale diretamente à sexualização. E nenhum drama é pior ou melhor por isso. Há séries boas sem nenhum beijo ou com muita pregação, como há também séries ruins com muita pregação e sem um bom plot e vice versa. (Jéssica, 26 set. 2021).

O beijo tem um papel político para muitas fãs, e mesmo o *hot* também o pode ter. Faz-se necessário, como argumentado por integrantes do próprio *fandom*, refletir como incluir esses aspectos nas séries *boys love*, de modo que não reduza as subjetividades LGBTQ+ a eles, superficializando suas vivências, reiterando exotismos e fetichismos, mas incorporando-os às narrativas de maneira orgânica, contribuindo para a naturalização do afeto LGBTQ+ na mídia. No entanto, isso deve ser feito com atenção às particularidades culturais de cada lugar, levando em consideração seus códigos sociais, e não por uma pressão ocidental que se baseia em sua agenda de política de gênero e sexualidade.

4 CONSUMO MORAL E ORIENTALISMO

Neste capítulo, discutirei como, em meio a experiência de consumo de séries *boys love*, existe uma regulação moral da forma como as fãs devem se comportar em relação a essas produções, a suas personagens e aos seus atores. Mostrarei como essa moralização do consumo está vinculada a práticas de diferenciação com o *fandom* asiático, notadamente o tailandês, que muitas vezes são acompanhadas de discursos orientalistas, que criam uma hierarquia valorativa entre as fãs brasileiras e as asiáticas, atribuindo às primeiras uma postura disciplinar em relação às últimas.

4.1 PEDAGOGIA DO *FANDOM* COMO FENÔMENO ORIENTALISTA

Em 30 de janeiro de 2022, aconteceu a *Destiny Clinic Good Health & Skin Beauty: Chinese New Year 2022 — Ohm X Nanon Live Seacon*, uma sorte de evento promocional da Destiny Clinic²⁹³. O evento, com a presença de Ohm* Pawat Chittsawangdee e Nanon* Korapat Kirdpan, foi transmitido pelo Facebook da clínica estética. Algumas fãs brasileiras e outras internacionais acompanharam o evento. No entanto, algo não saiu a seu contento. Quem acompanhou a *live*, no momento em que fãs da Tailândia foram tirar fotos com os *idols*, observou que supostamente havia uma distribuição assimétrica de atenção. Segundo elas, Nanon estava sendo mais requerido para fotos que Ohm, fazendo com que este fosse ignorado pelas tailandesas durante a sessão. Estela, uma fã brasileira que esteve em discussão direta com outras fãs tanto brasileiras quanto internacionais, tweetou uma parte do vídeo (45 s) argumentando que Nanon teria percebido que algumas fãs pediram para tirar foto consigo, e tendo observado isso, não deixou Ohm de lado e o puxou para que houvesse uma interação delas com os dois. O gesto foi interpretado como uma forma de cuidado de Nanon com Ohm.

O rápido compartilhamento dessa situação no *fandom* brasileiro e internacional — especialmente a partir do *tweet* de Estela, que afirmou ter sido arrastada para a discussão, porque seus vídeos foram usados na condução das críticas e respostas — obrigou as fãs tailandesas a se posicionarem, como foi o caso de Hanna:

Não tirem conclusões de um clipe/vídeo tão facilmente. Assim como uma tradução, vocês conhecem o significado, mas não conhecem o contexto da mesma forma que o

²⁹³ Clínica de estética tailandesa que comumente utiliza atores de séries *boys love* em suas publicidades.

vídeo, vocês acabaram de ver o que está nele, mas não sabem o contexto exato. Vocês poderiam perguntar antes de assumir por si mesmos e criar mal-entendidos. (Hanna, 30 jan. 2022, tradução minha).

O fato de o *fandom* ser um fenômeno de alcance internacional acarreta essas dificuldades que ela compara as de uma tradução. Tanto na linguagem como, mais amplamente, na cultura, esse tipo de dificuldade é comum e pode acarretar erros de interpretação do que outros, distantes social, cultural ou fisicamente, dizem ou fazem. É muito rico pensar nesses deslizamentos semânticos que ocorrem no *fandom*, quando se passa de um segmento dele a outro, principalmente de diferente nacionalidade e língua.

Um comentário particular chamou minha atenção por ser ilustrativo do que venho argumentando sobre as práticas de diferenciação do *fandom* brasileiro em relação ao tailandês. Ranthe, uma consumidora francesa de séries *boys love*, faz uma crítica ao *fandom* internacional no geral, que nos serve para pensar as implicações do público brasileiro neste fenômeno:

Acompanho a indústria tailandesa há cerca de quatro anos e muitas vezes vi fãs internacionais fazerem suposições apenas vendo o que está nas mídias sociais ou clipes curtos. Ver os fãs tailandeses tão tranquilos aqui no aplicativo do pássaro me fez acreditar que não houve nada de errado com o evento de hoje. (Ranthe, 30 jan. 2022, tradução nossa).

Ranthe também retweetou com comentário o *tweet* de Estela com uma exigência:

Fãs internacionais, por favor, parem de fazer suas próprias suposições se vocês não conhecem a situação completa ou nem participam dos eventos, ou então seremos fãs tóxicas mais cedo ou mais tarde. (Ranthe, 30 jan. 2022, tradução nossa).

Ela propõe um *détour* muito interessante: redireciona a expressão *fãs tóxicas* às fãs internacionais, pela prática de negação do e perseguição ao *fandom* tailandês. A toxicidade não é um elemento intrínseco às fãs orientais, podendo ser alternado e imputado a outras condutas que não tratem diretamente do gosto por temáticas ou práticas em torno do *shipping* ou *fanservice*. Mas que façam referência ao relacionamento entre *fandoms* e as relações de poder, a práticas e discursos que constituem essa interação.

A interpretação é pessoal, muito subjetiva, do vídeo do *fanmeeting* com Ohm e Nanon. Em minha análise, há muito poucas evidências que atestem, sem nenhuma

margem de desconfiança, a ideia de um suposto desequilíbrio de atenção entre um ator e o outro. Houve uma troca voluntária e acordada de lugar. Aos poucos, eles vão se acostumando à situação atípica de terem que tirar fotos com uma barreira plástica de segurança sanitária. Ambos estão deslocados. Ao mesmo tempo que ela dificultou a interação com as fãs, também exigiu deles criatividade nas poses, para, a nível de engajamento nas fotos, garantir uma interação o menos distanciada possível. Abaixo, uma descrição do que ocorreu em pouco menos de seis minutos reservado para interação entre as fãs e os atores, e que causou uma briga internacional.

A sessão de fotos se inicia. Ohm está contíguo a uma tela plástica transparente separando os atores das fãs, e Nanon, ao seu lado. A primeira, a segunda, a terceira e a quarta fãs tiram suas fotos ao lado de Ohm seguido por Nanon. A última toca na tela com a mão espalmada, Ohm e Nanon inicialmente confundem-se e acham que ela pede um toque. Mas é para um deles colocar a mão junto à dela, palma com palma. Ela não especifica quem deve fazer isso. Ohm entendeu o que era para ser feito e colocou sua mão aberta diretamente em frente à mão também aberta da fã. A quinta parece, a princípio, ao aproximar-se, apontar para Nanon. Ela faz um sinal com o dedo indicador e aproxima-o da tela, tocando-a e levando Nanon a fazer o mesmo. Depois dessa fã, Ohm troca de posição com Nanon, deixando este ao lado da tela de proteção. A troca foi voluntária, e não foi, pelo que pude observar, ocasionada por uma preferência das fãs tailandesas por Nanon, uma vez que as quatro anteriores tiraram as fotos com Ohm. Antes da troca, Nanon fala algo com Ohm, que assentiu com a cabeça. (Acredito que tenha sugerido trocar de lugar, mas é somente uma hipótese.) Eles trocam. A sexta também coloca o dedo indicador na tela, sendo “tocado” (lembramos da barreira plástica) por Nanon. A sétima faz a metade de um coração. Nanon puxa Ohm para completar a outra metade. O público vai à loucura. A oitava faz uma pose distanciada com os dois e depois “toca” o dedo indicador de Nanon sobre a tela. A nona aponta para as covinhas de Nanon, que se inclina, ficando bem próximo da barreira e puxa Ohm, que põe a cabeça sobre seu ombro. E o público vai à loucura. A décima coloca os punhos cerrados num sinal de “bate aqui”. Nanon e Ohm respondem fazendo o mesmo gesto em sua direção. Ela pede para que Nanon faça um coração, completando a metade dela, já que ele está ao lado da tela. Nanon o faz, e Ohm também, um inteiro com suas duas mãos. A décima primeira faz o mesmo símbolo de coração pela metade, Nanon completa-o com uma mão e, com a outra, faz um novo coração com Ohm. O público vai à loucura. O décimo segundo, um homem, tira uma foto sem interação direta com nenhum deles. A décima terceira faz o gesto de “toque” na covinha direita de Nanon, que puxa Ohm para perto de si. A décima quarta faz o gesto de coração incompleto. Nanon completa-o e faz outro com Ohm. A décima quinta tira uma foto apontando para Nanon, tanto ele quanto Ohm tocam suas bochechas com os dois indicadores. A décima sexta também coloca a mão espalmada sobre a tela. Nanon posiciona a sua sobre a tela e a de Ohm sobre a sua. A décima sétima pede para que Ohm e Nanon façam um coração juntos enquanto ela faz o gesto de apontar para a covinha de Nanon. Eles demoram um pouco a entender o que ela pede. O décimo oitavo, outro homem, toca a tela com a mão espalmada. Nanon coloca a sua sobre a dele, e Ohm faz uma pose com se estivesse rezando. A décima nona, e última fã, pede

para que Nanon troque de lugar com Ohm, ela tira uma foto com ele e depois com Nanon.²⁹⁴ (Diário de campo, 30 jan. 2021).

O envolvimento emocional de algumas fãs brasileiras com Ohm e Nanon superdimensionou a interpretação de uma situação que, de objetiva, não tem nada e ainda não fornece, para quem assiste, elementos contextuais — como o tempo que as pessoas tinham para tirar a(s) foto(s), o áudio e a tradução do que elas falavam com eles, por exemplo. Não estou interessado se houve ou não desequilíbrio de atenção, embora minha análise me leve a, senão negar essa hipótese, deixá-la em suspensão. Interessa-me observar como parte do *fandom* brasileiro aproveita esse acontecimento para exercer a diferenciação entre si e o *fandom* tailandês, fazendo julgamentos morais e ensinando (uma pedagogia) ao último como ser fã corretamente, posto que, como tweetou Estela, sintetizando a opinião de outras pessoas, *elas viveram meu sonho, mas de forma errada* (30 jan. 2022).



Parece-me existir, no *fandom*, uma forma de enquadrar séries *boys love* que fogem a uma estrutura tida como comum. Uma discussão sobre *Bad Buddy* revelou essa tendência em parte. Ao questionar se poderia existir algum interesse afetivo entre duas personagens que não foram projetadas como *main couple*, Pran e Wai²⁹⁵, uma pessoa comentou que essa hipótese pode surgir como um reflexo da ausência de casal secundário, cuja presença é algo comum nas séries *boys love*. Sou estimulado a concordar com essa observação à medida que outras projeções de relacionamentos são feitas no *fandom*, como em relação a Korn e Wai²⁹⁶ — personagens secundárias de *Bad Buddy*, que poderiam ter um desenvolvimento de casal, mas isso não aconteceu. Quando uma história foge das convenções, como a existência de casal secundário, as telespectadoras podem criar representações para suprir esse vazio. Nesse sentido, quem acha pode estar partindo mais

²⁹⁴ Para assistir ao vídeo a partir de 1h 06min, OHM X Nanon Live seacon. [S. l.: s. n.], 2022. 1 vídeo (1h 15min 42s.). Publicado pela página Destiny Clinic. Disponível em: https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=464635531967260. Acesso em: 16 fev. 2022.

²⁹⁵ Wai, interpretado por Jimmy* Jitaraphol Potiwihok, é amigo de Pran. Eles têm uma relação muito próxima, na qual Wai demonstra atenção e cuidado sobre Pran. Motivo suficiente para cogitar um triângulo amoroso, certa disputa de Wai e Pat por Pran no imaginário das fãs.

²⁹⁶ Korn e Wai estão em posições antagônicas, e por isso mesmo sugestivas de um desenvolvimento amoroso tal qual a relação de Pat e Pran. Korn é amigo de Pat e “inimigo” do grupo de Pran. Wai é amigo de Pran e “inimigo” do grupo de Pat. Segundo algumas fãs, havia tudo para um *enemies to lovers* duplo.

dessa necessidade de reinscrição do *script* numa lógica tradicional, dentro das convenções do gênero, onde há casal secundário ou uma “disputa” por alguém em um triângulo amoroso. Estas são convenções e tropos²⁹⁷ estereotipados, que marcam o *estilo boys love* com o quais *Bad Buddy* rompe.

A revista *Magdalene* publicou, em 1 dezembro de 2021, a matéria intitulada *5 razões pelas quais Bad Buddy é amado pelos fãs da série tailandesa* (FLORETTA, 2021, tradução nossa), na qual discorre sobre a popularidade da série. Parte das razões desse sucesso tem a ver com a quebra de paradigmas levada a cabo pela direção. Aof* Noppaharnach Chaiwimol, diretor de *Bad Buddy*, tem investido na desconstrução de alguns tropos estereotipados do gênero. Dos cinco motivos elencados, dois deles versam sobre essa abordagem diferente. O primeiro é a não representação de um relacionamento a partir da dicotomia *seme* (ativo/dominador) e *uke* (passivo/submisso). Como mencionado na matéria, “os personagens de Pat (Ohm) e Pran (Nanon) se apresentam como um retrato genuíno do relacionamento de um casal gay, com ambos vivendo uma relação igualitária sem que nenhuma das partes seja ‘protegida’ ou pareça frágil.”²⁹⁸ (FLORETTA, 2021, tradução nossa).

Quanto a esse ponto, em 15 de dezembro de 2022, um *tweet* de Cássio acendeu a discussão sobre a reprodução de um modelo heteronormativo de relacionamento — tanto nas *novels* quanto nas séries *boys love* — a partir do termo *esposa* frequentemente utilizado por um dos protagonistas do casal principal com o outro, motivo de incômodo para o autor do *tweet* e, como foi possível ver, de *antipatia* para muitas outras fãs. Segundo ele, não há por que utilizar o termo se se trata de uma relação entre dois homens. Pressupor que ali existe uma esposa e um marido seria um *rebaixamento* de gays que assumem a posição sexual de passivos à *delicadeza, necessidade de proteção e submissão a outro homem*. Entre as fãs que interagiram com o *tweet*, havia também as que viam essa nomeação como tão somente uma maneira de diferenciar ativos de passivos, mas sem necessariamente ser utilizado ofensivamente; achavam-na *fofa* e uma *tiração de sarro*; e

²⁹⁷ “Convenções de gênero são elementos da história, como arquétipos de personagens e eventos-chave, que são comuns de serem encontrados em um gênero específico. [...] Essas convenções não apenas definem cada gênero específico, mas também definem as expectativas do público de uma história nesse gênero. [...] Tropos (ou tropes, em inglês) são uma maneira específica de entregar ou apresentar convenções de gênero ou cenas obrigatórias em sua narrativa. São estabelecidas a partir da percepção geral de uma repetição narrativa ao longo dos anos, aparecendo em personagens ou no próprio enredo.” (ENTENDA..., 2022).

²⁹⁸ “Karakter Pat dan Pran hadir sebagai gambaran asli tentang hubungan pasangan gay dengan keduanya menjalani hubungan yang setara tanpa ada satu pun pihak yang harus “dilindungi” atau terlihat rapuh.” (FLORETTA, 2021).

que não se importavam quando utilizada como sinônimo de *querido* ou *meu bem*, mas sua opinião mudava quando significava *mulher da relação*. Em meio às várias respostas de outras fãs, surgia uma discussão sobre relativismo cultural, sobre o medo de *meter-se na cultura dos outros*, o sentimento de ambiguidade entre criticar e *respeitar a cultura deles*, mas ao mesmo tempo fazer a crítica e adaptar as traduções para o português, ao nosso contexto sociocultural-discursivo — onde obviamente a designação *esposa* não faz sentido como referência a um dos parceiros de uma relação homerótica masculina²⁹⁹.

O uso do termo *esposa* foi abordado muito diretamente no nono episódio de *Bad Buddy* com um desenvolvimento que confirma o compromisso de Aof com a descontinuidade de estereótipos de gênero nas séries *boys love*. Em uma das cenas desse episódio, eis o seguinte diálogo entre Pran e Pat:

(Pran) — Chamar-me de esposa faz você se sentir superior?

(Pat) — Por que você está tão sério? Tudo bem. Você pode me chamar de esposa.

(Pran) — Como você está se sentindo, esposa?

(Pat) — Estou muito com sede, marido.

(Pran) — Você entendeu agora?

(Pat) — É muito engraçado. Desculpe-me. Eu achei que isso mostraria que nós nos tornamos mais próximos.

(Pran) — Eu não estou chateado. Mas eu acho que já é próximo demais como nós estamos agora. Não é preciso chamarmo-nos de esposa e marido. Já fico corado o suficiente quando você me chama de seu namorado.³⁰⁰ ([ENG SUB]..., 2021, tradução nossa).

Não obstante o primeiro *tweet* comentado acima tenha gerado opiniões indiferentes quanto ao uso do termo e, até mesmo, posicionamentos em defesa e sugerindo que esse desconforto sobre sua utilização seja um problema ocidental, uma interpretação equivocada das fãs brasileiras sobre um aspecto cultural alheio; essa intervenção crítica

²⁹⁹ Essa situação social junto a outras enseja um interessante debate promovido pelo *fandom* sobre o relativismo cultural, seus limites e sua real necessidade quando tratam de fenômenos como o uso de esposa e as violências representadas nas séries. No entanto, não está no escopo deste capítulo discutir e analisar os sentidos produzidos sobre e atribuídos ao relativismo cultural pelo *fandom* brasileiro. Ao menos não neste momento.

³⁰⁰ "(Pran) — Does calling me wife make you feel superior?"

(Pat) — Why are you so serious? Fine. You can call me a wife.

(Pran) — So how are you feeling, wife?

(Pat) — I'm so thirsty, hubby.

(Pran) — Do you get it now?

(Pat) — It's quite funny.

(Pran) — You don't need to call us husband and wife.

(Pat) — I'm sorry. I thought it would show that we've become closer.

(Pran) — I'm not mad. But I think it's close enough as we are now. It's blushy enough when you call me your boyfriend." ([ENG SUB]..., 2021).

na série sugere o contrário, alinhando-se aos comentários das fãs que veem no seu uso a reiteração de posições simbólicas assimétricas entre casais.

O segundo motivo é a aposta em não antagonizar personagens mulheres, prática também muito comum nas séries *boys love* em que elas “se torna[m] o principal [motivo de] conflito na relação entre os personagens principais.”³⁰¹ (FLORETTA, 2021, tradução nossa). Esse aspecto já foi discutido por fãs em um tweet da Central Boys Love (BL TEM..., 7 ago. 2021): *BL tem tendência a vilanizar gratuitamente personagens femininas. Mas sempre tem aquelas que nos fazem acreditar que isso tá mudando.* Junto ao tweet seguem duas montagens com imagens de personagens mulheres que não estão incluídas nesse modelo de representação. Nesse sentido, esses pontos não passam batidos entre parte do público brasileiro, que não apenas aponta as recorrências, mas igualmente os novos investimentos em roteiros menos estereotipados.

Esse movimento de críticas constantes a diferentes aspectos das séries *boys love* marca sobremaneira a relação de consumo do *fandom*. Eu poderia recolher um *corpus* de tweets extenso que expressa e reitera essa recepção positiva do *fandom* em *Bad Buddy*. Ainda que essas mudanças não sejam extensivas a muitas produções, nem da ocorrência nelas determinante para o acolhimento do *fandom*, ou seja, para o engajamento em uma série *boys love*, essas atualizações vêm de um histórico de demandas creditadas ao *fandom* internacional por si mesmo. Uma vez que elas estão sendo colocadas em ação, as fãs brasileiras as veem como o resultado da escuta ativa do *fandom* pelos produtores e diretores tailandeses. A expansão transnacional das séries *boys love* e o aumento do consumo pelo público LGBT+ ocidental seria o principal motivo dessas transformações, uma vez que incongruência de certas representações e discursos com o ideário de gênero e sexualidade ocidental teria acarretado críticas a indústria *boys love* tailandesa. Desconsideram até mesmo qualquer influência do próprio ativismo LGBT+ tailandês. O *fandom* brasileiro, LGBT+ ou não, seria tanto mais escutado que as fãs tailandesas, que é um público eminentemente de mulheres heterossexuais do ponto de vista das brasileiras. Segundo estas, elas teriam uma maior inclinação ao fetichismo sexual e contribuiriam para a manutenção dos estereótipos, desde que satisfizessem seus fetiches, em vez de influenciar na mudança de tropos do gênero.

³⁰¹ “Karakter Pat dan Pran hadir sebagai gambaran asli tentang hubungan pasangan gay dengan keduanya menjalani hubungan yang setara tanpa ada satu pun pihak yang harus “dilindungi” atau terlihat rapuh.” (FLORETTA, 2021).

A partir desses conflitos, ações e reflexões morais, concluo que parte do *fandom boys love* exerce práticas de diferenciação do Oriente via consumo das séries, que (i) passam pela negação destas como produções LGBTQ+, por e para pessoas LGBTQ+; (ii) pela distinção moral entre as fãs brasileiras e as fãs asiáticas — sobretudo as (auto)denominadas *fujoshi*, tomando como central os embates em torno da sexualização dos atores — e exercício de uma vigilância moral, como observei e discorrerei sobre ele nas páginas seguintes.

4.2 REGULAÇÃO DO CONSUMO E DISCIPLINARIZAÇÃO DAS FÃS

Se eu te segui é você ou você segue. Estas palavras, acompanhadas do *follow* da conta Exposição Boys Love em 26 de janeiro de 2022, eram o prelúdio do *exposed* (exposição) que, como estava em sua descrição, quem foi seguido — ou alguém que essa pessoa segue — sofreria. Um perfil criado nesse mês (janeiro de 2022), com 43 seguidores e seguindo 47 contas. Não havia foto no perfil. Não havia foto de capa. Não tínhamos nenhuma seguidora em comum. E como cheguei a ele? Um *tweet* aleatório me despertou curiosidade. Mônica tweetou que o *fandom* que lê *fanfics* +18, faz e curte *edits* e *fanarts* eróticas, é o mesmo que se indigna com um simples desenho. Seu texto já me dava algum contexto: uma tensão percorria o *fandom* em amplitude. Ao ler as respostas, situei-me melhor quanto ao que poderia estar acontecendo, mas ainda muito na dimensão hipotética. O que consegui apreender foi que alguém havia feito um *exposed* de Mônica com base em um desenho de sua autoria. Sua publicação adiantava que ele tinha um teor sexual, mas não dizia muito mais.

Curioso, decidi acessar seu perfil. Estava determinado a procurar mais informações, tanto pela dimensão da fofoca, de me localizar no *fandom* em relação a suas querelas, quanto pela dimensão científica — aquilo poderia ser importante para minha pesquisa. Na sua página, compreendi o que de fato tinha acontecido. Minhas suspeitas estavam corretas, mas não cheguei a imaginar sua intensidade tanto quanto sua repercussão. Exposição Boys Love havia seguido Mônica, que inclusive retweetou um dos *tweets* que dava uma dica sobre qual seria a conta/pessoa exposta: *é OhmNanon stan e não é famosinho*. Em seguida, ela retweetou outro em que afirmava: *gente, eu nunca iria sexualizar os OhmNanon, pelo amor de deus, era só uma brincadeira de desenhar*. Tratava-se de um vídeo compartilhado que acompanhava um texto mencionando-a: *aqui é que entra a bonita que vocês tanto idolatram aka Mônica! Não sei o user dos outros que tavam*

jogando nesse dia, mas gente, plmds³⁰², a mina desenhando essas porras e ainda é amiga desse cara da mente totalmente problemática. O vídeo era de um desenho, aquele mencionado na publicação que me fez fazer esse percurso investigativo. O desenho era *PatPran pelados*. O cara mencionado era Nicolas. Ambas eram amigas e fãs do atores Ohm* Pawat Chittsawangdee e Nanon* Korapat Kirdpan. O *exposed* foi feito com o material decorrente de uma brincadeira entre elas, na qual uma tinha que desenhar o que a outra mandasse. O desenho de palitos de *PatPran* sem roupa foi o pedido de Nicolas à Mônica, que o teve que realizar diante das regras do jogo. Havia ainda os prints do grupo no WhatsApp do qual Nicolas fazia parte. Nessas imagens, ele fazia comentários como *o Nanon cansadinho depois de ter *** à noite toda; a boca que o Ohm beija, não só beija como faz outras coisas.*

A Exposição Boys Love tweetou uma sequência de nove *tweets* na qual expunha, em tom denunciativo, comentários de Nicolas sobre *OhmNanon*. Com base em dois vídeos — um com o desenho, e o outro com os áudios de uma conversa — e em cinco *prints* de conversas no WhatsApp e publicações no Twitter, tentava desmascará-lo junto com Mônica: *seja bem vindo ao seu exposed Nicolas. Aproveitem aí e revejam quem vocês seguem também.* Após uma atenta leitura das “provas do crime”, não vi nenhum grande motivo para aquele tamanho escarcéu. Mas a linha entre imaginar os atores e suas personagens em contextos sexuais para além do ambiente ficcional da série, *em situações normais*, denota algum perigo implícito na prática, sendo passível de um julgamento moral quem o faz. Algumas fãs dão a entender que essa prática e a sexualização ocupam o mesmo lugar semântico.

Os posicionamentos do *fandom* se dividiram entre críticas às acusadas — consideradas *estranhas e nojentas, ridículas e fetichistas* — e críticas ao *exposed* — visto como *desnecessário, mixuruca, falta do que fazer*. No entanto, o alcance dos *haters* parece desconhecer limites. Alguém próxima à Mônica recebeu, do perfil @k4hbbs (conta logo desativada), mensagens diretas (*direct messages* — DM), questionando se ela não deixaria de seguir os expostos e, entre agressões verbais, fez um pedido e expressou um desejo: *se mata, faz um favor para humanidade. Espero que você morra, e eles juntos.* Mônica tweetou

³⁰² Abreviação para “pelo amor de Deus”.

o *print* dessas mensagens e questionou: *vocês mandam as pessoas se mat4rem*³⁰³ *na internet como se não fosse nada. Qual o problema de vocês?*

Algum tempo depois, tentei acessar os perfis de Mônica e Nicolas, e o resultado era de contas inexistentes. Elas provavelmente tinham desativado seus perfis até a poeira baixar. Quando isso não ocorre, o *user* (@) pode ser alterado. Mas, neste caso, suas páginas dão o mesmo resultado que aquela de @k4hbbs, que foi desativada anteriormente. Tal qual os tweets e retweets de Mônica junto com sua conta, a sequência feita pela Exposição Boys Love, com mais de 100 retweets e 73 curtidas, também desapareceu, ou seja, foi apagada, restando apenas as respostas de outras fãs. Diante do que foi exposto, não restam dúvidas para este pesquisador de que Mônica e Nicolas foram vítimas de um linchamento digital e agressões morais. A ação de autossilenciamento de Mônica e Nicolas era algo esperado como uma das reações possíveis em situações de linchamentos digitais (RECUERO, 2013). Não obstante Mônica não tenha se absterido de se defender, suas ações não a encaminharam para uma discussão acalorada (*flaming*) (DONATH, 1999; KIESLER; SIEGEL; MCGUIRE, 1984). Mas, antes de silenciar-se, utilizou seu direito de defesa, e colocou em perspectiva o caráter da agente do exposed, que não seria tão melhor do que as pessoas que ela estava expondo, justamente pela forma da crítica, mas também de fãs que sugeriam suicídio a terceiros e enviaram a Mônica e a Nicolas discursos de ódio.

Como observou Freitas (2017) e pode ser visto atualmente nos ambientes digitais, em situações de linchamento digital e agressões por discursos de ódio, o anonimato das usuárias é um elemento constante. A sensação de anonimato garante uma maior liberdade de agenciamento desses discursos e práticas, não necessariamente é o motivo de sua existência, posto que também é grande o número de agentes de discursos de ódio que não escondem suas identidades civis por detrás de perfis fakes e sentem-se livres para agredir quem quer que seja. Mas Exposição Boys Love não apenas apagou todos os tweets, como também desativou sua conta no mesmo dia. Não sei se essa ação se deve ao sentimento de dever cumprido, uma vez que já tinha desmoralizado e agredido publicamente as expostas, se houve alguma preocupação com a intensidade e as consequências da ação

³⁰³ O uso de números no lugar de letras em algumas palavras tornou-se comum tendo em vista ao menos dois objetivos. O primeiro seria a não aparição dos termos quando forem buscados na ferramenta de pesquisa do Twitter. Certa vez, li um tweet que sugeria a utilização de números em algumas palavras como morte e suicídio para evitar que piadas com esses termos (do tipo *quero morr3r* ou *vou me m4t4r*) apareçam para pesquisadores desses temas. O segundo, quando no caso de tags, a não contabilização e aparição nas Tendências do Twitter. Algumas pessoas, por exemplo, querem falar sobre um assunto, emitir uma opinião, sem estarem sujeitas a ofensas de quem pensa diferente.

e/ou algum receio de que pudesse arcar com algum ônus, principalmente após a manifestação de fãs contrárias ao que tinha sido feito com Mônica e Nicolas.

Freitas (2017) desenha uma diferenciação entre discurso de ódio e linchamento digital, sem desconsiderar que eles podem coexistir em uma determinada situação social. Diante disso, considera que

[...] o que sobressai na figura do linchamento é a desproporção entre erro e punição imposta, principalmente pelo fato de serem muitos reagindo negativamente – julgando e punindo – a um; o fato mesmo do linchamento carecer de uma justificativa (o suposto erro); e sua representação metafórica como surra, pancadas, pedradas, isto é, como agressão física. Embora ações como ridicularização e zombarias possam estar presentes, elas não parecem ser os elementos distintivos das situações classificadas como linchamentos, como o são nos casos de *cyberbullying* e discurso de ódio. O que, no linchamento, parece humilhar é o reconhecimento, por parte do sujeito, de sua submissão ao medo, decorrente das ameaças e dos efeitos sociais dos julgamentos negativos sobre ele, muitas vezes enunciados por pessoas em posições de grande prestígio na rede.

O discurso de ódio, marcadamente ideologizado, tenderia a tomar como objeto de seus ataques características identitárias de indivíduos e grupos, como raça, gênero, identidade sexual, nacionalidade (ou identidade regional), etnia, aspectos físicos em desacordo com os padrões estéticos hegemônicos ou comportamentos que escapem à normatividade. Ele procura acentuar a inferioridade de seu alvo e o caráter inescapável de sua condição, naturalizada. O objeto do linchamento é, ao contrário, não um modo de ser, mas uma ação ou comportamento (atitude, discurso verbal) percebido como decorrente de erro ou transgressão moral, contra o qual se apresentam denúncias que, por mais severas que sejam, admitem correções.

No linchamento realiza-se um julgamento público sobre a presumida transgressão e, ao anúncio-denúncia do transgressor, segue-se uma avalanche de novas publicações que reforçam, reiteram, complementam a primeira e podem culminar em ameaças, insultos e exposição de privacidade. Tudo isso pode ter consequências graves, no desenrolar dos acontecimentos, no período que se segue, o que pode incluir, como já vimos, ostracismo social, demissão, depressão, dentre outras. Porém, por maior que seja a desproporção da punição infligida pela coletividade, todos os envolvidos e testemunhas da situação sabem exatamente qual ação disparou a retaliação. É próprio dessas situações a reiteração dos motivos da indignação e o tom de denúncia do erro. Denúncia, julgamento e punição formam o tripé sobre o qual se constitui um linchamento virtual. (FREITAS, 2017, p. 156–157, grifos da autora).

Gomes (2020), por sua vez, faz uma distinção entre linchamento e cancelamento digitais. Este “[...] envolve ruptura e luto, uma vez que o cancelado tem que ter representado

alguma coisa para quem o cancela, mas o sentido de ultraje moral e a fúria linchadora é a mesma.” (GOMES, 2020). É um fenômeno que pode se suceder ao primeiro, mas seria destinado a poucas pessoas, especialmente aquelas com visibilidade e importância social (política, acadêmica, religiosa). Outra expressão comumente utilizada para designar um fenômeno integrante do vigilantismo digital (GOMES, 2021) é o assédio digital, que nomeia mais estritamente a prática de agressão moral — que pode se tornar física — por meio de insultos e perseguições. Discursos de ódio, cancelamentos e linchamentos digitais são práticas de vigilantismo digital (ou digilantismo)³⁰⁴ que tem o assédio como seu principal recurso (GOMES, 2021; FREITAS, 2017).

O *exposed* estimulou boa parte do *fandom* a tomar partido, como mencionei anteriormente. Quem não sabia do ocorrido, buscava informações nos *tweets* de quem comentava sobre o assunto. Uma discussão generalizada sobre a justiça ou não de criar cenários de intimidade sexual entre personagens e atores por conta própria logo tomou conta do *fandom*. Como pontua Gomes (2021),

Todo linchador faz parte de uma “comunidade moral”, a turba que convoca ou a que se integra nas expedições punitivas. O linchamento não é atividade solitária, o linchador sozinho é covarde, mas vira um monstro de coragem e infâmia nas matilhas digitais.

[...]

Educação e informação política não tornam ninguém menos propenso a linchar. Já o nível de envolvimento com uma causa (ativismo) ou com uma celebridade (fanbase) indicam maior propensão ao linchamento e ao vigilantismo punitivo. O linchamento se alimenta de amor. (GOMES, 2021).

Havia ao menos dois grupos nessa discussão. O primeiro salienta que o problema está no cruzamento da linha entre personagem e ator, como ocorre no caso de Nicolas com base em seus comentários privados no WhatsApp e públicos no Twitter. Não seria de todo um problema imaginar as personagens em outros cenários sexuais. Mas falar da vida sexual

³⁰⁴ “‘Vigilante’ é um termo que, apesar de sua origem espanhola, foi incorporado à língua inglesa para significar alguma coisa bem diferente do nosso vigilante ou vigia que lhe dá origem. ‘Vigilantes’ são pessoas que formam um grupo para reprimir e punir sumariamente, com as próprias mãos, quem cometeu algum crime, particularmente quando consideram que as vias legais e as organizações oficiais não querem ou não são capazes de fazê-lo. [...] O gênero de práticas de vigilantismo tem vários nomes e variados níveis de impacto sobre a vida dos punidos: desde a atribuição pública de culpa (*blaming*), passando pelos ataques mais duros de desmascaramento (*debunking*), pelo envergonhamento público (*public shaming*), o cancelamento e o linchamento digital” (GOMES, 2021, grifos do autor).

dos atores, mesmo que ficticiamente, seria uma forma de *invasão de privacidade*. Este grupo era mais dialógico e questionava mais a justeza e moralidade do *exposed* do que o que estava sendo exposto.

O segundo, composto por fãs mais resistentes a flexibilizações, compreende que, mesmo que em se tratando das personagens, deve-se manter um tom “respeitoso”, que não ultrapasse o que foi consentido no roteiro, ou seja, que haja um consumo moralizado e moralizante das séries *boys love*. Ademais, regular o *textual poaching* do *fandom* (JENKINS, 1992) sobre as personagens também seria uma maneira de evitar que esse limite fosse ultrapassado, pois não haveria nenhum regramento de quem comumente realiza tal prática, ainda que apenas com as personagens. Existe um medo implícito que uma coisa (erotização das personagens) descambe na outra (erotização dos atores), intolerável, independente de como a narrativa se desenrole nas séries. A *ética comum* prescreve tais posicionamentos. Ou melhor, a moral comum de parte do *fandom*. Este grupo, mais organizado como “comunidade moral”, integrava-se àquela expedição punitiva (GOMES, 2021).

A ética não compreende uma dimensão normativa, mas antes reflexiva, prática, que será melhor analisada no posicionamento do *fandom* não em relação à (hiper)sexualização denunciada, mas em relação às condições do *exposed*, tomando uma sequência de *tweets* em especial. No mesmo dia do ocorrido, Silvio, um adolescente negro de 18 anos, respondeu diretamente ao *tweet* de Exposição Boys Love. Sua indignação não era com o que foi denunciado, mas com a denúncia, considerada *com pouco fundamento, superficial*, uma prática que *alimenta a cultura do cancelamento*. Considerando que uma das características do linchamento digital é a irreflexividade dos sujeitos da ação, para os quais “não há violência, brutalidade ou desumanidade nos seus atos [...]”, apenas justiça (GOMES, 2021), ele redireciona o olhar para a conduta moral de quem denuncia, e não de quem está sendo denunciado. Como assinala Freitas (2017, p. 154) “[...] agressões e rejeições, a perda das amizades, o ostracismo social, a humilhação e a depressão estão dentre as consequências frequentemente citadas, conforme a gravidade da situação.” Diante disso, Silvio questiona os impactos psicológicos que essa ação pode ter sobre as pessoas envolvidas, a falta de empatia em relação a elas, *que podem se sentir humilhadas ou rejeitadas por esse tipo de situação*.

Segundo Cardoso de Oliveira (2008) não existe violência sem agressão moral. O *insulto moral*, como manifestação do não reconhecimento e da desconsideração da

identidade moral de uma pessoa, é o elemento que significa um ato violento, podendo estar presente ou não em diferentes atos de agressão a depender do contexto sociocultural (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2008). Consoante sua análise, o Judiciário tem falhado na resolução de alguns conflitos em razão do que chama de “fetichização do contrato”, isto é, a “redução a termo”, o esvaziamento das disputas de seus elementos sentimentais (principalmente do ressentimento), aspectos associados “[...] à dimensão temática do reconhecimento [...]” (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2008, p. 138) e centrais para a compreensão do impacto da violência sobre as pessoas e melhor resolução dos conflitos tendo em vista uma perspectiva de “elucidação terapêutica” (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2008).

Sua noção de insulto moral baseia-se em duas características do fenômeno de agressão moral: “(1) trata-se de uma agressão objetiva a direitos que não pode ser adequadamente traduzida em evidências materiais; e, (2) sempre implica uma desvalorização ou negação da identidade [de pessoa moral] do outro.” (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2008, p. 136). Tomando esse conceito para analisar o fenômeno descrito aqui, considero que o *exposed*, assim como as situações discutidas por ele, revela o significado moral da agressão sofrida, do insulto moral, para parte do *fandom boys love*, ao “[...] enfatizar a importância da precedência simbólico-moral da violência [...]” (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2008, p. 143).

Como sanção, o *exposed* não guarda nenhuma relação com o aspecto moral da agressão do lado das supostas vítimas. Trata-se de um confronto ao insulto moral, às agressões, à integridade moral e à *invasão de privacidade dos atores*, como tentativa de superar o problema e/ou resgatar suas identidades morais, isto é, como dignas de reconhecimento e consideração (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2008). Nesse sentido, há uma inversão que pressupõe a legitimidade do insulto moral sobre o indiciado como uma sanção válida e compensatória do insulto moral do qual foi autor. Ele também deve sentir violada “[...] sua identidade como pessoa moral, digna de estima e consideração [...]” (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2008, p. 139).

O *exposed* é uma expressão *sui generis* de sanção. Neste caso, não foi aplicado pelas possíveis vítimas do insulto moral. Na verdade, os discursos de Nicolas não chegam nem a se tornar um problema ou uma agressão moral àquelas que seriam suas vítimas diretas. A significação de seus atos nesses termos é feita por terceiros, por fãs, que se investem da autoridade moral e sentimental para ressentir-se no lugar dos atores que eram objetos do

discurso e julgar o sujeito da ação. Independente da intencionalidade de Nicolas em agredir ou não moralmente seus *favs*³⁰⁵.

Ao contrário do que foi feito no *exposed*, a sequência de *tweets* de Silvio denota uma ação ética que se baseia antes na empatia, na horizontalidade, no diálogo e na contestação do lugar de superioridade moral atribuída à Exposição Boys Love por si mesma e por parte do *fandom*, como se fossem *a mão da justiça* que aponta e sentencia, privilegiando uma abordagem retributiva à restaurativa com apelo ao diálogo. Leva-nos a uma reflexão sobre as consequências daquele *exposed*, sobre o constrangimento público e o julgamento moral, cujo impacto provocou a desativação das contas e a perseguição das duas pessoas “indiciadas” e consideradas culpadas pelo veredicto da Exposição Boys Love com base no júri popular do *fandom* movido por uma *ética comum*.

Tomando os argumentos de Silvio em consideração, penso como a defesa de uma moralidade e de uma *ética comum* do *fandom* incitou uma falta ética. Seus comentários me trazem essa impressão, uma vez que hiperdimensionou uma questão que poderia ter sido resolvida de outra forma, sem gerar aquelas repercussões. Algumas fãs aplicaram uma sentença desproporcional ao “erro”. Ela acabou sendo muito mais violenta que o “crime” julgado. Trata-se para mim menos relevante debater se foi (hiper)sexualização ou não (ainda tenho dúvidas quanto a isso), ou se o autor dos comentários e a autora do desenho estão ou não certos, e mais sobre a conduta moral/ética das fãs, de quem produziu a denúncia, porque ela diz muito sobre os mecanismos de regulação moral do *fandom*. Essa situação aponta para a importância dos princípios de proporcionalidade e razoabilidade do Direito³⁰⁶, que são ou deveriam ser princípios de direcionamento moral pessoal e coletivo para além do âmbito jurídico.

Embora não ocorra diretamente e não haja essa intenção, os discursos de Nicolas podem ofender a integridade moral das pessoas implicadas — neste caso, Ohm e Nanon. No espaço social do *fandom boys love*, essas produções imaginativas são elementos de

³⁰⁵ Abreviação para “favoritos”. Refere-se a pessoas as quais alguém tem um interesse afetivo superior em relação a outras, geralmente celebridades das quais ela é fã.

³⁰⁶ O primeiro diz respeito “[...] ao controle das leis restritivas de direitos fundamentais [...]” (SILVA, V. 2002, p. 30), evitando a aplicação de decisões que se mostrem injustificáveis, excessivas, observando os subcritérios da *adequação*, da *necessidade* e da *proporcionalidade em sentido estrito* (SILVA, V. 2002). O segundo diz respeito à observância da coerência das decisões jurídicas, atos administrativos e formulação de leis, para que não haja elementos subjetivos e irregulares que atribuam ilegalidade a esses processos (PISKE, 2011). Observa-se os critérios, os princípios e as regras que regulam um sistema jurídico para uma condução racional e razoável (PISKE, 2011). Ambos buscam evitar por parte do Legislativo e do Judiciário evitar a restrição dos direitos dos cidadãos com atos jurídicos ou legislativos excessivos, irrazoáveis (SILVA, V. 2002).

fruição e continuidade do consumo dos textos (e.g., *dōjinshi*, *fanfics*, filmes, jogos, mangás, *novels*, séries) *boys love*. Assim, a intencionalidade, como parte do contexto, também deve ser observada como um elemento que singulariza aquela situação social (GLUCKMAN, 2010). Os comentários foram realizados em grupo(s) de WhatsApp e no Twitter pessoal do autor sem marcação dos atores, muito possivelmente por sentir esses ambientes como possíveis e garantidores da liberdade de expressão de seus desejos entre iguais — fãs de séries *boys love* e do *ship*; são oriundos de uma conta que não tem a visibilidade e seguidores para um efeito viral de qualquer tópico (até mesmo por se tratar de um produto de nicho) ou que possa chegar ao conhecimento dos atores. Certamente esses pontos não eliminam a ofensa à integridade moral, mas devem ser trazidos à ponderação.

Não somos operadores do Direito *stricto sensu*, mas trazer os conceitos dessa disciplina para nossa prática cotidiana ajuda-nos a evitar medidas excessivas, sobretudo quando o punitivismo se tornou um valor neoarcaico moderno que tem orientado nossas práticas e reflete-se em fenômenos como a cultura do cancelamento, da humilhação ou do ódio (FREITAS, 2017), substanciada no vigilantismo e linchamento digitais (GOMES, 2021). Como pontua Freitas (2017) esses fenômenos são o reflexo do comportamento social mais abrangente, que se projeta nas plataformas digitais, pois antes o linchamento e o discurso de ódio nas ruas já existem.

No caso do *exposed*, há a produção de um escândalo moral por parte dos expositores, uma vez que

[...] um escândalo é um artefato, fabricado pela convergência de interesses de diferentes agentes e instituições sociais. Uma transgressão moral nem sempre se torna um escândalo público e, quando se torna, há nele sempre mais do que as escolhas, ou erros, individuais. (FREITAS, 2017, p. 153).

Dessarte, avaliar o contexto e a gravidade do ato é uma prática crucial na aplicação da razoabilidade e proporcionalidade na decisão que deverá ser tomada em resposta a determinado fenômeno, compreendendo inclusive a agência dos gestores da punição na atribuição de sentidos e equivalências à uma transgressão moral. Podemos equiparar essa situação, por exemplo, com os comentários racistas, homofóbicos e sexistas do último Presidente da República, Jair Messias Bolsonaro, ou de outras personalidades públicas com milhares de seguidores em seus perfis nas plataformas digitais, com capacidade de mobilização e formação de opinião pública e cujas consequências é o estímulo aos

discursos de ódio no país e produção de toda sorte de violências contra minorias e divergentes políticos? Podemos compará-lo com agressões físicas ou verbais de cunho racista e/ou homofóbico, bem como à violência letal, que encontram sua suposta legitimidade nesses comentários? Acredito que não. Então, por que responder àquela situação como se tivesse o mesmo peso e consequências que essas?

Havendo a certeza de que o que se desenrolou ali foi uma prática de hipersexualização, como responder proporcional e razoavelmente àquela situação sem recorrer a outras formas de violência? Como reagir pedagogicamente e a partir de uma abordagem dialógica e restaurativa, e não retributiva? O que acontece quando, nas relações cotidianas, diante de comportamentos tidos como politicamente incorretos, pensamos de modo retributivo e não restaurativo? Quando o punitivismo penal é internalizado em nós, como reagir a situações como essa, cujas respostas exigem outra abordagem?

Gostaria de sublinhar que quando problematizamos o linchamento digital, devemos ter cuidado para também não advogar contra as formas legítimas de responsabilização social de pessoas pelos seus discursos e práticas quando estas agridem moral e fisicamente grupos sociais. Nesse sentido, vale compreender a definição de linchamento digital e a especificidade de seu funcionamento (FREITAS, 2017) como “comportamento antidemocrático” (GOMES, 2021). A responsabilização via problematização (FOUCAULT, 2004) chama ao diálogo a parte responsabilizada, o conflito se coloca de modo agonista e não antagonista e polêmico (FOUCAULT, 2004; MOUFFE, 2003). O linchamento, por sua vez, é a total inviabilização do diálogo em favor do punitivismo com estímulo à agressão moral, material, psicológica e física do Outro.

4.3 O QUE QUEREMOS DIZER QUANDO DIZEMOS HIPERSEXUALIZAÇÃO, SEXUALIZAÇÃO E OBJETIFICAÇÃO?

Conversei privadamente, em 28 de janeiro de 2022, com Patricia Machado (Pachi) sobre esse fenômeno de moralização e condenação da sexualização de personagens e atores no *fandom boys love*, que internacionalmente tem sido denominado de discursos ou

movimentos *antikink/smut*³⁰⁷, NSFW³⁰⁸. Formada em jornalismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Pachi tem 28 anos e está como editora-chefe do Blyme Yaoi. Esse fenômeno *antikink*, no *fandom boys love*, aparece muito em comentários sobre o que algumas fãs chamam de redução de atores a objetos sexuais: seja através de críticas a *fanfics* que os colocam em cenários eróticos ou através de críticas a um engajamento imaginativo muito grande no *fanservice*. No *fandom* brasileiro, se as práticas comum a esse fenômeno não são as mesmas, são muito parecidas/próximas daquelas do discurso *antikink/antifujoshi* que vem sendo questionado recentemente por algumas pesquisadoras e /ou fãs do gênero *boys love* em espaços digitais de falantes de língua inglesa³⁰⁹. Questionada sobre o que acha desse movimento, ela traz uma delongada análise:

Pra começar acho que o discurso anti-kink/anti-fujoshi afeta o BL inteiro como um todo, independente do formatos.

Sejam fanfics ou séries tailandesas, o BL de cada país tem suas particularidades em sua origem, mas quando vem pra cá, que é consumido na prática pelos mesmos grupos, é submetido ao mesmo policiamento.

O discurso anti-kink/anti-sexo que tenho visto online é algo muito grande que tenho visto afetar mídia em geral e muito forte em espaços de fandom, eu só foco em BL, porque é o meu buraco na internet e porque fujoshis são um alvo fácil pra esse discurso.

Porque fujoshi (lembrando que uso fujoshi/fudanshi/fujin como fã de BL somente) sempre foi um alvo fácil. Apesar do imenso sucesso atual do BL na ásia, ele não deixa de ser um nicho, e quando gostar de anime e mangá por muito tempo foi gostar de um nicho, então fã de BL era fã de um nicho dentro do nicho. E existe uma imagem de que fã de BL são mulheres jovens héteros “cringe”³¹⁰, porque gostar de BL é cringe e a sociedade odeia tudo que meninas adolescentes fazem. (Na realidade o fandom é incrivelmente diverso em termos de gênero e sexualidades, sem falar da quantidade de “meninas héteros” que começam a gostar de BL e depois descobrem que não são héteros ou nem meninas.)

³⁰⁷ *Smut* significa “obscenidade”. *Kink*, traduzido como esquisitice, perversão ou mania, é o termo utilizado para fazer referência a práticas e comportamentos sexuais consensuais não normativos/convencionais, considerados parafilias, entre os quais estão o bondage, o sadismo, o masoquismo, o exibicionismo, o voyeurismo etc.

³⁰⁸ Abreviação do termo inglês “not safe for work” (não seguro para o trabalho). Termo utilizado para conteúdos não indicados para visualização em ambientes públicos, por exemplo, pelo seu teor pornográfico.

³⁰⁹ @_queeriores e @SamAburime são duas pesquisadoras que tem feito essas discussões. A última até produziu um site de combate a desinformação sobre conteúdos relacionados a cultura *boys love*: What is fujoshi, [s.l.], 2022. Disponível em: <https://www.fujoshi.info/anti-fans-behavioral-resources>. Acesso em: 12 out. 2022.

³¹⁰ Entre os jovens, o adjetivo é atribuído a pessoas que fazem ou usam coisas consideradas ultrapassadas e cafonas. Também pode referir-se a situações vergonhosas.

O discurso anti-fujoshi e principalmente o policiamento da forma que se pode falar de BL e conteúdo sexual em fandom é algo que vejo que pegou uma boa intenção (preocupação com representatividade LGBTQ+ e evitar a objetificação de homens gays) e foi sequestrado pelo discurso TERF³¹¹ em espaços como Tumblr e distorcido para jogar a culpa nas supostas fujoshis (que são vistas como meninas héteros cringe).

Porque as pessoas não querem ser fetichistas ou vistas como pessoas que só objetificam homens gays, lógico que não, mas a questão é que essa boa intenção foi distorcida a tal ponto que não existe uma definição do que seria ‘fetichizar’ algo, de quem estaria sendo a “má pessoa”. Aí nesse cenário onde nada é definido com clareza e fujoshis são pintadas como intrinsecamente erradas, porque estão curtindo algo que não é “pra elas” (e eu poderia abrir outro parágrafo gigante de como o BL foi uma criação de mulheres LGBTQ+ que sempre teve participação de homens, mas isso já tá enorme), o negócio vira uma caça às bruxas.

Só que o espaço de fandom de BL é um espaço que pode se explorar diversos aspectos da própria sexualidade, seja somente por entretenimento ou por despertar algo através desse entretenimento. É a vantagem de ser um nicho.

Só que tu tratar fandom — algo que não tem envolvimento \$\$\$ por trás ou pretende alcançar o grande público — como algo que deve ser submetido às mesmas ideias de “boa representatividade”, igual um filme da Disney, é jogar esse potencial no lixo. Sem falar dos danos que isso causa em gente muito jovem.

Um adolescente de 16 anos não tem que ficar se preocupando se a fic dele, que vai ser lida por no máximo 600 pessoas, vai influenciar alguém negativamente, porque NÃO É ASSIM QUE FUNCIONA O PODER DE INFLUÊNCIA DA MÍDIA. É uma questão estrutural que vai de acordo com a forma que nossa sociedade reforça certas mentalidades, não é algo que cai nas mãos de um indivíduo. Só que se você prestar atenção no discurso de internet, parece que todo mundo tem que agir “dentro da linha” pra não afetar uma pobre alma. Fica soando como “PENSEM NAS CRIANCINHAS” mesmo se não tiver nenhuma criança lendo, rs. (MACHADO, 28 jan. de 2022, mensagem privada via Twitter).

Do que foi exposto até agora, percebo haver uma evidente confusão entre sexualização, hipersexualização e objetificação. Estes termos não conceituam os mesmos fenômenos sociais, embora estejam relacionados. A hipersexualização exige bem mais que práticas individuais ou difusas em um pequeno grupo para ter impacto social, exige grande audiência, continuidade e reforço histórico. Será entendida aqui como um conjunto de discursos que reduz a identidade de uma pessoa a suas características sexuais e impõe que a interação social mediada pelo interesse sexual será informada pelo distanciamento emocional e pela objetificação de seu corpo. Ela não pressupõe reconhecimento ético, consiste na sobreposição do corpo desencarnado e da sexualidade espoliada — porque já não pertencem a sua dona, mas àquela que o reduz a estereótipos e ao vazio existencial

³¹¹ Abreviação para “trans-exclusionary radical feminist”, cuja tradução para o português significa “feminista radical trans-excludente”.

— sobre a complexidade subjetiva. Antes de qualquer interação ou encontro físico, a hipersexualização está pautada em formações discursivas raciais, étnicas e de gênero que atribuem códigos de tratamento social diferenciados às pessoas na dimensão do desejo e da sexualidade.

A linha entre a hipersexualização e a sexualização, a expressão do desejo pela erotização do corpo, só pode ser definida a partir da análise do subtexto que informa um determinado discurso. Certo que comentários podem, à primeira vista, pressupor práticas de hipersexualização e objetificação, antes eles precisam inserir-se em formações discursivas dadas *a priori* para assim serem definidos nesses termos. Sexualizar é investir algo ou alguém de valor sexual, de itens cotidianos como vassouras, canos, verduras e frutas a pessoas ou animais. A sexualização não é fundamentalmente boa ou ruim, seu juízo de valor dependerá do objeto sexualizado, podendo incorrer em práticas criminosas como a zoofilia ou a pedofilia.

Alguns discursos podem ser expressões grosseiras, vulgares, ofensivas — a depender de quem os recebe — de interesse sexual. Mas não estarão necessariamente inscritos em práticas de hipersexualização e objetificação. Podem indicar o *ethos* de uma pessoa, sua proveniência, seu contexto social. Se a olho nu podemos categorizá-los como hipersexualização e objetificação, mais atentamente eles podem refletir outros códigos e sentidos que só têm inteligibilidade no contexto específico no qual é empregado, por exemplo, nas formas de tratamento, paquera e expressão de desejo de pessoas periféricas.

A objetificação não se reduz especificamente à hipersexualização. Se tomarmos o fenômeno da escravidão, a animalização e objetificação as quais as pessoas negras foram submetidas, veremos diferentes tipos de objetificação, fosse sexual, fosse moral, para fins de satisfação do desejo capitalista e expansionista das metrópoles europeias ou do desejo sexual de homens e mulheres brancas — sobretudo dos primeiros. Objetificar é transformar algo em objeto, desumanizar, tornar mercadoria, como no caso da população negra escravizada.

Nos comentários do *exposed*, há um enunciado, em específico, que pode ser tomado como hipersexualizante (e objetificante), no sentido de tratar as personagens ou atores como objetos que serão utilizados para os fins sexuais de alguém: quando Nicolas diz que jogará os atores na cama e vai usá-los. Mas o contexto de enunciação — lembremos que os prints foram retirados de comunicações em grupos do WhatsApp que a ele fazia parte — embora não o dote de força performativa para reiterar práticas estruturais de

objetificação de pessoas amarelas, asiáticas, é resultado do dispositivo racial e orientalista.

Dando continuidade à minha investigação sobre os sentidos atribuídos à noção de (hiper)sexualização, respondi, em 26 de janeiro de 2022, a um tweet (com 22 respostas, 211 retweets e 804 curtidas) que desafiava o *fandom* a deixar de ver os atores como objetos de sexualização. Perguntei o que era entendido por sexualização e como se via os atores como objetos dela. Não fui respondido pela autora do tweet, mas por Lourenço, que assim desenvolveu a resposta: *é praticamente você resumir toda as ações e vida do ator a questões sexuais, corporais, à aparência, especular ou questionar a sexualidade, ignorando todos os outros fatores da vida dele* (26 jan. 2022). Com o intuito de entender um pouco mais sobre em que consiste e qual a abrangência das práticas significadas como sexualização, indaguei-o se qualquer comentário pontual poderia ser entendido como sexualização desde que dentro da definição dada, exemplificando com uma passagem qualquer, como “*** é uma delícia!”. Ele me respondeu que seria basicamente isso, mas que não há problema em alguém fazer um comentário assim. Sexualização seria mais a prática de falar sobre o corpo e a aparência o tempo todo como se não houvesse mais nada sobre o que falar do ator.

Essa conceituação levou-me a questionar quais pressupostos as fãs tinham para sugerir que uma pessoa — que está criando cenas sexuais entre atores e as personagens para além das séries — está desconsiderando outras dimensões da vida deles. Minhas interlocutoras do BSW mostraram exatamente o contrário. Não há uma redução dos atores ao sexo. Assim como outras fãs que produzem histórias de universo alternativo (AU)³¹² e que podem dispor os atores em cenários sexuais ficcionais. Eles são erotizados, mas essa erotização não ultrapassa os limites para uma (hiper)sexualização — ao menos não no *stricto sensu*. Há um nível de engajamento, quando elas se põem a discutir sobre os atores e os meandros de suas relações entre si, que pressupõe sentimentos de proximidade, deixando a impressão de que estão falando sobre pessoas que têm uma importância afetiva para elas, visto o grau de investimento emocional que é mobilizado em seus discursos e o grau de conhecimento do percurso profissional que muitas delas

³¹² As *fanfics* tipo universo alternativo são produzidas sem basear-se nos universos ficcionais das histórias originais (*canon*). As autoras podem utilizar-se das personagens ou até mesmo dos atores — chamadas de *real person fiction* (RPF), que em português significa ficções de pessoas reais— para produzir histórias completamente novas sem nenhuma relação com qualquer outra obra produzida nas quais eles atuaram (no caso dos atores) ou foram representadas (no caso das personagens).

dispõem sobre eles³¹³. Logo, isso não pressupõe uma (hiper)sexualização, posto que este fenômeno desconsidera esses meandros, essa relação quase intersubjetiva, mesmo que distanciada. Ademais, elas mostram tanta criticidade em seu consumo quanto aquelas que condenam a sexualização, sem necessariamente submeterem-se a uma vigilância moral. Isso não quer dizer que as histórias criadas ou comentários pontuais, no plano moral, possam ser lidos como insultos morais tanto por outras fãs quanto pelos próprios atores. A linha entre a sexualização, hipersexualização e o insulto moral (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2008), que pode ser sentido delas, são tênues.

Talvez precisemos trabalhar a hipersexualização (e a objetificação) em dois níveis: individual, quando direcionada a uma pessoa específica; e outro coletivo, quando direcionada a um grupo. Estas ainda podem ser tanto *irrefletidas/estruturais* quanto *intencionais/políticas*. No primeiro caso, ela é reproduzida sem necessariamente uma consciência do impacto moral e ontológico do que está sendo dito ou feito nas relações cotidianas, sendo inclusive pontuais; no segundo, o objetivo é ferir conscientemente a integridade moral e física de uma pessoa, sendo uma prática reiterada, o que reafirma a desconsideração e não reconhecimento da identidade de pessoa moral de quem está sendo insultada (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2008). Ambas são políticas e têm como pressuposto a redução subjetiva e o esvaziamento ontológico do sujeito, tendo ou não consciência dos seus efeitos, porque são frutos de relações de poder históricas e dialogam com formações discursivas mais amplas, informadas por matrizes de opressão como o racismo, o sexismo e a xenofobia. Mas a adjetivação do segundo tem por objetivo ressaltar que a diferença entre esses níveis está na intencionalidade, na amplitude de suas consequências e na correlação de forças entre o sujeito e o objeto da ação. Os comentários de Nicolas ou de quaisquer outras fãs, em suas redes pessoais ou espaços privados, e do presidente Jair Messias Bolsonaro, por exemplo, estão respectivamente nos níveis individual/irrefletido e coletivo/político. Podem tratar-se do mesmo fenômeno, mas em contextos e com impactos muito distintos.

³¹³ Essas interações podem ser descritas como parassociais. Não foi possível discutir em profundidade suas formas de engajamento e dimensões. Sobre esses aspectos, cf. GARCIA; MOURA, 2019. Pretendo fazê-lo em textos futuros complementando e aprofundando as análises deste trabalho.

4.4 FETICHISMO-*FUJOSHI* E A PRODUÇÃO DE HIERARQUIAS MORAIS

A crítica à sexualização está indo na linha de uma diferenciação do público ocidental diante do público oriental, de fãs brasileiras em relação a fãs de países como a China, a Coreia do Sul, o Japão e a própria Tailândia. Ocorre-nos que por detrás desse discurso existe um orientalismo — na medida em que se cria uma imagem homogênea de um grupo social em cima de critérios que são considerados negativos — e uma superioridade moral visível, mas que evoca uma distinção enquanto nação, ocidentais vs. orientais. Uma diferenciação direta das *fujoshi* que, no discurso das fãs brasileiras, tendem a sexualizar e objetificar os atores. Aqui, por outro lado, há um consumo “crítico”, que está engajado na luta contra a sexualização que vem de lá, porque nossos valores ocidentais, em tese, são outros e temos que mantê-los e, inclusive, estendê-los a outros países, fazendo as fãs asiáticas repensarem suas práticas de consumo. O que, para Pachi, consiste no *discurso de white savior* (ABU-LUGHOD, 2012). No fundo as fãs brasileiras engajadas na sexualização de personagens e atores estariam agindo como as *fujoshi tóxicas, doentes*, e que as fãs engajadas na crítica dessa prática estão exercendo os valores impostos pela *ética comum* ocidental. Moralizar as fãs brasileiras é moralizar as fãs asiáticas por extensão.

Isso pode ser visto na discussão, no chat do episódio 11 de *Bad Buddy*, na FSB2, em 14 de Janeiro de 2022. Responsivas às cenas do episódio e ao *ship OhmNanon*, eis que algumas fãs engatam a seguinte conversa:

Bianca: o Nanon beijando a bochecha do Ohm é tudo pra mim, vsf³¹⁴.

Clarice: morro quando vejo.

Ichigo: e ele beijando o Ohm fora das gravações, a reação do Ohm é tudo.

Clarice: sou viciada em ver isso no Youtube.

Bianca: o Nanon dando selinho, e o Ohm pagando de nojinho.

Clarice responde à Bianca: vi tanto esse vídeo pra superar minha abstinência de Bad Buddy.

Clarice: gente, me sinto confortável em revelar que sou obcecada em ver edits de Bad Buddy e vídeos dos atores no backstage.

Rosana: não curto fazer isso, fico receosa em *ultrapassar a linha* de: sou fã do trabalho dos atores, dos atores e da série em si ou *tô virando uma fujoshi alienada, achando que*

³¹⁴ Abreviação para “vá se fuder”.

eles são um casal... ainda mais depois que vi o Max e o Tul levando hater por parte dessas “fãs”.

Clarice: vi o Ohm atuando em outras séries tendo cena hot, fiquei: gente, ele é um nenê.

Camila responde à Rosana: *qual o problema em ser fujoshi, véi?*

Clarice responde à Rosana: tento não pensar assim também, só assisto o que acho fofo.

Ichigo responde à Rosana: isso me lembra o ator que fez Color Rush³¹⁵, ficava p da vida quando o pessoal perguntava para ele se ele era gay.

Marcos responde à Rosana: ai amiga, acho muito fácil diferenciar a partir do momento em que você entende o limite. Tipo, você consumir as coisas deles dois, é porque é bom para assistir e consumir.

Bianca: *fujoshi pra mim é pesado demais, fetiche puro.*

Marcos: *fujoshi e fudanshi são fetiches puros para mim também.*

Ichigo responde à Camila: *nenhum, o problema é ser fetichista e não saber diferenciar a atuação da realidade.*

Bianca: fanservice tem limite, mas o povo força até cagar.

Camila responde a Ichigo: sim, claro. Mas acho que não dá pra generalizar que todas são.

Ichigo: realmente, nem todos são.

Bianca: é que fujoshi foi o nome designado justamente pra pessoas desse tipo, né?

Rosana responde à Camila: não em ser fujoshi, mas claramente o mundo dos boys love são tóxicos, ainda mais que já vi muitos atores extremamente desconfortáveis quando invadem a privacidade deles fazendo perguntas sobre sexualidade, obrigando a fazer fanservice.

Marcos: ah, *mas isso aí é sobre caráter, né?*

Clarice responde à Rosana: pra que querer saber a sexualidade dos atores?

Sandro: certo que o padrão masculino heterossexual da Ásia é bem diferente do ocidente, os garotos têm uma aparência mais delicada... que aqui pro ocidente é tido como gay. (Mensagens no chat da FSB2, 14 jan. 2022, grifos meus).

Como afirma Midori Suzuki (2013), e isto é facilmente visível no *fandom boys love* brasileiro, *fujoshi* extrapolou os limites dos círculos de fãs japonesas e tornou-se uma palavra reconhecida transnacionalmente e polissêmica, objeto de disputas discursivas

³¹⁵ Color Rush (2020). **MyDramaList**, [s.l.]. Disponível em: <https://mydramalist.com/680735-color-rush>. Acesso em: 9 out. 2022.

entre diferentes sujeitas, desde aquelas que autorreinvidicam o termo para si até aquelas que o utilizam de maneira injuriosa.

Fujoshi inicialmente designava as fãs que imaginavam e criavam histórias homoeróticas masculinas — “liam as coisas de uma forma yaoi” (SUZUKI, 2013) — com personagens de outras obras, fossem animês ou mangás. Teria surgido no fórum japonês 2channel, nos anos 2000, onde era usado como uma ofensa às fãs de *yaoi/boys love* (SUZUKI, 2013).

Os caracteres *kanji* para *fujoshi* são pronunciados da mesma forma que um composto de caracteres semelhante que significa simplesmente “mulher”, mas o primeiro caractere *fu* (mulher) é substituído por um homônimo *fu* (podre), de modo que o termo resultante, “uma mulher com processos de pensamento podres”, torna-se um rótulo autodepreciativo que essas mulheres usam para se referir a si mesmas. (SUZUKI, 2013, grifos da autora).

Sua origem como rótulo depreciativo deriva das noções de que essa leitura *yaoi* feita pelas mulheres eram um perigo às crianças, que não deveriam ter qualquer contato com aqueles conteúdos. Criara-se um sentimento de vergonha sobre as fãs em razão de suas práticas literárias e criativas (SUZUKI, 2013). A *playful appropriation* (PRASANNAM, 2019) e o *textual poaching* (JENKINS, 1992) são os elementos que assinalam a criação da palavra e o sentido mais comum de *fujoshi*.

A primeira aparição do termo ocorreu em uma publicação sobre fãs femininas em 2005, e o sentido empregado pelos escritores era na qualidade de um sinônimo de *otaku*, sendo seu equivalente feminino. A partir de 2006, com uma série de publicações sobre o tema, a palavra e o público que assim é denominado passou a ser alvo de interesse midiático. Sua versão masculina é o *fudanshi*, o “garoto podre”, que também consome e produz textos *boys love*. Atualmente o termo faz referência a fãs femininas e/ou criadoras de conteúdos homoeróticos masculinos (SUZUKI, 2013). Mais recentemente, o termo *fujin* tem sido utilizado como uma opção neutra para pessoas não binárias, significando “pessoa podre”, sem especificação de gênero.

As fãs brasileiras interpretam o termo *fujoshi* e *fudanshi* em sentido literal e aplicam para qualquer pessoa que sexualize atores e personagens. Às vezes, tenho a impressão de que o primeiro pareça um termo agênero, porque é trazido, em alguns contextos, exclusivamente para significar esses comportamentos “imorais”. Mas, de todo modo, tudo o que essas pessoas não querem é ser consideradas *fujoshi* e *fudanshi*, como podemos

apreender do fragmento textual acima. Pois isso significaria que são fetichistas, hipersexualizadoras. Dessa forma, elas demarcam *lugares de nós e eles/nós e elas*, fronteiras simbólicas, nos quais ninguém quer ser esse *Outro imoral* que adota práticas de fãs asiáticas, sobretudo as tailandesas, supostamente mulheres heterossexuais.

A pergunta de Camila, *qual o problema em ser fujoshi, véi?*, longe de sugerir alguma dúvida, incita a problematização da própria acepção corrente no *fandom*. Não é como se não soubesse *o problema em ser fujoshi*. Ela queria questionar a própria formação desse problema, que surge de uma apropriação orientalista de um termo que, para quem o reivindica, vai muito além das noção de fetiche ou comportamento imoral.

Um pânico moral (COHEN, 2011 [1972]), que está no simbolismo da palavra, no que ela significa, é criado em torno da figura da *fujoshi*, seja esta oriental ou ocidental. E esses significados não podem ser — e não o são — despojados de um orientalismo, à medida que apontam constantemente para um conjunto de práticas reprováveis, uma fraqueza moral, que tem uma demarcação geográfica — a saber oriental, asiática — e de gênero — feminina. Há uma confluência entre orientalismo e heteronormatividade na prática de vigilância e regulação morais do *fandom boys love* brasileiro, uma vez que elas influenciam na padronização do desejo, das formas de sentir atração e experimentação da fantasia erótica. Essas regulações e vigilâncias podem incidir sobre práticas sexuais não heterossexuais ou heteronormativas, consideradas subculturais, periféricas, uma vez que se baseiam em uma outra gramática do prazer.

Acredito ainda que essa busca por uma dessexualização também tem um traço de romantização de estereótipos ou manutenção de imagens de controle sobre pessoas amarelas, uma vez que, em sua base, há uma contraditória propensão a conservar e reforçar aquela ideia de atores “puros”, “intocáveis”, “delicados”, “fofos”, meramente apreciáveis visualmente. Essa concepção está aliada a um ideal racial, pautado na clareza da pele, e pode ser vista nas séries *boys love* em maior ou menor grau.

De um lado, há o que elas chamam de sexualização — fenômeno que vejo como práticas criativas do *fandom*, pensando tanto os atores quanto as personagens em outros contextos, imiscuindo suas identidades umas nas outras. De outro, uma medida de proteção da integridade moral do *fandom* e dos atores. Conforme Pachi, esse *policiamento* pode ser chamado de *culpa cristã*, porque a pessoa internaliza essa caça às bruxas até dentro da mente: “e se eu estiver fetichizando eles?” (MACHADO, 28 jan. 2022, mensagem privada via Twitter).

Ainda sobre essas práticas de distinção moral, gostaria de destacar alguns dos tweets da Exposição Boys Love que podem nos ajudar a compreender melhor esse fenômeno e suas implicações:

Adoram militar sobre Bad Buddy não ter sido fetichista, mas na verdade eles são assim [fetichistas].

Uma coisa é você ler uma fanfic aqui e ali, comentar algo aqui e ali, mas quando sua mente só sabe pensar e relacionar dois atores e personagens a sexo em situações normais, a coisa já fica mais séria, né? Recomendo terapia.

Que mente doentia é essa que olha para uma foto assim e já sexualiza? Por Deus, que caráter de merda! (Exposição Boys Love no Twitter, 26 jan. 2022).

Essa sequência mostra claramente fenômenos como a patologização, o pânico moral (COHEN, 2011), o discurso moralista — *mente doentia, recomendo terapia, caráter de merda* — e no limite o que Latour (2001 [1999]) chama de *antifetichismo*. Pires (2014) analisa a transubstanciação conceitual de *fetichismo* ao longo da história em diferentes campos de conhecimento, na Antropologia, nos Estudos Culturais, na Filosofia, na Psicanálise e na Psicopatologia Sexual. Ademais da extensa discussão dos diferentes usos do conceito de fetichismo e fetiche, o antropólogo, interessado nos usos contemporâneos e múltiplos, assera:

Na esteira do marxismo e do freudismo (muitas vezes sob a forma de fusões variadas de ambos) surgem expressões como “fetichismo do Estado”, “fetiche racial”, “fetichização da mulher”, “fetiche do dinheiro” etc. que, de forma muito geral, partem de um ponto de vista antifetichista e/ou desconstrutivista para denunciar a criação de ilusões (geralmente politicamente motivadas) que reduziriam uma realidade complexa (o Estado, o negro, a mulher etc.) a uma imagem que a simplifica e objetifica, a fim de subjugar-lá. O fetichismo, neste sentido, seria uma forma complexa de *hipóstase*, i.e., a falácia que trata uma abstração como se fosse concreta, um evento ou uma entidade física real. (PIRES, 2014, p. 371, grifos do autor).

Como pudemos observar, o movimento discursivo do *fandom* opera esse sentido de fetiche ao aplicá-lo às *fujoshi* e quaisquer outras fãs que cruzem a linha da ética e moral que elas estabeleceram para regular a experiência de consumo de conteúdos *boys love*, sejam mangás ou novels, mas principalmente séries. Latour (2001) se apropria do termo fetiche para produzir uma crítica à assimetria entre cientistas e as pessoas observadas, fenômeno que reforçaria a desigualdade entre modos de conceber e conhecer o mundo,

encaminhando-se para a legitimação do saber científico sobre quaisquer outros. O antifetichista seria aquele que desvela o mundo objetivo indo além das ilusões das pessoas sobre as quais pesquisa, coloca-se acima do véu da autoilusão do Outro, atribui a suas análises status de verdade e cientificidade “[...] ao mesmo tempo em que faz das construções do analisado meras ilusões, projeções de seus desejos subjetivos apenas erroneamente vistos como objetivos [...]” (PIRES, 2014, p. 375), como se seu próprio pensamento não fosse baseado em um sistema de crenças.

O uso feito pelas fãs em suas críticas — que pode ser considerado nos termos do *fetichismo-crítico*³¹⁶ (PIRES, 2014) — tende a inscrever o fetiche no campo do negativo, da imoralidade, tendo como parâmetro uma reflexão moral conservadora, aquela da *ética do comum*, a ética do pensamento científico moderno ocidental criticada por Latour (2001), a mesma que com os conceitos de fetichismo religioso, sexual e de mercadoria instituiu o primitivo, o perverso e o alienado, todos vítimas e agentes de uma autoilusão (PIRES, 2014). A denúncia de uma espécie de *fetichismo (homo)sexual* (não no sentido freudiano) das *fujoshi*, como vem sendo realizado no *fandom*, denota antes um próprio fetichismo de quem faz a crítica, em geral, um fetiche racial, e em específico, o que chamarei de *fetichismo-fujoshi*. Ao denunciar a suposta perversão e imoralidade das *fujoshi*, há a mesma redução de uma realidade e de uma identidade complexa, simplificando-a e confundindo o significante e o significado (PIRES, 2014). As fãs antifetichismo agenciam a ideia de fetiche como um distintivo moral que caracteriza o Outro como atrasado, inferior, produz e reforça sua posição de *civilizadas, racionais, portadoras de mentes sãs e bom caráter*, ao contrário daquelas que têm uma *mente doentia*, um *caráter de merda* e para as quais são *recomendadas terapias*. Nesse sentido, a crítica do fetiche é a condição da fetichização. O orientalismo histórico do Ocidente (SAID, 2007) — ora implícito, ora explícito — precisa criar um pretexto para justificar sua continuidade de diferentes formas.

Ademais, esse *fetichismo-fujoshi* constitui uma espécie de pânico moral (COHEN, 2011) que, associado a outros fenômenos internacionais, produz e reforça divisões sociais, redistribui status sociais, e pressupõe uma forma de vida superior à outra

³¹⁶ Pires (2014) chama de *fetichismo-crítico* as formulações que compreendem que o trabalho do analista/cientista está no desvelamento dessa “ilusão objetiva” por meio da crítica à falsa crença produzida pelo fetiche e pelo fetichismo, uma vez que estes atuam por meio de “[...] um mascaramento do próprio processo que a efetua, posto que passa pelo inconsciente e/ou por mecanismos ideológicos [...]” (PIRES, 2014, p. 371).

(GARLAND, 2019 [2008]). Ao descrever o funcionamento social do pânico moral, Cohen (2011) assim discorre:

Sociedades parecem estar sujeitas, vez ou outra, a períodos de pânico moral. Uma condição, episódio, pessoa ou grupo de pessoas emerge para serem definidas como uma ameaça aos valores e interesses sociais; sua natureza é apresentada de uma maneira estilizada e estereotipada pela mídia de massas; as barricadas morais são constituídas por editores, bispos, políticos e outros indivíduos que pensam à direita; especialistas socialmente reconhecidos proferem seus diagnósticos e soluções; formas de enfrentamento são desenvolvidas ou (mais frequentemente) a elas se recorre; a condição então desaparece, submerge ou se deteriora e torna-se mais visível. Às vezes o objeto do pânico é bastante recente e em outras vezes é algo que existe há algum tempo, mas subitamente entra em cena. Às vezes o pânico passa e é esquecido, exceto no folclore e na memória coletiva; em outros tempos possui repercussões mais sérias e duradouras, produzindo tais mudanças como nas políticas públicas sociais e legais ou mesmo na maneira como a sociedade concebe a si mesma.³¹⁷ (COHEN, 2011, p. 1, tradução minha).

Os pânicos morais têm variabilidade em causa — comerciais ou políticas; duração — curtos ou longos; impacto social — consequências simples, esquecíveis, ou mesmo fatídicas; intensidade — leve ou intensa; objeto — as drogas, a prostituição, a bruxaria, a criminalidade etc.; qualidade dos problemas aos quais respondem — sérios, triviais ou ilusórios; e reação social — mais ou menos consensual, ou mais ou menos dividida (GARLAND, 2019). Suas cinco características basilares são preocupação, hostilidade, consenso, desproporcionalidade e volatilidade³¹⁸ (COHEN, 2011, p. xxv-xxvi). Entre as

³¹⁷ “Societies appear to be subject, every now and then, to periods of moral panic. A condition, episode, person or group of persons emerges to become defined as a threat to societal values and interests; its nature is presented in a stylized and stereotypical fashion by the mass media; the moral barricades are manned by editors, bishops, politicians and other right-thinking people; socially accredited experts pronounce their diagnoses and solutions; ways of coping are evolved or (more often) resorted to; the condition then disappears, submerges or deteriorates and becomes more visible. Sometimes the object of the panic is quite novel and at other times it is something which has been in existence long enough, but suddenly appears in the limelight. Sometimes the panic passes over and is forgotten, except in folklore and collective memory; at other times it has more serious and long-lasting repercussions and might produce such changes as those in legal and social policy or even in the way the society conceives itself.” (COHEN, 2011, p. 1).

³¹⁸ Cohen (2011, p. xxv-xxvi) descreve os elementos desta forma: “(i) Preocupação (em vez de medo) sobre a ameaça potencial ou imaginada; (ii) Hostilidade — indignação moral contra os atores (demônios populares) que encarnam o problema e as agências (assistentes sociais ingênuos, políticos manipulados) que são “em última análise” responsáveis (e podem se tornar eles mesmos demônios populares); (iii) Consenso — um acordo generalizado (não necessariamente total) de que a ameaça existe, é séria e que ‘algo deve ser feito’. A maioria das elites e grupos influentes, especialmente os meios de comunicação de massa, devem compartilhar desse consenso. (iv) Desproporcionalidade — exagero do número ou da força dos casos, quanto ao dano causado, ofensa moral, risco potencial se ignorado. A preocupação pública não é diretamente proporcional ao dano objetivo. (v) Volatilidade — o pânico irrompe e dissipa-se de repente e sem aviso prévio.”

condições que permitem sua ocorrência estão (i) a existência de um canal de comunicação coletivo efetivo, como o caso das plataformas digitais com sua *persistência*, *buscabilidade*, *replicabilidade* e *audiências invisíveis*³¹⁹ (BOYD, 2007); “(ii) a descoberta de alguma nova ou até então não relatada forma de desvio; (iii) [a produção e] a [consequente] existência de um marginalizado grupo de outsiders apto a ser demonizado; e (iv) uma audiência pública já preparada e sensibilizada [...]” (GARLAND, 2019, p. 46) a partir de conflitos pré-existentes que informam a escolha dos “bodes expiatórios culturais” (GARLAND, 2019).

Nesse sentido, tomando a descrição e especificações acima, as *fujoshi*, as fetichistas e as hipersexualizadoras (essas categorias se confundem e são resumidas na identidade *fujoshi*) são o grupo de pessoas que emergem como uma ameaça aos valores e interesses sociais, neste caso, *a ética do comum*, *a civilidade* e o *bom caráter* ocidental. Existe ao mesmo tempo uma projeção no outro de atributos que estão presentes em quem o aponta e critica. Essa ação revela uma denegação que diz “nós, ocidentais, somos não-não-incivilizados”. A projeção dos atributos negativos aos outros é condição de possibilidade da negação da fissuras culturais próprias que parte das fãs não reconhecem em si mesmas ou desejam recalcar.

Ao contrário da mídia de massas, são as fãs *antifetichistas* as *guardiãs morais* (COHEN, 2011), que apresentam, com o auxílio das plataformas digitais, a natureza estilizada e estereotipada das *fujoshi* e tudo o que elas representam. As construtoras das barricadas morais não são necessariamente de direita, mas pertencem a um espectro de posições políticas. Elas incorporam o lugar social de analistas, desfetichizadoras, críticas sociais e morais (PIRES, 2014). A humilhação pública, fundamentada em práticas como a do linchamento digital (GOMES, 2020, 2021; FREITAS, 2017), é agenciada como forma de enfrentamento. A existência desse pânico moral *antifujoshi* e *antifetichista* remonta a discussões existentes pelo menos desde a década de 1980 no Japão — iniciadas por homens gays que criticavam a representação homossexual nas obras de escritoras de *yaoi* — atualizando-se e transnacionalizando-se para o Ocidente.

³¹⁹ Essas são as quatro características fundamentais dos públicos em rede, isto é, a maneira pela qual Boyd (2007) caracteriza as interações mediadas nos sites de redes sociais. Ela descreve esses quatro elementos assim: a persistência diz respeito à disponibilidade do que foi publicado, a menos que seja apagado e que não tenha sido capturado em formato de imagem; a buscabilidade diz respeito à qualidade de acessibilidade ao que foi publicado e a encontrabilidade de pessoas, instituições e demais informações pelos mecanismos de busca; a replicabilidade diz respeito à citacionalidade e reprodução exata de publicações, com interpretações alinhadas ou desalinhadas da sua fonte; as audiências invisíveis dizem respeito à expansibilidade de nossas interações em sites de redes sociais, uma vez que, impulsionadas pelos demais elementos, elas atingem públicos que estão além daqueles visíveis e reconhecíveis para nós (BOYD, 2007).

Como fica visível na descrição de Cohen (2011), há duas dimensões que marcam especificamente o fenômeno do pânico moral e inclusive justifica o adjetivo que lhe é empregado: a dimensão moral — isto é, a mobilização do discurso moral em defesa dos valores sociais, da regulação e disciplinarização (FOUCAULT, 2014 [1975]) morais que ele suscita — e o aspecto sintomático — o encontro de causas sociais, as chamadas ansiedades mais amplas, que justifiquem o fenômeno através do jogo discursivo, ainda que não haja relações diretas (GARLAND, 2019). Nesse sentido, não são casuais as associações das *fujoshi* com fenômenos como a pedofilia e o estupro. Desde a popularização da literatura *yaoi*, esses trabalhos começaram a ser vistos como fetichistas, imorais e um perigo para as crianças (SUZUKI, 2013). As perseguições às chamadas *fujoshi* estabelecem uma relação com os movimentos *antiship*, associado às práticas de *shipping*, e *antikink*, que denunciam práticas sexuais não normativas por seu perigo iminente à juventude e outrossim às crianças³²⁰. Ambos movimentos associam de alguma maneira suas agentes à pedofilia, seja como possíveis praticantes, seja como possíveis apoiadoras. E voltam-se ao ataque à ponografia como elemento catalisador dessa possível deterioração moral, assim como, em muitos casos, como observei no *fandom* internacional, vê-se também um ataque às teorias de gênero que se projetam em uma direta manifestação de transfobia e sexismo.

Garland (2019) sugere que alguns pânicos morais também podem assumir o estatuto de guerras culturais, à medida em que a disputa é mais horizontal entre as partes envolvidas. O surgimento de novos agentes sociais — entre os quais estão ativistas e intelectuais que se manifestam contra a demonização do Outro e produzem inflexões na ansiedade social generalizada — que alteram as “[...] condições e possibilidades da expressão pública [...]” têm consequências diretas “[...] na natureza dos pânicos morais [...]” (GARLAND, 2019, p. 51). Os pânicos morais deixariam de ter um caráter consensual, como tradicionalmente marcados, e passariam a ser melhor compreendidos nos termos das guerras de cultura, cuja natureza conflituosa e heterogênea dos posicionamentos são expressivas (GARLAND, 2019).

Ao invés de se tornarem demonizados, impotentes face à indignação pública e forçados a desistir ou a adotar a marcada identidade sobre eles imposta, os alvos das campanhas morais atuais terão por vezes a

³²⁰ Futuramente, pretendo pesquisar as políticas *antiship* e as associações entre os movimentos acima como expressão de um fenômeno em comum e abrangente.

capacidade de resistir às identidades desviantes e assegurar o valor social e a normalidade de sua conduta. Em conflitos morais do segundo tipo, o ultraje expressado por um grupo de espectadores desperta não um pânico público, mas, ao invés, uma desafiante (e igualmente ultrajada) resposta por parte dos “demonizados”, cuja conduta foi posta em questão. Conflitos recentes envolvendo casais do mesmo sexo e a questão do casamento gay, imigrantes ilegais e a reforma legislativa ou mulheres muçulmanas e o uso do *hijab* nas escolas algumas vezes se iniciam como pânicos morais e terminam como guerras culturais politicamente contestadas — sugerindo que estas dinâmicas podem ser afetadas pela evolução normativa e pelas mudanças no status do grupo desviante, bem como pela proliferação midiática e fragmentação política. (GARLAND, 2019, p. 52–53, grifos do autor).

O pânico moral sobre a *hipersexualização-fujoshi* não se trata de “[...] uma relação vertical entre a sociedade e o grupo desviante [...]” (GARLAND, 2019, p. 51), como se acredita que era nas versões clássicas de pânicos morais estudadas a partir da década de 1970 (GARLAND, 2019). Como pude ver mais expressivamente em tweets de fãs não brasileiras em alguns casos em que o estatuto moral das fãs asiáticas estava em questão³²¹, tanto estas quanto outras fãs de países ocidentais respondiam diretamente a denúncias e representações sobre as fãs tailandesas. As autoproclamadas *fujoshi*, como Pachi, têm atuado diretamente na recuperação do sentido histórico do termo junto com outras fãs brasileiras do gênero *yaoi/boys love*, contra o desconhecimento e a desinformação cultural — neste caso sobre a subcultura *yaoi/boys love* e o seu *fandom* — e contra os movimentos *antiship* e *antikink*.

Possivelmente algumas fãs que lerem este capítulo dirão que estou “defendendo” *fujoshi* por não ter muito tempo no *fandom* — logo não conheço o grau de “periculosidade” e “irracionalidade” delas — ou por ser um *fudanshi* — alguém que também fetichizaria atores e cujos atos de alguma maneira *invadissem a privacidade* deles e *insultassem moralmente*. Sim, não tenho muito tempo no *fandom*, pouco mais de um ano e meio. Se fetichizo ou não, seria no mínimo muito suspeita uma negação minha. Também não fiz um exame de consciência para afirmar positivamente. Logo, esta é uma pergunta que não poderei responder. Todavia, o exagero cometido por algumas fãs asiáticas não justifica a produção de um discurso orientalista. As ansiedades morais do público ocidental de fato contribuem para a emergência desse pânico moral, muito mais que o fenômeno em si (GARLAND, 2019). Não estou interessado nas práticas delas, mas em como as

³²¹ A seção 4.1 deste capítulo traz alguns exemplos.

interpretamos, em como produzimos sentidos sobre elas, e em como esses sentidos dialogam com práticas e discursos de diferenciação históricos e de hierarquização moral de populações³²².

Concluo, então, que parte do *fandom* parece mais interessada em vigiar o consumo que as outras pessoas fazem das séries, do *fanservice* e de seus desdobramentos, que consumi-las em si. Ou melhor dizendo, a vigilância sobre o consumo alheio se tornou intrínseco ao seu próprio consumo das séries *boys love*. Por isso, denomino esse fenômeno de consumo moral, entendido como um conjunto de práticas e discursos que vão da vigilância à repreensão moral de quaisquer pessoas em relação ao consumo de um produto específico, incluindo, neste caso, a imposição de uma pedagogia e disciplinarização (FOUCAULT, 2014) dos modos de ser fã a partir de formas específicas, consideradas corretas, reguladas e legitimadas por terceiros de consumo de um bem. Nesse fenômeno, a regulação moral está intrinsecamente associada ao consumo, emergindo dele e tornando-se seu elemento constitutivo.

³²² Talvez devamos nos atentar em como o *fetichismo-fujoshi* e o processo de moralização da experiência de consumo podem ser uma ameaça a práticas sexuais periféricas em pesquisas futuras.

CONCLUSÃO

Bom, chegamos ao fim deste trabalho. Como disse na introdução, nunca imaginei que escreveria sobre este tema, mas aqui estou. E muito feliz com o resultado. Como um novato, tentei imergir no universo de séries *boys love* e no *fandom* brasileiro. Obviamente este texto não reflete nenhuma *realidade etnográfica* ou apresenta um retrato de um *fandom* monolítico, sincrônico ou estável. De forma alguma. Trago discursos, interações, fenômenos, práticas e processos que se me apresentaram no decorrer do trabalho de campo sobre um grupo de pessoas complexo, contraditório e heterogêneo, como o é o grupo humano.

No primeiro capítulo, tentei mostrar como o signo *boys love* é objeto de disputas de significado no *fandom* brasileiro, cujos diferentes sentidos atribuídos à demografia ou ao gênero denotam a abertura semântica dos textos e como as diferentes formas de interpretação são mediadas pelos capitais social, econômico e cultural das consumidoras e seus contextos socioculturais. No movimento de interpretação de um produto que se transnacionaliza e se *glocaliza* (ROBERTSON, 2012), como as séries *boys love*, a *equivocidade* (VIVEIROS DE CASTRO, 2015, p. 90), o *creative misreadings* (leituras incorretas criativas) (BAUDINETTE, 2020) ou as releituras contextuais e idiossincráticas são condições quase que inescapáveis do processo de consumo.

No segundo capítulo, com o auxílio de uma pesquisa quantitativa, tentei explorar as dimensões sociodemográficas do *fandom* brasileiro, com a intenção de dialogar diretamente com algumas questões da literatura sobre o *fandom boys love* transnacional. Como resultado, pude evidenciar aspectos raciais e de gênero e sexualidade expressivos entre as fãs brasileiras, assim como trazer elementos que me permitiram a compreensão da identidade fã para as respondentes e sua relação com a *produtividade textual* (FISKE, 1992). Assim, o *fandom* brasileiro sugere ser majoritariamente branco (49,1%), se tomadas as categorias raciais em separado. Somando pardos (30,6%) e pretos (19,1%), há uma diferença de menos de um por cento entre brancos (49,1%) e negros (49,7%). As fãs são expressivamente não heterossexuais (76,5%), com um público feminino cisgênero (73%) superior ao masculino cisgênero (17,4%). As regiões com mais respondentes foram a Sudeste (36,7%) e a Nordeste (27,5%). A maioria delas está na faixa dos 16–24 anos (54,3%). E apesar de 99,1% se considerar fã, menos da metade (32,4%) se envolve com a produção de subprodutos *boys love*, tais quais *edits*, *fanarts* e *fanfics*. Ademais,

também trouxe apontamentos sobre o lugar e o funcionamento da cultura do *ship* e da prática do *fanservice* no *fandom* brasileiro e na indústria *boys love* tailandesa. O consumo do *ship* como um produto também está envolto em controvérsias morais, talvez uma das mais notáveis. O *fandom* se divide quanto a isso, indo daquelas que exigem liberdade imaginativa até aquelas que advogam pelo fim do *fanservice*, indicando uma compreensão deste nos termos sociológicos da noção de *mercados contestados* (*marchés contestés*) (STEINER; TRESPEUCH, 2016).

No terceiro capítulo, tentei mostrar como as séries *boys love* são catalisadoras de discussões sobre representação LGBT+ e como os posicionamentos são contrastantes. Analisando a relação do governo Tailandês na promoção da indústria *boys love* internacionalmente e a situação histórica (OLIVEIRA, 2015) da Tailândia, elaborei, em complemento à noção de *homonacionalismo* (PUAR, 2015), o conceito de *oportunismo queer*, o qual comporta as noções de *pink money* e *pinkwashing*. *Oportunismo queer* significa a produção e a execução de estratégias políticas e econômicas que, como no caso do governo Tailandês, aproveitam-se do valor simbólico dos discursos neoliberal ocidental e da expansão e visibilidade dos direitos LGBT+, sem comprometer-se com sua garantia para as pessoas desse grupo em seu território. Apresento ainda embates sobre ficção e realidade nas séries *boys love*, sua dimensão política e terapêutica para parte do *fandom*. Se, para algumas fãs, essas produções não têm impacto na vida de pessoas LGBT+, por serem ficções sem representatividade; para outras, elas têm potenciais críticos e permitem a experimentação de outras possibilidades imaginativas de afetividade e vida.

No quarto e último capítulo, tentei mostrar como as relações de poder no *fandom* são mais complexas do que podemos supor ao aceitar uma noção de harmonia e homogeneidade imaginárias de quaisquer que sejam os *fandoms*. Ao mesmo tempo em que consomem conteúdo de origem asiática, as fãs brasileiras de séries *boys love* agenciam discursos e práticas regulatórias de consumo e diferenciação moral entre si — entre as *antifetichistas* e as *fetichistas* — e em relação às fãs asiáticas, aquelas consideradas *fujoshi*. Organizei esses discursos e práticas a partir de dois conceitos, que acredito que possam ser um passo inicial para o enquadramento analítico desses fenômenos: *consumo moral e fetichismo-fujoshi*. Através do primeiro, compreendo um conjunto de práticas e discursos que vão da vigilância à repreensão moral de quaisquer pessoas em relação ao consumo de um produto específico, incluindo, neste caso, a imposição de uma pedagogia e disciplinarização (FOUCAULT, 2014) dos modos de ser fã a partir de formas específicas,

consideradas corretas — reguladas e legitimadas por terceiros — de consumo de um bem. Sugiro o segundo para nomear discursos e práticas das *fãs antifetichismo*, que agenciam a ideia de fetiche de um ponto de vista orientalista (SAID, 2007), como um distintivo moral que caracteriza o Outro como *atrasado, inferior* enquanto produz e reforça sua posição de *civilizadas, racionais*.

Este trabalho deixa outros fenômenos inexplorados ou pouco aprofundados. Tanto não nego isso quanto reforço meu compromisso com a elaboração de discussões posteriores sobre eles em trabalhos futuros. Eis aqui uma pequena lista: (i) as relações entre consumo, emoção e produção de vínculos no *fandom*; (ii) os usos e abusos da noção de *queerbating* pelas fãs brasileiras e internacionais; (iii) o grau de engajamento, disponibilidade de tempo e investimento pessoal para a manutenção de *fansubs* e a produção de conteúdo, assim como as relações inter e intragrupos de legendagem, com observação às formas de concorrência, conflitos, distinção, hierarquia e reciprocidade que podem existir nessa cultura *fansubber*; (iv) a influência do TikTok no acesso aos conteúdos *boys love*, por meio da produtividade textual e de paratextos, que “[...] cumprem uma série de funções no *fandom* de fãs comuns, desde servir como rotas de entrada até novos objetos de fãs [...]” (SANDVOSS; KEARNS, 2014, p. 101); (v) o consumo intergeracional, sobretudo a partir da abordagem dos significados atribuídos a essas produções e as motivações de consumo por diferentes faixas etárias, com especial atenção à experiência de consumo de mulheres velhas; e (vi) a produção do erotismo no *fandom* pelo consumo de séries *boys love*.

Quanto aos pontos fracos, acredito que minha ambição e o tempo talvez sejam os principais. Considerando o tempo do mestrado e a multiplicidade de fenômenos analisados, não pude desenvolver maior adensamento teórico nas discussões, não obstante a literatura presente sirva aos propósitos analíticos. Ciente disso, comprometo-me a continuar e aprofundar as discussões já elaboradas aqui, assim como as que mencionei no parágrafo acima. Além disso, há também o desconhecimento e não domínio sobre o tailandês, o que me impossibilitou de acessar com intensidade e qualidade os discursos de fãs tailandesas e a literatura sobre as séries *boys love* na língua mencionada, a despeito dos serviços de tradução — que não são tão acurados para esse idioma.

Concluindo, todas essas discussões que acompanhei sobre as séries *boys love* evidenciam que, não obstante nosso contexto de abertura aos direitos LGBT+, a TV e a mídia brasileira não saíram tanto do armário quanto pensávamos. Ao contrário da

tailandesa, mesmo levando em consideração seu contexto jurídico e político desfavoráveis para esse grupo — contradição que discuti no primeiro tópico do terceiro capítulo. As séries *boys love*, como um fenômeno complexo e envolto em contradições, revelaram a influência e imprescindibilidade da interação indústria-fã na consolidação e popularização de um novo mercado, seja da séries ou do *ship/fanservice*. A indústria *boys love* tailandesa, produzida a partir da cultura *yaoi*, incorporando a prática de *ship* e atualizando-a com o *fanservice*, alcançou uma audiência transnacional, seguindo os passos da literatura *boys love*, mas com maior amplitude (PRASANNAM, 2019).

Com essa circulação transoceânica, logo os impactos em termos de representação começaram a se manifestar. Assim como os efeitos subjetivos, terapêuticos, sobre diferentes fãs, especialmente LGBTQ+, que passaram a ver nessas produções um lugar de conforto e possibilidades imaginativas, sem desconsiderar as críticas. Não obstante algumas reivindicações — como a demanda por mais *hot*, a crítica ao uso do termo esposa, a expressão discursiva da sexualidade — feitas por fãs brasileiras e internacionais sejam legítimas do ponto de vista de seus contextos socioculturais e posicionamentos políticos, no consumo de produtos oriundos de outra cultura, antes de medi-los com a régua estética, moral e política do Ocidente, devemos entender seu contexto de produção, seus níveis de avanço e adequação em relação ao seu local de origem e as complexidades política e sociocultural que o revestem.

É preciso também um cuidado com o julgamento moral e a generalização. Não podemos perder de vista que nossa recepção de conteúdos asiáticos está mediada tanto por desejos e interesses quanto por dispositivos como o orientalismo (SAID, 2007), que facilitam a projeção de valores e ideias negativas em relação às culturas das quais esses conteúdos partem — por exemplo, quando fãs ocidentais julgam saber mais e serem melhores fãs que as asiáticas e mobilizam categorias — como *fujoshi* — de modo equivocado, em tom acusatório, desconsiderando a história que a constitui, reproduzindo e intensificando formas de distinção moral, exclusão e homogeneização social.

REFERÊNCIAS

2021 THAI BL Series. **MyDramaList**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://mydramalist.com/list/4YW5oZKL>. Acesso em: 3 mar. 2022.

[ENG SUB] แก่เพื่อนครับเพื่อน BAD BUDDY SERIES | EP.9 [4/4]. [S. l.: s. n.], 2021. 1 vídeo (13 min. 48 s.). Publicado pelo canal GMMTV. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=c8j7vYp7l5I>. Acesso em: 13 jan. 2022.

A EMPRESA não posicionou [...]. [S.l.], 12 mar. 2022. Twitter: @centralboyslove. Disponível em: <https://twitter.com/centralboyslove/status/1502736794554716162>. Acesso em: 2 nov. 2021.

ABERCROMBIE, N.; LONGHURST, B. **Audiences**: a sociological theory of performance and imagination. London: Sage, 1998.

ABU-LUGHOD, L. As mulheres muçulmanas precisam realmente de salvação? Reflexões antropológicas sobre o relativismo cultural e seus outros. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 20, n. 2, p. 451–470, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2012000200006>. Acesso em: 25 out. 2022.

AHAHA, I'm loving Safe House [...]. [S.l.], 16 set. 2021. Twitter: @tbaudinette. Disponível em: <https://twitter.com/tbaudinette/status/1438348866118582273>. Acesso em: 16 set. 2021.

ANGLES, J. **Writing the love of boys**: origins of bishōnen culture in modernist Japanese literature. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2011 [1971].

ARANHA, G. Vozes abafadas: o mangá yaoi como mediação do discurso feminino. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 19, p. 240–251, 2010. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/3305>. Acesso em: 14 maio 2022.

ARAUJO, M. IQIYI e a televisão chinesa: uma reflexão sobre as plataformas de streaming sob demanda para além do Ocidente. **GEMInIS**, [s.l.], v. 12, n. 3, p. 151–168, 2022. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/629>. Acesso em: 14 maio 2022.

ARTIGO | O que influencia o quanto de skinship tem em um BL? **Central Boys Love**, [s.l.], 15 mar. 2015. Disponível em: <https://www.centralboyslove.com/2021/03/artigo-o-que-influencia-quanto-skinship.html>. Acesso em: 5 out. 2021.

BATOCABE, J. W .C. **When the 'bakla' and the 'AJ' fight back**: looking at how the collective gay identity of the gay and lesbian social movement in the Philippines and Singapore is created and used. Orientador: Irving Johnson. 2011. 90 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) — Department of Southeast Asian Studies, National University of Singapore, 2011.

BAUDINETTE, T. Creative misreadings of “Thai BL” by a filipino fan community: dislocating knowledge production in transnational queer fandoms through aspirational consumption. **Mechademia**, [s.l.], v. 13, n. 1, p. 101–118, 2020. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/10.5749/mech.13.1.0101>. Acesso em: 19 jun. 2020.

BAUDINETTE, T. Love sick, the series: adapting japanese boys love to Thailand and the creation of a new genre of queer media. **South East Asia Research**, [s.l.], v. 27, n. 2, p. 115–132, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0967828X.2019.1627762?journalCode=rsou20>. Acesso em: 19 jun. 2020.

BENTÔ|Qual é a diferença entre gênero e demografia nos animes? **Omelete**, [s.l.], 10 mar. 2021. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/anime-manga/bento-demografia-genero-animes>. Acesso em: 12 maio 2022.

BERLANT, L.; WARNER, M. Sex in public. **Critical Inquiry**, [s.l.], v. 24, n. 2, p. 547–566, 1998. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/1344178>. Acesso em: 25 jul. 2022.

BL TEM tendência [...]. [S.l.], 7 ago. 2021. Twitter: @centralboyslove. Disponível em: <https://twitter.com/centralboyslove/status/1424162189196238855>. Acesso em: 7 ago. 2021.

BOURCIER, S. Sexo e neoliberalismo. In: BENTO, B.; FÉLIX-SILVA, A. V. (org.). **Desfazendo Gênero I**: subjetividades, cidadania, transfeminismos. Natal: EDUFRRN, 2015. p. 25–49.

BOYD, D. Why youth (heart) social network sites: the role of networked publics in teenage social life. In: BUCKINGHAM, D. (org.). **Youth, identity, and digital media**. Cambridge: MIT Press, 2007. p. 119–142. Disponível em: <http://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf>. Acesso em: 25 out. 2022.

BRAGA JR., A. X. **Desvendando o mangá brasileiro**: reprodução ou hibridização? Orientadora: Lilia Maria Junqueira. 2005. 161 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) — Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005.

BRENNAN, J. Queerbaiting: the ‘playful’ possibilities of homoeroticism. **International Journal of Cultural Studies**, [s.l.], v. 21, n. 2, p. 1–18, 2016. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1367877916631050>. Acesso em: 11 nov. 2022.

BRUNO. [Convite para entrar em grupo]. Telegram: [mensagem privada]. 19 ago. 2021. 1 mensagem Telegram.

BUTLER, J. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão de identidade. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008 [1990].

BUTLER, J. **Quadros de guerra**: quando a vida é passível de luto? 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016 [2009].

CAMPOS, T.; TEODORO, M.; GOBBI, M. Doramas: cenários da cultura asiática. **Iniciação Científica Cesumar**, [s.l.], v. 17 n. 2, p. 173–181, 2015. Disponível em:

<https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/iccesumar/article/view/4271>. Acesso em: 8 abr. 2022.

CARDOSO DE OLIVEIRA, L. R. Existe violência sem agressão moral? **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, [s.l.], v. 23, n. 67, p. 135-146, 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/YmSpRVMkLsSTJW5Kdf6bLdB/?lang=pt#>. Acesso em: 25 out. 2022.

CASTILHO, S.; SOUZA LIMA, A. C.; TEIXEIRA, C. C. Etnografando burocratas, elites e corporações: a pesquisa entre estratos hierarquicamente superiores em sociedades contemporâneas. In: CASTILHO, S.; SOUZA LIMA, A. C.; TEIXEIRA, C. C. (org.) **Antropologia das práticas de poder, reflexões etnográficas entre burocratas, elites e corporações**. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2014. p. 7-31.

CESARINO, L. Antropologia digital não é etnografia: explicação cibernética e transdisciplinaridade. **Civitas**, [s.l.], v. 21, n. 2, p. 304-315, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/civitas/a/lqrLW6qzD7FydZMbMkj39xx/#>. Acesso em: 8 abr. 2022.

CHEGA de filmes LGBT [...]. [S.l.], 1 jul. 2021. Twitter: @calorempire. Disponível em: <https://twitter.com/calorempire/status/1410763548876234752>. Acesso em: 2 jun. 2021.

COHEN, S. **Folk devils and moral panics**: the creation of the Mods and Rockers. London: Routledge, 2011 [1972].

COLLING, L.; ARRUDA, M. S.; NONATO, M. N. Perfechatividades de gênero: a contribuição das fechativas e afeminadas à teoria da performatividade de gênero. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 57, p. 1-34, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cpa/a/nnMNWqQW7tjNCP9Kn9tgYIf/?lang=pt>. Acesso em: 12 jul. 2021.

COMPANY List. **TBLC**, [s.l.], ©2021. Disponível em: <https://www.thaiblcontent.com/company.html>. Acesso em: 29 jun. 2021.

COMPANY Profile. **Johnny & Associates**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://www.johnny-associates.co.jp/company/?lang=en>. Acesso em: 13 abr. 2022.

CONSIDERADA precursora das chamadas BL-Series [...]. [S. l.], 21 fev. 2022. Facebook: @thaiembbrasil. Disponível em: <https://www.facebook.com/thaiembbrasil/posts/4995939453775742>. Acesso em: 21 fev. 2022.

COSTA, J. F. **A inocência e o vício**: estudos sobre o homoerotismo. Relume-Dumará: São Paulo, 1992.

DE CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1998 [1990].

DE KOSNIK, A. Fandom as free labor. In: SCHOLZ, T. (ed.). **Digital labor**: the internet as playground and factory. New York: Routledge, 2013. p. 98-111.

DE LAURETIS, T. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, H. (Org.). **Tendências e impasses**: o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994. p. 206–242.

DEMOGRAFIAS dos mangás[...]. **JBOX**, [s.l.], 27 abr. 2021. Disponível em: <https://www.jbox.com.br/2021/04/27/demografias-de-manga-o-que-e-shounen-shoujo-seinen-e-josei-guia-jbox-de-manga-para-iniciantes-1/>. Acesso em: 12 maio 2022.

DERRIDA, J. **Gramatologia**. São Paulo: Perspectiva; Edusp, 1973.

DOMINGUES, I.; MIRANDA, A. P. **Consumo de ativismo**. São Paulo: Estação das Letras, 2018.

DONATH, J. S. Identity and deception in the virtual community. In: SMITH, M. A.; KOLLOCK, P. (ed.). **Communities in cyberspace**. London: Routledge, 1999.

DRUCKER, P. A normalidade gay e a transformação queer. **Cadernos Cemarx**, Campinas, n. 10, p. 199–217, 2018. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/ce marx/article/view/10927>. Acesso em: 28 jul. 2022.

DUGGAN, L. **The twilight of equality?** Neoliberalism, cultural politics, and the attack on democracy. Boston: Beacon Press, 2003.

É MEIO que um “aviso” [...]. [S.l.], 12 mar. 2022. Twitter: @centralboyslove. Disponível em: <https://twitter.com/centralboyslove/status/1502737351470383105>. Acesso em: 2 nov. 2021.

É QUEIXA constante da comunidade [...]. [S.l.], 28 jun. 2021. Twitter: @centralboyslove. Disponível em: <https://twitter.com/centralboyslove/status/1409550432653955074>. Acesso em: 28 jun. 2021.

ENOMOTO, Y.; HASHIZUME, K.; KISHIMOTO, M. Thailand's 'boys love' dramas stealing hearts around the world. **NikkeiAsia**, [s.l.], 10 abr. 2022. Disponível em: <https://asia.nikkei.com/Business/Media-Entertainment/Thailand-s-boys-love-dramas-stealing-hearts-around-the-world>. Acesso em: 12 maio 2022.

ENQUANTO isso a gente reclama [...]. [S.l.], 2 jul. 2021. Twitter: @centralboyslove. Disponível em: <https://twitter.com/centralboyslove/status/1411071276022734848>. Acesso em: 2 jun. 2021.

ENTENDA a diferença entre convenções de gênero e tropos narrativos. **Writer's Room 51**, [s.l.], 24 mar. 2022. Disponível em: <https://www.writersroom51.com/post/diferen%C3%A7a-entre-convences-e-tropos-narrativos>. Acesso em: 11 out. 2022.

FACAIA, K. Entendendo as demografias dos mangas. **Gyabbo!**, [s.l.], 1 mar. 2016. Disponível em: <https://www.genkidama.com.br/gyabbo/2016/03/01/desmistificando-as-demografias-dos-mangas/>. Acesso em: 12 maio 2022.

FASSIN, É. A democracia sexual no coração da democracia: a centralidade do gênero para a leitura do presente – entrevista com Éric Fassin. [Entrevista cedida a] Larissa Pelúcio e Diego Paz. **Interface**, [s.l.], v. 23, e190258, 2019. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/icse/a/dp6WfstkkjcBp9fKvqtjZQy/?lang=pt#>. Acesso em 29 jun. 2021.

FAVRET-SAADA, J. Ser afetado. **Cadernos de Campo**, [s.l.], v. 13, n. 13, p. 155–161, 2005. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/50263>. Acesso em: 27 jan. 2022.

FERMIN, T. Appropriating yaoi and boys love in the Philippines: conflict, resistance and imaginations through and beyond Japan. **ejcjs**, v. 13, n. 3, p. 1–24, 2013a. Disponível em: <https://japanesestudies.org.uk/ejcs/vol13/iss3/fermin.html>. Acesso em: 5 jun. 2021.

FERMIN, T. **Uncovering hidden transcripts of resistance of yaoi and boys love fans in Indonesia, Singapore and the Philippines**: critiquing gender and sexual orders within global flows of japanese popular culture. 2013b. 259 f. Orientadora: Muta Kazue. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) — Graduate School of Human Sciences, Osaka University, Osaka, 2013b.

FISKE, J. The cultural economy of fandom. In: LEWIS, L. A. (ed.). **The adoring audience**. London: Routledge, 1992. p. 30–49.

FLORETTA, J. 5 Alasan Bad Buddy Dicintai Penggemar Serial Thailand. **Magdalene**, [s.l.], 1 dez. 2021. Disponível em: <https://magdalene.co/story/5-alasan-bad-buddy-dicintai-penggemar-serial-thailand>. Acesso em: 13 jan. 2022.

FLORINDO, M. D. M. S. **Jogos de yaoi no Orkut e na cidade de Vitória**: uma perspectiva etnográfica multisituada. Orientadora: Leila Sollberger Jeolás. 2013. 103 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) — Centro de Ciências Humanas, Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2013. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.uel.br/document/?code=vtls000187808>. Acesso em: 19 jun. 2020.

FLORINDO, M. D. M. S. Jogos de yaoi no Orkut: sentidos e experiências. **Simbiótica**, [s.l.], v. 2, n. 1, p. 143–172, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/simbiotica/article/view/10331>. Acesso em: 1 jul. 2021.

FONSECA, C. O anonimato e o texto antropológico: dilemas éticos e políticos da etnografia ‘em casa’. **Teoria e Cultura**, [s.l.], v. 2, n. 1/2, p. 39–53, 2007. Disponível em: <https://periodicos.ufff.br/index.php/TeoriaeCultura/article/view/12109>. Acesso em: 14 mar. 2022.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade 1**: a vontade de saber. 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2017a [1976].

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 6. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2017b [1979].

FOUCAULT, M. Polêmica, política e problematizações (1984). In: FOUCAULT, M. **Estratégia, poder-saber**. Organização de Manoel Barros da Motta. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004. p. 225–233. (Coleção Ditos & Escritos IV).

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir**: o nascimento das prisões. 42. ed. Petrópolis: Vozes, 2018 [1975].

FREITAS, E. T. Linchamentos virtuais: ensaio sobre o desentendimento humano na internet. **Antropolítica**, [s.l.], v. 1, n. 42, 2018. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/41893>. Acesso em: 11 out. 2022.

FRY, P.; MACRAE, E. **O que é homossexualidade?** São Paulo: Abril Cultural: Brasiliense, 1985.

GARCIA, A.; MOURA, L. Relações parassociais e cultura fandom: um encontro no universo mágico de Harry Potter. Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 25, 2019, Vitória. **Anais** [...]. Vitória: Intercom, 2019. p. 1-14. Disponível em: https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2019/lista_area_DT08.htm. Acesso em: 11 nov. 2022.

GARLAND, D. Sobre o conceito de pânico moral. **Delictae**, [s.l.], v. 4, n. 6, p. 36-78, 2019 [2008]. Disponível em: <https://delictae.com.br/index.php/revista/article/view/90>. Acesso em: 15 out. 2022.

GILES, D. Parasocial interaction: a review of the literature and a model for future research. **Media Psychology**, [s.l.], v. 4, n. 3, p. 279-305, 2002. Disponível em: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S1532785XMEP0403_04. Acesso em: 12 nov. 2022.

GLUCKMAN, M. Análise de uma situação social na Zululândia moderna. In: FELDMAN-BIANCO, B. (org.). **Antropologia das sociedades contemporâneas: métodos**. 2. ed. São Paulo: Editora UNESP, 2010 [1968, 1987].

GMM Grammy Public Company Limited (GRAMMY-R.BK). **Yahoo Finance**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://finance.yahoo.com/quote/GRAMMY-R.BK/financials>. Acesso em: 3 maio 2022.

GMMTV ARTISTS. **GMMTV**, [s.l.], ©2020. Disponível em: <https://www.gmm-tv.com/artists/>. Acesso em: 22 set. 2022.

GMMTV. Twitter: @GMMTV. Disponível em: <https://twitter.com/GMMTV>. Acesso em: 1 dez. 2021.

GOMES, W. O cancelamento da antropóloga branca e a pauta identitária. **Folha de S.Paulo**, [s.l.], 11 ago. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2020/08/o-cancelamento-da-antropologa-branca-e-a-pauta-identitaria.shtml>. Acesso em: 12 out. 2022.

GOMES, W. Vigilantismo e linchamentos digitais. **Cult**, [s.l.], 19 nov. 2021. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/vigilantismo-e-linchamentos-digitais/>. Acesso em: 12 out. 2022.

GUERALDI, R. G. **A aplicação do conceito de poder brando (soft power) na política externa brasileira**. Orientadora: Ana Lúcia Guedes. 2006. 206 f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) — Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2006.

GUIMARÃES, L. F. **Tribos urbanas e sua estética própria: uma análise da representatividade LGBTQ a partir da série Gameboys**. Orientador: Milton Júlio Faccin.

2014. 174 f. Monografia (Graduação em Jornalismo) — Universidade Estácio de Sá, Niterói, 2021.

GUPTA, A.; FERGUSON, J. Discipline and practice: “the field” as site, method, and location in Anthropology. In: GUPTA, A.; FERGUSON, J. (org.). **Anthropological locations: boundaries and grounds of a field science**. Berkeley: University of California Press, 1997.

GUSHIKEN, Y.; HIRATA, T. Processos de consumo cultural e midiático: imagem dos ‘Otakus’, do Japão ao mundo. **Intercom**, [s.l.], v. 37, n. 2, p. 133–152, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/7Fm4dpr6VPTHm5C3GqrCMgr/?lang=pt#>. Acesso em: 10 jul. 2022.

HILLS, M. O fandom como objeto e os objetos do fandom. [Entrevista cedida a] Clarice Greco. **MATRIZES**, [s.l.], v. 9, n. 1, p. 147–163, 2015. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matriz/es/article/view/100678>. Acesso em: 23 nov. 2022.

HINE, C. A internet 3E: uma internet incorporada, corporificada e cotidiana. **Cadernos de Campo**, [s.l.], v. 29, n. 2, p. 1–42, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/181370>. Acesso em: 5 jun. 2021.

HOME. **Reddit**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://www.redditinc.com/>. Acesso em: 29 jun. 2021.

HORST, H.; MILLER, D. O digital e o humano: prospecto para uma Antropologia Digital. **Parágrafo**, [s.l.], v. 3, n. 12, p. 91–111, 2015. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/334>. Acesso em: 26 jan. 2022.

INGOLD, T. Antropologia versus etnografia. **Cadernos de Campo**, [s.l.], v. 26, n. 1, p. 222–228, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/140192>. Acesso em: 26 jan. 2022.

INGOLD, T. **Antropologia: para que serve?** São Paulo: Editora Vozes, [2018] 2019. (Coleção Antropologia).

INGOLD, T. Chega de etnografia! A educação da atenção como propósito da antropologia. **Educação**, [s.l.], v. 39, n. 3, p. 404–411, 22 dez. 2016. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/faced/article/view/21690>. Acesso em: 26 jan. 2022.

INGOLD, T. **Estar vivo: ensaios sobre movimento, conhecimento e descrição**. São Paulo: Vozes, 2015 [2011]. (Coleção Antropologia).

JACKSON, P. A. An explosion of Thai identities: global queering and re-imagining queer theory. **Culture, Health and Sexuality**, [s.l.], v. 4, n. 4, p. 405–424, 2000. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13691050050174422>. Acesso em 2 nov. 2022.

JACKSON, P. A. Tolerant but unaccepting: the myth of a Thai “gay paradise”. In: JACKSON, P. A.; COOK, N. M. **Genders and sexualities in modern Thailand**. Chiang Mai: Silkworm Books, 1999.

JÁ QUE estava tendo confusão [...]. [S.l.], 2 nov. 2020. Twitter: @centralboyslove. Disponível em: <https://twitter.com/centralboyslove/status/1455612928040783879>. Acesso em: 2 nov. 2021.

JAPANESE BL dramas [...]. **BL Watcher**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://blwatcher.com/bl-series/japanese-bl-dramas/>. Acesso em: 13 out. 2022.

JENKINS, H. Acafandom and beyond: week two, part one (Henry Jenkins, Erica Rand, and Karen Hellekson). **Henry Jenkins**, [s.l.], 2011. Disponível em: http://henryjenkins.org/blog/2011/06/acafandom_and_beyond_week_two.html. Acesso em: 30 mar. 2022.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008 [2006].

JENKINS, H. **Fans, bloggers and gamers: exploring participatory culture**. New York: New York University Press, 2006.

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

KÄNG, D. B. (2014). Conceptualizing Thai genderscapes: transformation and continuity in the Thai sex/gender system. In: LIAMPUTTONG, P. (ed.). **Contemporary socio-cultural and political perspectives in Thailand**. Dordrecht: Springer, 2014. p. 409–429.

KIESLER, S.; SIEGEL, J.; MCGUIRE, T. W. Social psychological aspects of computer-mediated communication. **American Psychologist**, [s.l.], n. 39, v. 10, p. 1123–1134, 1984. Disponível em: https://www.cs.cmu.edu/~kiesler/publications/PDFs/1984_Social-Psych-Aspects-Comp-Med-Comm.pdf. Acesso em: 12 out. 2022.

KOMSANTORTERMVASANA; LEESA-NGUANSUK, S.; WORRACHADDEJCHAI, D. Asia falls in love with Thai boys love. **Bangkok Post**, [s.l.], 5 maio 2022. Disponível em: <https://www.bangkokpost.com/business/2305042/asia-falls-in-love-with-thai-boys-love>. Acesso em: 12 maio 2022.

KOREAN BL dramas [...]. **BL Watcher**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://blwatcher.com/bl-series/korean-bl-dramas/>. Acesso em: 13 out. 2022.

KÜNZLER, A. **Lessons of love from asian boys' love: investigating the influence of asian boys' love on fans' views and experiences of real-life people and relationships**. Orientadora: Vasiliki Belia. 2020. 43 f. Dissertação (Mestrado em Estudos de Gênero) — Faculty of Humanities, Utrecht University, Utrecht, 2020. Disponível em: <http://dspace.library.uu.nl/handle/1874/399419>. Acesso em: 1 jul. 2021.

LATOURE, B. A ligeira surpresa da ação: fatos, fetiches, fetiche. In: LATOURE, B. **A esperança de Pandora: ensaios sobre a realidade dos estudos científicos**. Bauru: EDUSC, 2001 [1999], p. 305–334.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em Ciências Humanas**. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

LAVIN, M.; YANG, L.; ZHAO, J. (ed.). **Boys' love, cosplay, and androgynous idols: queer fan cultures in Mainland China, Hong Kong, and Taiwan**. Hong Kong: Hong Kong University Press, 2017.

LEITÃO, D. K.; GOMES, L. G. Etnografia em ambientes digitais: perambulações, acompanhamentos e imersões. **Antropolítica**, v. 1, n. 42, p. 41–65, 2018. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/41884>. Acesso em: 14 mar. 2022.

LEVI, A. MCHARRY, M.; PAGLIASSOTTI, D (ed.). **Boys love manga: essays on the sexual ambiguity and cross-cultural fandom of the genre**. North Carolina: McFarland & Company, 2008.

LINS, B. A. **Caiu na rede: mulheres, tecnologias e direitos entre nudes e (possíveis) vazamentos**. Orientadora: Heloisa Buarque de Almeida. 2019. 218 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) — Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-21022020-145523/pt-br.php>. Acesso em: 1 abr. 2021.

LISTA | 10 atores e atrizes abertamente LGBTs. **Central Boys Love**, [s.l.], 4 jun. 2021. Disponível em: <https://www.centralboyslove.com/2021/06/lista-10-atores-e-atrizes-abertamente.html>. Acesso em: 5 ago. 2021.

LOURENÇO, N. Globalização e glocalização. O difícil diálogo entre o global e o local. **Mulemba**, [s.l.], v. 4, n. 8, p. 1–12, 2014. Disponível em: <http://journals.openedition.org/mulemba/203>. Acesso em: 15 set. 2022.

LUYTEN, S. B. **Mangá: o poder dos quadrinhos**. 3. ed. São Paulo: Hedra, 2012.

MANIFESTO do MidiÁsia. **MidiÁsia**, [s.l.], [20--]. Disponível em: <https://www.midiasia.com.br/manifesto-do-midiasia/>. Acesso em: 9 mar. 2022.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas 2003.

MARCUS, G. Ethnography in/of the world system: the emergence of multi-sited ethnography. **Annual Review of Anthropology**, n. 24, p. 95–117, 1995.

MAY, R. **Love and will**. New York: W. W. Norton & Company, 1969.

MAZUR, D. **Um mergulho na onda coreana, nostalgia e cultura pop na série de K-dramas “Reply”**. Orientador: Afonso de Albuquerque. 2018. 174 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Instituto de Arte e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

MBEMBE, A. Necropolítica. **Artes & Ensaios**, [s.l.], n. 32, p. 122–151, 2016. Disponível em: <https://revistas.uff.br/index.php/ae/article/view/8993>. Acesso em: 6 ago. 2022.

MCLELLAND, M. *et al.* (ed.). **Boys love manga and beyond: history, culture, and community in Japan**. Jackson: University Press of Mississippi, 2015.

MCLELLAND, M. J. The internet, censorship and the global boys' love fandom. **Australian Feminist Law Journal**, [s.l.], v. 23, n. 1, p. 61-77, 2005. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/36986364.pdf>. Acesso em: 1 jul. 2021.

MILLER, D. *et al.* **Como o mundo mudou as mídias sociais**. London: UCL Press, 2019.

MILLER, D.; SLATER, D. Etnografia on e off-line: cibercafés em Trinidad. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 10, n. 21, p. 41-65, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/byXgK3hjvpRs4snhb8MSbGy/?lang=pt#>. Acesso em: 18 mar. 2022.

MISKOLCI, R. Comentário. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 28, p. 55-63, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cpa/a/StkPwG8GQVWYWnjQyB3qHcS/?lang=pt#>. Acesso em: 6 ago. 2021.

MOUFFE, C. Democracia, cidadania e a questão do pluralismo. **Política e Sociedade**, Curitiba, v. 2, n. 3, p. 11-23, 2003. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2015>. Acesso em: 2 out. 2022.

MUITA confusão sobre #Jaehyun [...]. [S.l.], 2 nov. 2020. Twitter: @centralboyslove. Disponível em: <https://twitter.com/centralboyslove/status/1455576415315836936>. Acesso em: 2 nov. 2021.

NÃO, até hoje [...]. [S.l.], 18 mar. 2021. Twitter: @centralboyslove. Disponível em: <https://twitter.com/centralboyslove/status/1372621789889724419>. Acesso em: 2 nov. 2021.

NICHNIG, C. R. Os conceitos têm história: os usos e a historicidade dos conceitos utilizados em relação à conjugalidade entre pessoas do mesmo sexo no Brasil. **Gênero & Direito**, [s.l.], v. 3, n. 1, p. 27-46, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ged/article/view/18580>. Acesso em: 18 jul. 2022.

NO DIA do orgulho LGBT [...]. [S.l.], 28 jun. 2021. Twitter: @centralboyslove. Disponível em: <https://twitter.com/centralboyslove/status/1409500133453148161>. Acesso em: 28 jun. 2021.

NYE, J. S. **Bound to lead**: the changing nature of American power. New York: Basic Books, 1990.

NYE, J. S. **Soft power**: the means to success in world politics. New York: PublicAffairs, 2004.

O BARULHO que nós [...]. [S.l.], 24 jun. 2021. Twitter: @centralboyslove. Disponível em: <https://twitter.com/centralboyslove/status/1408171824924479498>. Acesso em: 28 jun. 2021.

O DIRETOR New Siwaj (diretor de #LoveByChance e #UWMASeries) [...]. [S.l.], 14 jul. 2020. Twitter: @centralboyslove. Disponível em: <https://twitter.com/centralboyslove/status/1283087613423955968>. Acesso em: 5 out. 2021.

OH, C. Queering spectatorship in K-pop: the androgynous male dancing body and western female fandom. **Journal of Fandom Studies**, [s.l.], v. 3, n. 1, p. 59–78, 2015. Disponível em:

https://www.academia.edu/5935206/Queering_Spectatorship_in_K_pop_Androgynous_Flower_Boys_and_Western_Female_Fandom. Acesso em: 3 maio 2022.

OLIVEIRA, J. P. **Regime tutelar e faccionalismo**. Política e religião em uma reserva ticuna. Manaus: UEA Edições, 2015.

OLIVEIRA, J. M. Cidadania sexual sob suspeita: uma meditação sobre as fundações homonormativas e neo-liberais de uma cidadania de “consolação”. **Psicologia & Sociedade**, [s.l.], 2013, v. 25, n. 1, p. 68–78, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/jC7kRjXmQLwGq4SXXGgYt9kx/?lang=pt#>. Acesso em: 28 jul. 2022.

OPINIÃO | Cobrar atores LGBTs em BLs é o caminho? **Central Boys Love**, [s.l.], 11 set. 2020. Disponível em: <https://www.centralboyslove.com/2020/09/cobrar-atores-lgbts-em-bls-e-o-caminho.html>. Acesso em: 5 ago. 2021.

PACHI. Boys love: demografia ou gênero? **Blyme**, [s.l.], 5 nov. 2021. Disponível em: <http://blyme-yaoi.com/2018/2021/11/05/boys-love-demografia-ou-genero/>. Acesso em: 10 nov. 2021.

PATANASOPHON, N. Opinion: The constitutional court says marriage is only for reproduction in outdated opinion. **Thai Enquirer**, [s.l.], 3 dez. 2021. Disponível em: <https://www.thaienquirer.com/35559/opinion-the-constitutional-court-says-marriage-is-only-for-reproduction-in-outdated-opinion/>. Acesso em: 27 maio 2021.

PATANASOPHON, N. Same-sex marriage decision enflames internet outrage. **Thai Enquirer**, [s.l.], 3 dez. 2021. Disponível em: <https://www.thaienquirer.com/35548/same-sex-marriage-decision-enflames-internet-outrage/>. Acesso em: 27 maio 2021.

PEREIRA, S. C. A. Fujoshis e fudanshis do Brasil: subjetividades a partir das leituras do Yaoi. **Ponto Urbe**, [s.l.], n. 23, p. 1–13, 2018. Disponível em: <http://journals.openedition.org/pontourbe/5665>. Acesso em: 14 maio 2022.

PÉTONNET, C. A observação flutuante: exemplo de um cemitério parisiense. **Antropolítica**, Niterói, n. 25, p. 99–111, 2008.

PHILLIPS, A. De uma política de idéias a uma política de presença? **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 9, n. 1, p. 268–290, 2001 [1995]. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/FdBzZvsFvDmZLZQQm5DKY8M/?lang=pt#>. Acesso em: 29 jun. 2021.

PIEVE, V. H. R. V.; MENDONÇA, C. M. C. Yuki's Tale: duas categorias possíveis para questionar a masculinidade hegemônica em um jogo adulto masculino gay. **Revista Periódicus**, [s.l.], v. 1, n. 13, p. 131–155, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/revistaperiodicus/article/view/34167>. Acesso em: 20 mar. 2022.

PIRES, R. B. W. Fetichismo religioso, fetichismo da mercadoria, fetichismo sexual: transposições e conexões. **Revista de Antropologia**, [s.l.], v. 57, n. 1, p. 347–391, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ra/article/view/87763>. Acesso em: 11 out. 2022.

PISKE, O. Proporcionalidade e razoabilidade: critérios de inteligência e aplicação do direito. **TJDFT**, [s.l.], 2011. Disponível em: <https://www.tjdft.jus.br/institucional/imprensa/campanhas-e-produtos/artigos-discursos-e-entrevistas/artigos/2011/proporcionalidade-e-razoabilidade-criterios-de-intelecao-e-aplicacao-do-direito-juiza-oriana-piske>. Acesso em: 19 out. 2022.

POR QUE os BL asiáticos não são hot como as séries ocidentais? **Global Geek**, [s.l.], [2020?]. Disponível em: <https://www.globalgeek.com.br/bl-asiaticos-hot-series-ocidentais-gay/>. Acesso em: 5 out. 2021.

PRASANAM, N. The yaoi phenomenon in Thailand and fan/industry interaction. **Plaridel**, [s.l.], v. 16, n. 2, p. 63–89, 2019. Disponível em: <http://www.plarideljournal.org/article/the-yaoi-phenomenon-in-thailand-and-fan-industry-interaction/>. Acesso em: 1 jul. 2021

PREZADOS, obrigado pelo suporte [...]. [S. l.], 23 fev. 2022. Facebook: @thaiembbrasil. Disponível em: <https://www.facebook.com/thaiembbrasil/posts/4995939453775742>. Acesso em: 21 fev. 2022.

PUAR, J. Homonacionalismo como mosaico: viagens virais, sexualidades afetivas. **Revista Lusófona de Estudos Culturais**, v. 3, n. 1, p. 297–318, 2015 [2011]. Disponível em: <https://rlec.pt/index.php/rlec/article/view/1788>. Acesso em: 2 ago. 2022.

PUAR, J. **Homonationalisme**: politiques queer après le 11 septembre. Paris: Éditions Amsterdam, 2012 [2007].

QUENION, M. -dom. **Affixes**, [s.l.], ©2008. Disponível em: http://henryjenkins.org/blog/2011/06/acafandom_and_beyond_week_two.html. Acesso em: 12 jul. 2022.

RAMOS, L.; ZAHARAN, G. Da hegemonia ao poder brando: implicações de uma mudança conceitual. **Cena Internacional**, [s.l.], v. 8, n. 1, p. 134–157, 2006. Disponível em: <https://biblat.unam.mx/hevila/CENAIternacional/2006/vol8/no1/9.pdf>. Acesso em: 2 ago. 2022.

RATCLIFFE, R. Thailand's gay-romance TV dramas help revive flagging tourism industry. **The Guardian**, [s.l.], 30 jul. 2022. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2022/jul/30/thailands-gay-romance-tv-dramas-help-revive-flagging-tourism-industry>. Acesso em: 4 ago. 2022.

REA, C. A.; AMANCIO, I. M. S. Descolonizar a sexualidade: Teoria Queer of Colour e trânsitos para o Sul. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 53, p. 1–38, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cpa/a/nbgqSYr89np8KP96VFwGCgt/?lang=pt>. Acesso em: 6 ago. 2022.

REA, C. A. Descolonização, feminismos e condição queer em contextos africanos. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 26, n. 3, p. 1–21, 2018a. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/j3bzdZB6PvB9qjzMcprDgCH/?lang=pt>. Acesso em: 6 ago. 2022.

REA, C. A. Pensamento lésbico e formação da Crítica Queer of Color. **Cadernos de Gênero e Diversidade**, Salvador, v. 4, n. 2, p. 117–133, 2018b. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/cadgendiv/article/view/26201>. Acesso em: 6 ago. 2022.

REA, C. A. Sexualidades dissidentes e Teoria Queer pós-colonial: o caso africano. **Epistemologias do Sul**, Foz do Iguaçu, v. 1, n. 1, p. 145–165, 2017. Disponível em: <https://revistas.unila.edu.br/epistemologiasdosul/article/view/775>. Acesso em: 6 ago. 2022.

RECUERO, R. Atos de ameaça à face e à conversação em redes sociais na internet. In: PRIMO, A. (org.). **Interações em Rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/rascunhoatosdeameaca.pdf>. Acesso em: 11 out. 2022.

RIBEIRO, F. B. Etnografias a jato. In: SCHUCH, P.; VIEIRA, M. F.; PETERS, R. **Experiências, dilemas e desafios do fazer etnográfico Contemporâneo**. Porto Alegre: UFRGS, 2010. p. 85–88.

RICH, A. Heterossexualidade compulsória e a existência lésbica. **Bagoas**, [s.l.], n. 5, p. 17–44, 2010 [1993]. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/bagoas/article/view/2309>. Acesso em: 20 jul. 2022.

RITZER, G.; JURGENSON, N. Production, consumption, presumption: the nature of capitalism in the age of the digital ‘prosumer’. **Journal of Consumer Culture**, [s.l.], v. 10, n. 1, p. 13–36, 2010.

ROBERTSON, R. Globalisation or glocalisation? **Journal of International Communication**, [s.l.], v. 18, n. 2, p. 191–208, 2012 [1994]. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13216597.2012.709925>. Acesso em: 15 set. 2022.

RUTHERFORD-MORRISON, L. Where did the world “fandom” come from? **Bustle**, [s.l.], 26 fev. 2016. Disponível em: <https://www.bustle.com/articles/144396-where-did-the-word-fandom-come-from-behind-the-term-that-changed-the-internet-forever>. Acesso em: 12 jul. 2021.

SAFE House 2: Winter Camp (2021). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022a. Disponível em: <https://mydramalist.com/714459-safe-house-2-winter-camp/cast>.

SAFE House 3: Best Bro Secret (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022b. Disponível em: <https://mydramalist.com/723253-safe-house-3-best-bro-secret/cast>.

SAFE House 4: Vote (2022). **MyDramaList**, [s.l.], ©2022c. Disponível em: <https://mydramalist.com/736579-safe-house-4-vote/cast>.

SAFE House. **MyDramaList**, [s.l.], ©2022d. Disponível em: <https://mydramalist.com/710975-safe-house/cast>.

SAID, E. **Orientalismo**: o Oriente como invenção do Ocidente. Companhia das Letras: São Paulo, 2007 [1978].

SANDVOSS, C. Quando estrutura e agência se encontram: os fãs e o poder. **Ciberlegenda**, [s.l.], n. 8, p. 8–41, 2013 [2005]. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36927>. Acesso em: 23 nov. 2022.

SANDVOSS, C.; KEARNS, L. From interpretive communities to interpretative fairs: ordinary fandom, textual selection and digital media. In: DUITTS, L.; ZWAAN, K.; REIJNDERS, S. (ed.). **The Ashgate research companion to fan cultures**. London: Ashgate, 2014. p. 23–34.

SEDGWICK, E. K. A epistemologia do armário. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 28, p. 19–54, 2007. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8644794>. Acesso em: 6 ago. 2021.

SENTIRAM isso aqui? [...]. [S.l.], 24 dez. 2021. Twitter: @hubboyslove. Disponível em: <https://twitter.com/hubboyslove/status/1474481254162698248>. Acesso em: 24 dez. 2021.

SHAH, A. Etnografia? Observação participante, uma práxis potencialmente revolucionária. **Revista de Antropologia da UFSCar**, [s.l.], v. 12, n. 1, p. 373–392, 2020. Disponível em: <https://www.rau2.ufscar.br/index.php/rau/article/view/342>. Acesso em: 6 nov. 2022.

SILVA, L.; TEIXEIRA, J. O impacto da cultura de fãs nas produções tailandesas: uma análise do drama boys love “Adorável Escritor”. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 44, 2021, [s.l.]. **Anais** [...]. [S.l.]: Intercom, 2021. p. 1–15. Disponível em: https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2021/lista_area_II-DT5.htm. Acesso em: 11 nov. 2022.

SILVA, M. D. **A série Free!**: conexões entre “genre” e “gender”. Orientador: Samuel José de Holanda de Paiva. 2017. 145 f. Dissertação (Mestrado em Imagem e Som) — Centro de Educação em Ciências Humanas, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/10807>. Acesso em: 1 jul. 2021.

SILVA, V. A. O proporcional e o razoável. **Revista dos Tribunais**, [s.l.], n. 798, p. 23–50, 2002. Disponível em: <https://constituicao.direito.usp.br/wp-content/uploads/2002-RT798-Proporcionalidade.pdf>. Acesso em: 19 out. 2022.

SIMÕES, J. Gêneros e demografias de anime e manga | Enciclopédia. **ptAnime**, [s.l.], 25 abr. 2016. Disponível em: <https://ptanime.com/generos-e-demografias-de-anime-e-manga-enciclopedia/>. Acesso em: 3 maio. 2021.

SPIVAK, G. **Pode o subalterno falar?** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010 [2008].

STEINER, P.; TRESPEUCH, M. Marchés contestés: contestations morales et populations vulnérables. **Antropolítica**, [s.l.], n. 41, p. 46–77, 2017. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/antropolitica/article/view/41829>. Acesso em: 10 out. 2022.

SUZUKI, M. The possibilities of research on fujoshi in Japan. **Transformative Works and Cultures**, [s.l.], n. 12, 2013. Disponível em: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/462>. Acesso em: 12 out. 2022.

TAIWANESE BL dramas [...]. **BL Watcher**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://blwatcher.com/bl-series/taiwanese-bl-dramas/>. Acesso em: 13 out. 2022.

THAI BL dramas [...]. **BL Watcher**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <https://blwatcher.com/bl-series/thai-bl-dramas/#Boy-Scouts-2022>. Acesso em: 21 abr. 2022.

THAILAND'S 'Y' content industry. **TBLC**, [s.l.], ©2021. Disponível em: <https://www.thaiblcontent.com/tbhc.html>. Acesso em: 29 jun. 2021.

THE ONE Enterprise Group. **GMM GRAMMY**, [s.l.], ©2022. Disponível em: <http://www.gmmgrammy.com/en/one31-business.php>. Acesso em: 3 maio 2022.

THE SINGLE best thing [...]. [S.l.], 28 jun. 2021. Instagram: @saintsup. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CQpuqU8MIs/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 4 ago. 2021.

THE SNIFF kiss in Thailand: love in a breath. **Tasty Thailand**, [s.l.], 11 jul. 2015. Disponível em: <https://tastythailand.com/the-sniff-kiss-in-thailand-love-in-a-breath/>. Acesso em: 5 out. 2021.

TULLOCH, J.; JENKINS, H. **Science fiction audiences: watching Doctor Who and Star Trek**. London: Routledge, 1995.

TORRES, I. L. S.; FERNANDES, F. B. M. Se sofrer LGBTfobia na universidade, denuncie! O Queer Punitivista no contexto de precarização do trabalho. **Revista Diversidade e Educação**, [s.l.], v. 5, n. 2, p. 40–59, 2017. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/divedu/article/view/7526>. Acesso em: 6 ago. 2022.

TURNBULL, J. Korea's "flower men": where's the beef? **The Grand Narrative**, [s.l.], 6 abr. 2009. Disponível em: <https://thegrandnarrative.com/2009/04/06/koreas-flower-men-wheres-the-beef/>. Acesso em: 12 maio 2022.

TURNER, V. **Floresta de símbolos: aspectos do ritual Ndembu**. Niterói: EdUFF, 2005 [1967].

UMA ACUSAÇÃO do governo limitar de duração de beijo a 5 segundos numa série hétero na Tailândia levou alguns diretores a explicar como funciona essa questão. [S.l.], 27 jan. 2021. Twitter: @centralboyslove. Disponível em: <https://twitter.com/centralboyslove/status/1354501077966745600>. Acesso em: 5 out. 2021.

URBANO, K. C. L. Fansubbers brasileiros e suas políticas de mediação nas redes digitais. **Revista FAMECOS**, [s.l.], v. 27, n. 1, p. 1–13, 2021. Disponível em:

<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/36716>. Acesso em: 15 nov. 2022.

VALE DE ALMEIDA, M. Ser mas não ser, eis a questão. O problema persistente do essencialismo estratégico. **CRIA**, Lisboa, 2009.

WARNER, M. (ed.). **Queer of a queer planet: queer politics and Social Theory**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1993.

WELKER, J. A Brief history of shōnen'ai, yaoi and boys love. In: MCLELLAND, M.; NAGAIKE, K.; SUGANUMA, K.; WELKER, J. (ed.). **Boys' love manga and beyond: history, culture, and community in Japan**. Jackson: University Press of Mississippi, 2015. p. 42–75.

XIAOLONG. Drastic change in Korean male prototypes: the “flower boys”. **HELLOKPOP**, [s.l.], 10 mar. 2013. Disponível em: <https://www.hellokpop.com/editorial/drastic-change-in-korean-male-prototypes-the-flower-boys/>. Acesso em: 12 maio 2022.

ZHANG, C.; DEDMAN, A. Hyperreal homoerotic love in a monarchized military conjuncture: a situated view of the Thai boys love industry. **Feminist Media Studies**, [s.l.], v. 21, n. 6, p. 1–5, 2021. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14680777.2021.1959370?journalCode=rfrms20>. Acesso em: 04 abr. 2022.

ZHANG, J. **The reception of Thai boys love series in China: consumption, imagination, and friction**. Orientador: Mark Driscoll. 2021. 168 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Asiáticos e do Oriente Médio) — Department of Asian and Middle Eastern Studies, University of North Carolina at Chapel Hill, Chapel Hill, 2021. Disponível em: https://cdr.lib.unc.edu/concern/honors_theses/jm214z157. Acesso em: 1 jul. 2021.

ZSILA, A. *et al.* Loving the love of boys: motives for consuming Yaoi media. **Plos One**, [s.l.], v. 13, n. 6, p. 1–17, 2018. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6002055/pdf/pone.0198895.pdf>. Acesso em: 1 jul. 2021.

จันทร์หน้าแล้วนะ ที่เราจะได้ตามคิด “8 หนุ่ม GMMTV” กันแบบทั้งวัน ทั้งคืน ทั้งบ้าน! [...]. [S. l.], 8 set. 2021. Instagram: @gmmtv. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CTjS8v7JAnE/>. Acesso em: 16 set. 2021.

เวลาเค้าพูดก็มองไม่เคยเห็น [...]. [S. l.], 18 nov. 2021. Twitter: @theseriesy_th. Disponível em: https://twitter.com/theseriesy_th/status/1461238150378897419. Acesso em: 27 maio 2022.

“COMÉRCIO” avança conteúdo Y para entrar no mercado global. **Thansettakij Multimedia**, [s.l.], 24 jun. 2021. Tradução do Google. Título original: “พาณิชย์”เดินหน้าบนคอนเทนต์วายลุยตลาดโลก. Disponível em: https://www.thansettakij.com/content/Macro_econ/485229. Acesso em: 28 jun. 2021.

ANEXO A — Lista de séries *boys love* lançadas em 2022³²³**SÉRIES BOYS LOVE CHINESAS 2022**

Nº	TÍTULO	LANÇAMENTO
1	I'm A Fool For You 3	ago. 2022
2	In Your Heart	fev. 2022

SÉRIES BOYS LOVE FILIPINAS 2022

Nº	TÍTULO	LANÇAMENTO
1	Meet My Angel 2	jan. 2022
2	Rainbow Prince	jan. 2022
3	Clik Clak Clok	maio 2022
4	Gameboys 2	maio 2022

SÉRIES BOYS LOVE JAPONESAS 2022

Nº	TÍTULO	LANÇAMENTO
1	Kei x Yaku: Dangerous Partners	jan. 2022
2	A Man Who Defies The World of BL 2	mar. 2022
3	We're Both Grooms	mar. 2022
4	Mr. Unlucky Has No Choice but to Kiss!	abr. 2022
5	Fudanshi Bartender	maio 2022
6	Double	jun. 2022

³²³ Esta lista foi feita com base nos sites MyDramaList e BL Watcher. Ela aponta números aproximados de produções por país, observando os anúncios e transmissões por diferentes plataformas de streamings e canais de televisão. É possível que haja mais séries do que as apresentadas aqui. No entanto, esta lista contém as principais séries *boys love* anunciadas e exibidas em 2022.

7	I Just Want To See You	jun. 2022
8	Minato's Laundromat	jun. 2022
9	Old Fashion Cupcake	jun. 2022
10	Senpai, This Can't Be Love!	jun. 2022
11	The 8.2 Second Rule	jun. 2022

12	Takara-kun & Amagi-kun	ago. 2022
----	------------------------	-----------

13	More Than Words	set. 2022
----	-----------------	-----------

14	Eternal Yesterday	out. 2022
15	Kabe Koji	out. 2022

16	Candy Color Paradox	dez. 2022
----	---------------------	-----------

SÉRIES BOYS LOVE SUL-COREANAS 2022

Nº	TÍTULO	LANÇAMENTO
1	Color Rush 2	jan. 2022
2	First Love Again	jan. 2022

3	Kissable Lips	fev. 2022
4	Semantic Error	fev. 2022
5	Oh! Boarding House	fev. 2022
6	Cherry Blossoms After Winter	fev. 2022

7	Blue Of Winter	mar. 2022
8	Blueming	mar. 2022

9	Ocean Likes Me	abr. 2022
---	----------------	-----------

10	Love Class	maio 2022
11	Love In Spring	maio 2022

12	To My Star 2: Our Untold Stories	jun. 2022
----	----------------------------------	-----------

13	Once Again	set. 2022
14	Choco Milk Shake	out. 2022
15	Roommates Of Poongduck 304	out. 2022
16	Happy Ending Romance	nov. 2022
17	Oh! My Assistant	dez. 2022
18	The Director Who Buys Me Dinner	dez. 2022
19	The New Employee	dez. 2022

SÉRIES BOYS LOVE TAILANDESAS 2022

Nº	TÍTULO	LANÇAMENTO
1	Enchanté	jan. 2022
2	Love Area 2	jan. 2022
3	Love Stage!!	jan. 2022
4	My Ride	jan. 2022
5	Physical Therapy	jan. 2022
6	Rak Diao	jan. 2022
7	Something In My Room	jan. 2022
8	The Love Of Winter	jan. 2022
9	You're My Sky	jan. 2022
10	Boy Scouts	fev. 2022
11	Cupid's Last Wish	fev. 2022
12	Cutie Pie	fev. 2022
13	Our Days	fev. 2022
14	Restart(ed)	fev. 2022
15	Scent Of Love	fev. 2022
16	Secret Crush On You	fev. 2022
17	Country Boy 2	mar. 2022

18	Dear Doctor, I'm Coming For Soul	mar. 2022
19	La Cuisine	mar. 2022
20	The Miracle Of Teddy Bear	mar. 2022
21	The Tuxedo	mar. 2022

22	KinnPorsche	abr. 2022
23	Meow Ears Up	abr. 2022
24	My Keychain	abr. 2022
25	Saneha Stories 4: Thanon Sai Saneha	abr. 2022
26	Star And Sky: Star In My Mind	abr. 2022
27	That's My Candy	abr. 2022
28	Triage	abr. 2022
29	What Zabb Man!	abr. 2022

30	Close Friend 2	maio 2022
31	My Secret Love	maio 2022

32	Check Out	jun. 2022
33	Even Sun	jun. 2022
34	In A Relationship	jun. 2022
35	Love Mechanics	jun. 2022
36	Star And Sky: Sky In Your Heart	jun. 2022
37	Unforgotten Night	jun. 2022

38	Coffee Melody	jul. 2022
39	Oh! My Sunshine Night	jul. 2022
40	Rainbow Lagoon	jul. 2022
41	Vice Versa	jul. 2022

42	180 Degree Longitude Passes Through Us	ago. 2022
43	21 Days Theory	ago. 2022
44	Love In The Air	ago. 2022
45	My Only 12%	ago. 2022
46	On Cloud Nine	ago. 2022
47	The Eclipse	ago. 2022

48	War Of Y	ago. 2022
49	What If	ago. 2022
50	Work From Heart	ago. 2022

51	Ai Long Nhai	set. 2022
52	Fahlanruk	set. 2022

53	2 Moons: The Ambassador	out. 2022
54	Big Dragon	out. 2022
55	Ghost Host, Ghost House	out. 2022
56	Hard Love Mission	out. 2022
57	Remember Me	out. 2022
58	Self	out. 2022
59	Till The World Ends	out. 2022
60	To Sir, With Love	out. 2022

61	Between Us	nov. 2022
62	I Will Knock You	nov. 2022

63	609 Bedtime Story	dez. 2022
64	My School President	dez. 2022
65	Never Let Me Go	dez. 2022

SÉRIES BOYS LOVE TAIWANESAS 2022

Nº	TÍTULO	LANÇAMENTO
1	DNA Says Love You	mar. 2022

2	Plus & Minus	abr. 2022
---	--------------	-----------

3	About Youth	ago. 2022
4	Papa & Daddy 2	ago. 2022

5	My Tooth Your Love	out. 2022
---	--------------------	-----------

6	HIStory5: Love In The Future	dez. 2022
---	------------------------------	-----------

ANEXO B — Questionário do Google Forms

1. Quantos anos você tem?

2. Qual o seu estado?

3. Qual a sua identidade de gênero?

Homem cisgênero

Mulher cisgênero

Homem transgênero

Mulher transgênero

Travesti

Não binária

Outro:

4. Qual a sua sexualidade?

Heterossexual

Homossexual

Bissexual

Pansexual

Assexual

Outro:

5. Qual a sua cor/raça ou etnia?

Branca

Preta

Parda

Amarela

Indígena

Outro:

6. Você se considera fã de BL?

Sim

Não

7. Você costuma ler mangás ou novels BL?

Sim

Não

8. Como você conheceu as séries BL?

9. Há quanto tempo você assiste às BL?

Menos de 1 ano

1 ano

2 anos

3 anos

4 anos

5 anos ou mais

Outro:

10. Você costuma assistir às séries por quais plataformas? (Você pode selecionar mais de uma opção.)

Fansubs

Viki

WeTV

GagaOOLala

iQiyi

YouTube das emissoras/produtoras

Outro:

11. Você produz conteúdo de séries BL (como edits, fanfics, imagens)?

Sim

Não

12. Quais plataformas você costuma utilizar para consumir e/ou produzir conteúdos relacionados às séries BL (como edits, fanfics, imagens)? (Você pode selecionar mais de uma opção.)

Instagram

Twitter

Facebook

Telegram

WhatsApp

Tik Tok

Wattpad

Outro:

13. Você consome outros produtos da cultura pop de países do continente asiático? (Você pode selecionar mais de uma opção.)

K-pop

J-pop

Animes

Mangás (em geral)

Doramas (em geral)

Novels (em geral)

Outro:

14. Caso aceite participar da entrevista, deixe seu número de WhatsApp/Telegram (com DDD) ou seu perfil do Twitter, ou Instagram abaixo.

15. Observações ou comentários adicionais.