



Pensando o espaço nas culturas de fãs: um panorama das abordagens geográficas na literatura internacional

Eduarda Cividini Pagnussat¹
Rodrigo Guissoni²

Destaques

- Os Estudos de Fãs carecem de atenção na Geografia brasileira.
- Internationalmente, a temática é emergente, atingindo seu pico produtivo em 2021.
- Os estudos discorrem principalmente sobre fãs de esportes e música.
- Os conceitos geográficos que mais se destacam na amostra são o lugar, paisagem e espaço público.
- Há uma predominância de abordagens críticas e culturais.

Resumo: As culturas de fãs são estudadas desde a década de 1990, com a Geografia servindo como aporte teórico para abordagens multidisciplinares. Entretanto, há uma lacuna nos estudos que articulam os fãs com o espaço na literatura brasileira. O objetivo desse artigo é entender como se caracteriza a produção científica internacional sobre culturas de fãs e o espaço, a fim de explicitar seus elos com a Geografia e aproximá-los da Geografia brasileira. Foi realizada uma revisão sistemática nas bases de dados *Scopus* e *Web of Science*. Após uma triagem de quatro etapas, foram selecionados 49 artigos publicados entre 1997 e 2022. Os artigos passaram por análise de conteúdo e relacional, auxiliadas pelo software *Vosviewer*. A revisão permitiu identificar as principais temáticas, conceitos e recortes geográficos utilizados. Os resultados mostram que a literatura teve seu auge produtivo em 2021 e se concentra em oito tipos de fãs, com destaque para fãs de esporte, fãs de música e fãs de cultura pop. As obras abrangem seis conceitos geográficos centrais, com o lugar tendo maior representatividade, seguido de paisagem, espaço público e território. Assim, esse artigo proporciona caminhos para o avanço dos estudos sobre culturas de fãs e seus espaços no Brasil.

Palavras-chave: Geografia; Espaço geográfico; Fandom; Identidade cultural; Culturas populares contemporâneas.

¹ Doutoranda e Mestre em Geografia pelo Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal do Paraná (PPGEO/UFPR).

² Doutorando em Geografia pelo Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal do Paraná (PPGEO/UFPR). Mestre em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (PPGTUR/UFPR).



Este artigo está licenciado com uma licença Creative Commons

THINKING SPACE WITHIN FAN CULTURES: an overview of geographical approaches in international literature

Abstract: Fan cultures have been studied since the 1990s, with geography serving as a theoretical framework for multidisciplinary approaches. However, there is a gap in studies that articulate fans with geographical space in Brazilian literature. The aim of this study is to understand the characteristics of international scientific production on fan cultures and space, seeking to elucidate its intersections with geography and to bring these issues closer to Brazilian geography. A systematic review was carried out through Scopus and Web of Science. After a four-stage screening, 49 articles published between 1997 and 2022 were selected. The articles underwent content and relational analysis aided by Vosviewer. The results allowed us to identify the articles' main themes, concepts, and geographic areas of focus. The results show that this literature reached its productive peak in 2021 and focuses on eight types of fans, with an emphasis on sports, music, and pop culture fans. The works cover six central geographic concepts, with place having the greatest representation, followed by landscape, public space, and territory. Thus, this article provides paths for advancing studies on fan cultures and their spaces in Brazil.

Keywords: Geography; Geographical space; Fandom; Cultural identity; Contemporary popular cultures.

PENSAR EL ESPACIO EN LAS CULTURAS FAN: UNA VISIÓN GENERAL DE LOS ENFOQUES GEOGRÁFICOS EN LA LITERATURA INTERNACIONAL

Resumen: Las culturas de fans son estudiadas desde la década de 1990, con la Geografía sirviendo como apoyo teórico para enfoques multidisciplinares. Sin embargo, existe una laguna en los estudios que articulan a los fans con el espacio en la literatura brasileña. El objetivo de este artículo es entender cómo se caracteriza la producción científica internacional sobre culturas de fans y el espacio, con el fin de explicitar sus vínculos con la Geografía y acercarlos a la Geografía brasileña. Se realizó una revisión sistemática en las bases de datos Scopus y Web of Science. Tras un proceso de selección en cuatro etapas, se eligieron 49 artículos publicados entre 1997 y 2022. Los artículos fueron sometidos a análisis de contenido y análisis relacional, con el apoyo del software Vosviewer. La revisión permitió identificar las principales temáticas, conceptos y recortes geográficos utilizados. Los resultados muestran que la literatura tuvo su auge productivo en 2021 y se concentra en ocho tipos de fans, destacando los fans del deporte, de la música y de la cultura pop. Las obras abarcan seis conceptos geográficos centrales, siendo el lugar el más representativo, seguido del paisaje, el espacio público y el territorio. Así, este artículo ofrece caminos para el avance de los estudios sobre culturas de fans y sus espacios en Brasil.

Palabras clave: Geografía; Espacio geográfico; Fandom; Identidad cultural; Culturas populares contemporáneas.

INTRODUÇÃO

O apreço ou a adoração de sujeitos por algo ou por alguém perpassa a realidade humana. Na contemporaneidade, as culturas de fãs despontam na cultura popular como fenômeno transcultural capaz de conformar identidades,

trazer impactos econômicos e políticos (Chin; Morimoto, 2013) e, sobretudo, fazer parte da vida cotidiana de milhões de pessoas ao redor do globo (Hastie; Saunders, 2023). O conceito de “fã” se complexifica e abarca, de maneira geral, pessoas que nutrem um afeto por algo ou alguém, realizando práticas individuais ou coletivas relacionadas a esse afeto e se identificando como fã (Delmar; Plaza; Martín, 2020).

Em um contexto global, os fãs brasileiros são reconhecidos por sua “paixão” (Costa, 2020). Eventos como a turnê *The Eras Tour* da cantora Taylor Swift em 2023, bem como os shows das cantoras Madonna e Lady Gaga no Rio de Janeiro em 2024 e 2025, demonstraram a força do fenômeno no Brasil (Dailey, 2023). Além do impacto econômico no setor do turismo, esses grandes eventos rearranjaram temporariamente a dinâmica espacial das cidades por onde passaram, movimentando centenas de milhares de fãs (Ezequiel, 2024; Prefeitura do Rio de Janeiro, 2024).

No entanto, ainda que as culturas de fãs sejam parte do cotidiano brasileiro, há uma lacuna significativa de estudos que se debrucem sobre o fenômeno na Geografia brasileira. Até o início de 2025, foi encontrada apenas uma pesquisa que explorasse as espacialidades dos fãs na área no Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES (Pagnussat, 2024). Isso aponta que a pesquisa geográfica brasileira carece de olhares sobre os fãs. Essa realidade condiz com as dificuldades no desenvolvimento dos estudos sobre fãs no Brasil, desde a marginalização do tema por seu caráter predominantemente feminino à falta de interesse de orientadores (Costa, 2020). Preencher essa lacuna se torna, portanto, um esforço de múltiplas frentes.

No meio acadêmico internacional, as culturas de fãs inicialmente se destacaram como objeto de interesse nos anos 1990, com estudos sobre a série *Star Trek* (Jenkins, 1992). Já no Brasil, a primeira dissertação sobre o tema foi publicada em 2002 por Adriana Amaral abordando a banda *U2* (Costa, 2019). Desde então, um subcampo denominado “Estudos de Fãs” emergiu para aprofundar o entendimento sobre as relações intrínsecas às culturas de fãs. Se apoiando em áreas como a sociologia, comunicação e antropologia, pesquisadores têm se debruçado sob temas que perpassam a constituição da

identidade (Taylor, 2015), organizações políticas de grupos de fãs (Dean, 2017), relações mercadológicas e de consumo (Kim, 2021), e até o papel psicológico e emocional das culturas de fãs (McLaren; Jin, 2020).

É natural que o olhar desses cientistas tenha se voltado para a discussão em torno do espaço. Matt Hills, um dos pioneiros nessa articulação, afirmou na obra *Fan Cultures* (2002) que não há como separar o fã da sua dimensão espacial. A partir daí, a temática do espaço entrou em voga em seções de livros e manuais considerados basilares nos Estudos de Fãs (Gray; Sandvoss; Harrington, 2017). Como lembram Marandola Jr. e de Oliveira (2009), os interesses multidisciplinares pelas discussões espaciais refletem diretamente na Geografia, não por ser a única disciplina a adentrar nessas discussões, mas por sua longa tradição em pensar o espaço.

De fato, os Estudos de Fãs, ainda que orbitem a ciência geográfica através de relações multidisciplinares, nem sempre apresentam relações epistemológicas explícitas com a Geografia, uma vez que estão concentrados nas áreas de Comunicação e Estudos Culturais (Costa, 2019). Todavia, demonstram preocupação com categorias como lugar, região, território, paisagem e o próprio espaço. O presente artigo parte, então, da preocupação em explicitar os elos existentes entre esses corpos da literatura. Além disso, o trabalho se justifica pela distância dos Estudos de Fãs com a Geografia brasileira especificamente.

Nesse contexto, o objetivo central desse artigo é compreender como se caracteriza a produção científica internacional sobre as relações do fã com o espaço, a fim de evidenciar seus elos multidisciplinares com a Geografia. Especificamente, almeja-se: 1) entender a amplitude temporal dessa produção; 2) identificar os trabalhos mais relevantes, bem como os periódicos com maior destaque dentro dessa temática; 3) analisar esses elementos em termos de temática e contribuições.

Para aproximar o leitor ao tema, o próximo tópico fará um sobrevoo sobre o conceito de fã aqui adotado e apresenta outros conceitos-chave. Em seguida, estão os procedimentos metodológicos utilizados nesse artigo, a apresentação e análise dos dados obtidos e as considerações finais.

NASCE UMA ESTRELA, SURGE UM FÃ: COMPREENDENDO O CONCEITO

Conceitualizar o que é um “fã” é uma tarefa que desafia acadêmicos que abordam esse assunto sob as mais diversas lentes (Delmar *et al.*, 2020). Etimologicamente, a palavra fã tem origem na latina *fanaticus*, que significa “insano, louco, possuído pelos deuses” (Cochran, 2008). No senso comum, a imagem do fã é difusa, geralmente de forma negativa (Sandvoss; Gray; Harrington, 2017). Historicamente, fãs – especialmente mulheres – foram estereotipados como um grupo com pouco senso crítico, ou uma massa a ser mobilizada (Dean, 2017). No entanto, a figura do fã é diversa e multidimensional, englobando uma miríade de identidades, vivências e experiências.

Barton (2014) sugere que se entenda não o que é um fã, mas sim o que ele faz e a forma que interage com aquilo pelo qual se interessa. Assim, é possível definir um fã por sua relação afetiva com um ídolo ou objeto de afeição e, simultaneamente, pelas práticas culturais que emergem dessas relações (Grossberg, 1992). O fã não meramente gosta e consome uma mídia, mas se apropria e investe nela afetivamente (Grossberg, 1992), atribuindo significado, transformando-a em um motor e parte importante de seu cotidiano e identidade (Taylor, 2015).

Dentre as práticas comuns aos fãs estão o consumo constante de conteúdos relacionados àquilo que gosta, a socialização de conhecimentos, o ato de manter coleções, a produção de materiais de fãs (como *fanfics* ou *fanzines*) e a viagem para eventos ou destinos turísticos (Delmar; Plaza; Martín, 2020; Guerra; Sousa, 2021). Cada fã engaja com essas práticas de maneiras diferentes, sejam elas individuais ou coletivas (Bury, 2018). As relações que emergem da interação entre fãs conformam comunidades que são denominadas de *fandoms* (Duffet, 2013).

Um fã pode ou não participar de *fandoms*; a participação em comunidades e atividades coletivas é frequente, especialmente de forma digital, mas não é, sozinha, definidora da identidade de um fã. Para Bury (2018), o envolvimento coletivo é um contínuo em que diferentes fãs engajam de diferentes maneiras. Em um *fandom*, significados comuns são criados e compartilhados e práticas de fãs

se tornam usuais para cada grupo, ainda que com suas diferenças internas (Hills, 2017).

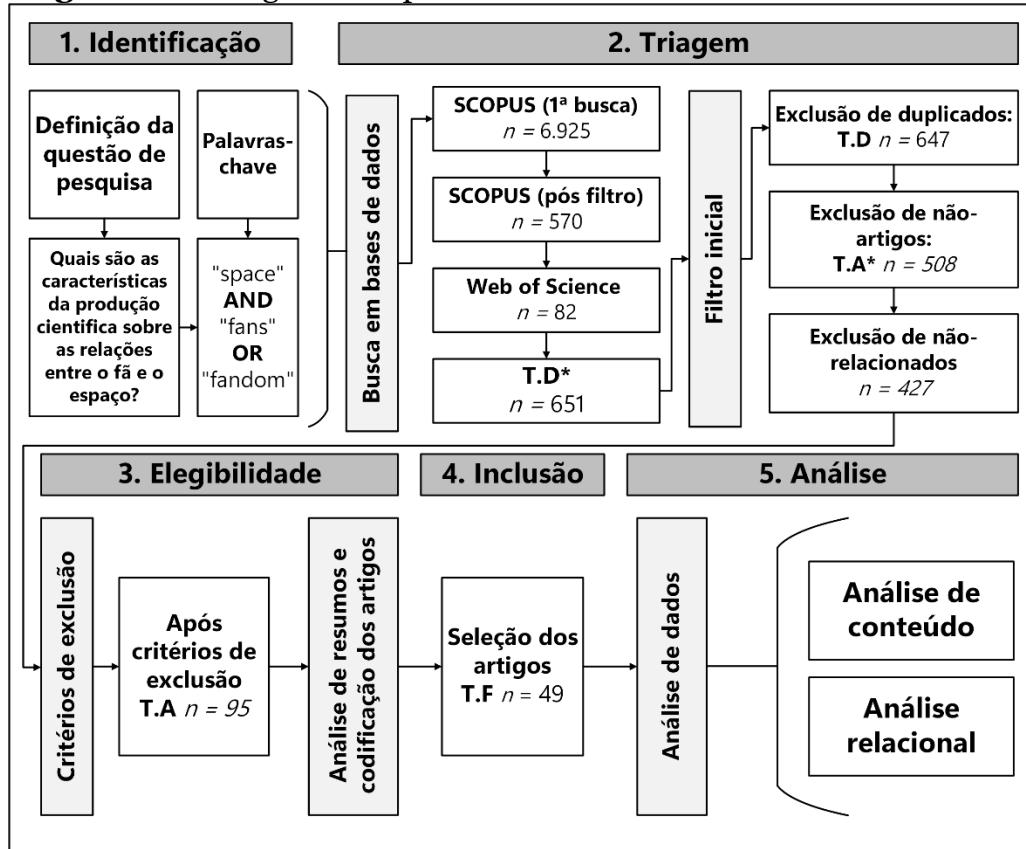
As culturas de fãs não estão intrinsecamente ligadas com uma localidade geográfica em comum: frequentemente são transnacionais e transculturais (Chin; Morimoto, 2013). A identidade como fã pode ser construída a partir do contato com um produto cultural através de fluxos globais, e pessoas espalhadas ao redor do mundo podem participar da mesma comunidade de fãs e compartilhar identidades e significados (Conner, 2014). Ou seja, as culturas de fãs vêm da participação em práticas e identidades relacionadas a um gosto em comum: o elo é a relação fã-ídolo e relação fã-*fandom* e as relações de identificação (Hall, 2016). Nesse contexto, esse trabalho busca explorar as maneiras como as culturas de fãs, suas identidades, práticas e significados vêm sendo estudadas em suas dimensões geográficas.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para esse artigo, foi realizada uma revisão sistemática da literatura, definida como um método de pesquisa cuja fonte de dados é a literatura já realizada sobre algum tema, disponibilizando um resumo desta mediante a “aplicação de métodos explícitos e sistematizados de busca, apreciação crítica e síntese da informação selecionada” (Sampaio; Mancini, 2007, p. 84). Esse tipo de revisão pode ter como foco responder questões específicas, direcionando a escolha dos métodos empregados (Gough; Oliver; Thomas, 2017). Nesse caso, a questão norteadora foi: “quais são as características da produção científica sobre as relações entre o fã e o espaço em articulação com a geografia?”

Para Moher *et al.* (2009) a revisão de literatura precisa conter quatro etapas principais: identificação, triagem, elegibilidade, e inclusão de artigos. A Figura 1 sintetiza os estágios, conforme foram aqui aplicados.

Figura 1 - Fluxograma do processo de revisão sistemática de literatura



Fonte: Adaptado de Moher *et. al* (2009).

T.D = total de documentos na etapa | T.A = total de artigos | T.F = Total final

A coleta de dados ocorreu entre junho e julho de 2022. Inicialmente, a busca foi feita em língua portuguesa no Portal de Periódicos da CAPES. No entanto, os resultados não estavam relacionados com o escopo do trabalho. Assim, optou-se por usar palavras-chave em inglês e fazer a pesquisa em bases internacionais. As bases elegidas foram a *Scopus* e a *Web of Science*, por sua abrangência e por indexarem os principais periódicos ao redor do mundo. Sendo o fenômeno de abrangência global (Adamu, 2017; Phillips; Baudinette, 2022), a inclusão de estudos de diversas partes do mundo e sob diferentes perspectivas é fundamental para garantir que sua diversidade seja englobada.

As palavras-chave usadas foram “*space*³” AND “*fans* OR *fandom*”. Os termos *fans* e *fandoms* foram pesquisados entre aspas com o booleano OR

³ O termo “espaço” foi definido, em detrimento de “geografia”, com o objetivo de ampliar as possibilidades de pesquisa, entendendo que nem todos os trabalhos que fossem tratar de espaço explicitamente se posicionariam dentro da geografia.

porque, ao pesquisar apenas “fans”, a maioria dos resultados estavam fora do assunto proposto. Ao adicionar *fandom*, um número maior de artigos relevantes foi encontrado. Os resultados obtidos foram, em seguida, submetidos a triagem e aos critérios de exclusão.

Dentre os critérios de exclusão, o primeiro foi aplicado dentro das próprias bases de dados, excluindo áreas do conhecimento que não fossem relacionadas com a pesquisa (ciências exatas, física, biologia e engenharia). Em seguida, os metadados dos documentos foram extraídos e importados para a plataforma *Rayyan* (Ouzzani *et al.*, 2016), onde foi realizada a análise de elegibilidade através do título, resumo e palavras-chave. Na sequência, três perguntas foram formuladas (P1, P2 e P3) a fim de delimitar os critérios de exclusão específicos (Figura 2).

Figura 2 - Critérios para exclusão dos artigos



Fonte: Os autores (2024).

A P1 garantiu que o fã fosse o sujeito central do estudo. A P2 certificou que a análise desse fã fosse ancorada em alguma abordagem espacial. A P3 foi necessária pois, visto que os *fandoms* têm uma ampla presença na internet, os estudos de espaços virtuais entram em evidência. Ainda que a Geografia não esteja externa aos espaços digitais, os trabalhos que focavam unicamente em

aspectos comunicacionais do mundo virtual foram desconsiderados por não estarem no escopo desse trabalho. Artigos que trataram do tema dos espaços virtuais, mas com uma aproximação assertiva com a Geografia através de aportes teóricos ou epistemológicos, foram considerados.

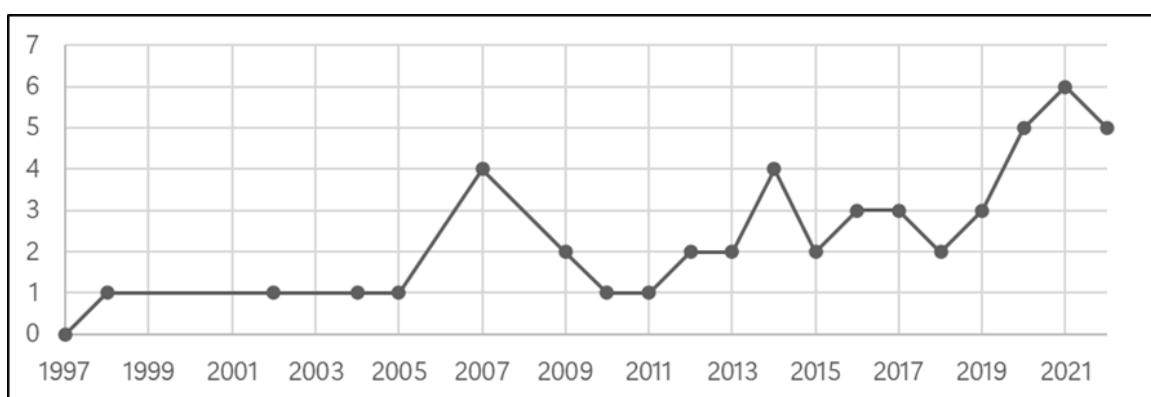
A análise de dados foi realizada a partir de uma adaptação da análise de conteúdo proposta por Bardin (2011). Como ferramenta de aprofundamento, foi utilizado o software *VosViewer* para a construção de gráficos de correlação de dados a partir das palavras-chave para a realização de uma análise relacional (McAllister; Lennertz; Atencio Mojica, 2021).

A próxima seção apresenta os resultados da revisão sistemática.

FÃS E ESPAÇO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

A amostra final foi composta de 49 artigos. Desses, $n = 47$ foram escritos em inglês e $n = 2$ em português. Eles foram publicados ao longo de 24 anos, sendo o primeiro publicado em 1998 e os mais recentes em 2022. O gráfico 1 aponta a distribuição temporal dessa produção.

Gráfico 1 - Temporalidade de publicações



Fonte: Os autores (2024).

O tema inicia sua ascensão em 2005 e mantém uma constância parcial entre 2012 e 2018. As publicações aumentam gradativamente até 2021, atingindo seu pico com seis publicações. Até o término do período de coleta, em julho de 2022, já haviam sido publicados cinco artigos. Estes fatos apontam para um interesse crescente pela área, sinalizando a temática como emergente.

O primeiro trabalho foi publicado em 1998. Temporalmente, isso localiza o trabalho na Primeira Onda de Estudos de Fãs (Costa, 2019), indicando que preocupações com as temáticas espaciais passaram a caminhar com os Estudos de Fãs desde suas fases seminais. Nesse período, que durou até o início dos anos 2000, os Estudos de Fãs estavam preocupados em entender o *fandom* como um ato de subversão contra o poder da mídia e de indústrias, bem como de um estado de emancipação e de transgressão de normas sociais e culturais desiguais (Sandvoss; Gray; Harrington, 2017; Costa, 2019). Na Segunda Onda, que ocorreu principalmente nos anos 2000, houve um crescente interesse na sociologia do consumo, especialmente na concepção de Bourdieu do *habitus*. A Segunda Onda ocasionou a criação de aportes tipológicos e conceituais para os estudos de fãs, mas negligenciou trabalhos que tratassesem de questões individuais e subjetivas.

No que diz respeito às publicações dessa amostra, houve um aumento exponencial nas publicações de acordo com dois marcos. O primeiro, na Segunda Onda de Estudos de Fãs, está relacionado ao trabalho seminal de Hills (2002) em que ele conceitua *cult geographies* como espaços “reais” associados a ícones *cult* (ou seja, com um número significativo de seguidores), entendendo-os o resultado de um processo afetivo-interpretativo que se espalha para o espaço material e o redefine. O segundo marco se relaciona com o avanço da Terceira Onda de estudos de fãs, que abriu espaço para trabalhos mais diversificados dentro da temática (Sandvoss; Gray; Harrington, 2017). Na Terceira Onda, a partir de 2010, os trabalhos buscam entender e abarcar desafios sobre como fãs se relacionam com si próprio, com seus outros, e com a leitura do que os cerca, considerando transformações sociais, culturais e econômicas dos tempos atuais (Costa, 2019).

Em termos de disseminação em revistas científicas, a amostra apresentou publicações em 28 periódicos diferentes. Estes estão apresentados, com seu fator de impacto (IF), na Tabela 1.

Tabela 1 - Distribuição de publicação por periódico, com fator de impacto

Publicações	Periódico	Fator de Impacto
3	International Review for the Sociology of Sport	2.689
	Gender, Place and Culture	1.463
2	Sociology	3.371
	Media, Culture and Society	3.248
	European Journal of Cultural Studies	2.099
	Journal of Sport and Social Issues	1.785
	Sport in Society	1.578
	Movimento	0,523
	Critical Arts	0,467
	City and Society	-
	Political Geography	3.620
1	Social and Cultural Geography	2.888
	Geografiska Annaler, Series B: Human Geography	2.450
	Global Networks	1.968
	Sociological Inquiry	1.690
	Identities	1.583
	Cultural Studies	1.533
	Sociological Research Online	1.315
	African Studies	0,679
	Metal Music Studies	-
	Motriz: Revista de Educação Física	-
	Plaridel	-
	Popular Communication	-
	Qualitative Sociology Review	-
	Religions	-
	Slavic Review	-
	Space and Polity	-
	Theoretical Studies in Literature and Art	-

Fonte: Os autores (2024).

Os periódicos com maior IF abordam os temas de geografia política (*Political Geography*, IF = 3.620), sociologia (*Sociology*, IF = 3.371), e cultura de mídia (*Media, Culture and Society*, IF = 3.248). Já em relação à quantidade de artigos por periódico, as temáticas que se destacam são sociologia do esporte, cultura e gênero. Esses dados indicam maior visibilidade das supracitadas áreas e temáticas dentro do corpo dessa literatura, tanto em visibilidade quanto em número de publicações.

Quanto aos tipos de fãs estudados, foram identificadas oito categorias diferentes: fãs de esportes⁴ ($n = 29$); fãs de música ($n = 9$); cultura pop japonesa

⁴ Na língua inglesa, a palavra “fã” é utilizada como “torcedor”. Por isso, os trabalhos de estudos de fãs na literatura internacional abarcam essa categoria em seu escopo. No presente estudo, não existiu o objetivo

($n = 3$); literatura ($n = 2$), quadrinhos ($n = 2$); cinema ($n = 2$); celebridades ($n = 1$) e séries de TV ($n = 1$). Além disso, um artigo fala de fãs de maneira geral. Desta forma, os estudos que abarcam fãs de esportes se destacam na amostra.

Além dos tipos de fãs, foi possível categorizar os artigos encontrados dentro de temáticas diretamente relacionadas ao espaço geográfico. O Quadro 1 apresenta a compilação dos autores que apareceram na amostra, segmentados a partir dessa categorização.

Quadro 1 - Categorização dos trabalhos por conceitos geográficos

Categorização	Autores
Lugar	Bennett (2002); Benson (2005); Brooker (2007); Cavaiani (2020); Eder & Öz (2017); Ganev (2014); García Agustín & Aguirre Díaz (2014); Hagood & Vogan (2016); Kolamo & Vuolteenaho (2013); Maalsen & McLean (2016); Magrath (2021); Millward (2012); Mitchell (2016); Morris (2014); Muller (2007a); Ncube (2017); Nobuoka (2010); Pacheco et al. (2020); Pavlidis & Fullagar (2013); Penny & Redhead (2009); Petersen-Wagner (2017); Promkhuntong (2019); Radmann & Karlén (2022); Richards & Parry (2020); Stiebel (2004); Suriano & Lewis (2015); Tavares, Telles & Votre (2018); Tillonen (2021); Vaczi (2014); Woo (2011); Yamato (2018); Yu (2021); Zhu (2013); Richards; O'Shea; Spanjaard & Garlin (2021);
Paisagem	Hagood & Vogan (2016); Jensen (2021); Kolamo & Vuolteenaho (2013); Min, Jin & Han (2019b); Muller (2007a, 2007b); Penny & Redhead (2009); Richards, Parry & Gill (2022); Stevens (2020)
Espaço público	Benson (2005); Fedorenko (2021); García Agustín & Aguirre Díaz (2014); Maalsen & McLean (2016); Martins & Knuth (2020); Newman (2007); Stevens (2020); Stiebel (2004); Yamato (2018)
Território	Bairner & Shirlow (1998); Jacobs (2022); Martins & Knuth (2020); Mitchell (2016)
Produção do espaço	Eder & Öz (2017); Fedorenko (2021); McManus (2015); Myrdahl (2009; Vadeboncoeur, 2022; Zhu (2013)
Espaço geográfico	Putra (2019); Phillips & Baudinette (2022); Yang & Bao (2012); Burdsey & Doyle (2022)

Fonte: Os autores (2024).

Dentre os conceitos principais, o lugar apareceu em destaque ($n = 32$). Em seguida, está a paisagem ($n = 10$), o espaço público ($n = 9$), o território ($n = 4$), a produção do espaço ($n = 6$) e, por fim, o espaço geográfico de maneira geral ($n = 1$). Apesar de não ser a intenção dessa pesquisa apresentar uma discussão epistemológica detalhada de cada artigo, é possível fazer algumas inferências. Esses conceitos, ainda que geográficos, são mobilizados a partir de mesclas multidisciplinares, não necessariamente observando convenções epistemológicas

de desenhar semelhanças e diferenças entre os termos de torcedor e fã. Portanto, optou-se pela inclusão desses artigos na amostra.

da Geografia. O próprio conceito de lugar é utilizado na amostra de maneira versátil, abarcando as relações afetivas dos fãs com o espaço (Penny; Headhead, 2009), em uma concepção mais clássica de lugar como é entendido na geografia humanista (Cresswell, 2015), mas também associado a outros aspectos, inclusive de poder (Millward, 2012). As dimensões políticas do fenômeno, desta forma, são discutidas a partir do território, mas também a partir do espaço público e dentro das relações lugarizadas. Há, também, trabalhos que tratam de lugar no turismo de fãs, o que também justifica a predominância desse conceito (Brooker, 2007), uma vez que é amplamente usado nos estudos de turismo.

Para adentrar com mais profundidade nas temáticas dos artigos, a Tabela 2 apresenta uma síntese de cada trabalho da amostra a partir de sua temática e recorte espacial, organizados por número de citações.

Tabela 2 - Artigos e temáticas principais, em ordem de números de citação

Autor / Ano	Temática	Recorte espacial	Cit. (n)
Bennett (2002)	Relação entre música, lugar e internet	Cantuária, Inglaterra	66
Millward (2012)	Lugar, esporte e poder	Liverpool, Inglaterra	55
Brooker (2007)	Turismo de fãs como peregrinação	Vancouver, Canadá	38
Bairner & Shirlow (1998)	Territorialização, poder e identidade	Irlanda do Norte	33
Muller (2007)	Comunidade em lugares de basquete feminino	EUA	31
Muller (2007)		Nova Iorque, EUA	26
Newman (2007)	Neoliberalismo, consumo capitalista e identidade	EUA	25
Min, Jin & Han (2019)	Identidade transcultural, espaços de afinidade e <i>k-pop</i>	Chile	24
Mitchell (2016)	Redes desterritorializadas e humanitarismo de celebridades	Sem recorte específico	21
Penny & Redhead (2009)	<i>Placelessness</i> , sentido de lugar e cidade	Manchester, Inglaterra	18
Yang & Bao (2012)	Sociabilidade homoafetiva em comunidades de fãs	China Continental	17
Stiebel (2004)	Turismo de fãs em lugares relacionados à literatura	KwaZulu-Natal, África do Sul	16
Petersen-Wagner (2017)	Identidade, globalização e mídias sociais	Inglaterra	14
Kolamo & Vuolteenaho (2013)	Dinâmicas de poder e lugar em um megaevento	África do Sul	14
Woo (2011)	Espaços culturais e práticas sociais em lojas de quadrinho	Canadá	13
Richards & Parry (2020)	Gênero e espaços de socialização pré-jogos de futebol	Liverpool, Inglaterra	11

Autor / Ano	Temática	Recorte espacial	Cit. (n)
Maalsen & McLean (2016)	Gênero e poder nas interações fã-ídolo em espaços digitais	Austrália	11
Vaczi (2014)	Estádios de futebol como lugares para se espalhar cinzas de fãs	Bilbau, Espanha	9
García & Díaz (2014)	Práticas espaciais e educação a partir de mangás	Chile	9
Nobuoka (2010)	Relação entre consumo de cultura pop e áreas urbanas de Tóquio	Tóquio, Japão	9
Myrdahl (2009)	Normatividade de gênero em espaços de basquete feminino	EUA	9
McManus (2015)	Diáspora, produção do espaço e <i>place-making</i> em fãs de futebol	Turquia	8
Benson (2005)	Revitalização urbana e nostalgia	Bridgeport, EUA	8
Eder & Öz (2017)	Cotidiano de Lefebvre e lugar relacional em grupos de fãs	Istanbul, Turquia	5
Magrath (2021)	Sentido de lugar entre homens gays fãs de futebol	Inglaterra	4
Ganev (2014)	Lugar e práticas no local de trocas “ilegais” de música nos anos 80	Bulgária	4
Cavaiani (2020)	Estádios como lugar de protesto	Dallas, EUA	3
Putra (2019)	Regeneração urbana, políticas públicas e lealdade dos fãs	Liverpool, Inglaterra	3
Richards, O’Shea, Spanjaard & Garlin (2021)	Estádios de rugby na Austrália e sentido de casa	Austrália	2
Hagood & Vogan (2016)	Barulhos de fãs em jogos de futebol americano	EUA	2
Tillonen (2021)	Peregrinação de fãs, religião, turismo e cultura popular	Kyoto, Japão	1
Promkhuntong (2019)	Turismo de fãs, afetividade e memória	Siem Reap, Camboja	1
Morris (2014)	Espaços de exceção em shows de música	EUA	1
Jacobs (2022)	Mascotes com temas indígenas e reprodução cultural em estádios	Cleveland, EUA	0
Burdsey & Doyle (2022)	Marginalização, cultura e barulho em estádios de futebol	África, Caribe, EUA e Reino Unido	0
Vadeboncoeur (2022)	Raça e imaginação de fãs em lugares relacionados ao NASCAR	EUA	0
Radmann & Karlén (2022)	A importância do lugar da arena para fãs de esporte na pandemia	Suécia	0
Phillips & Baudinette (2022)	Espaços de consumo de k-pop no Japão e consumo feminino	Tóquio, Japão	0
Fedorenko (2021)	Produção do espaço e direito na cidade através de práticas de fãs de k-pop em Seoul	Seoul, Coréia do Sul	0
Jensen (2021)	Paisagens urbanas, raça e a cultura de fãs de futebol em Londres	Londres, Inglaterra	0
Yu (2021)	Atividades culturais, econômicas e sociais em um lugar de celebração de fãs de Leslie Cheung na China	China Continental	0
Pacheco, Dantas, de Souza & da Silva (2020)	Hábitos alimentares de fãs de esporte em estádios mediante mudanças no estádio	Belo Horizonte, Brasil	0
Martins & Knuth (2020)	Relações e territórios em espaços dos arredores do estádio de futebol	Porto Alegre, Brasil	0
Stevens (2020)	Experiência do espaço urbano ao ouvir música de fone de ouvido	Sem recorte específico	0
Yamato (2018)	Construção discursiva de fandom em convenções de cultura pop japonesa	Malásia	0

Autor / Ano	Temática	Recorte espacial	Cit. (n)
Ncube (2017)	O sagrado e o profano na arquitetura simbólica dos estádios de futebol	Zimbabue	0
Suriano & Lewis (2015)	Espaços de música rock como lugares de expressão de identidades anti-Apartheid	Joanesburgo, África do Sul	0
Zhu (2013)	Produção do espaço, nova mídia e culturas de fãs	Sem recorte específico	0
Tavares, Telles & Votre (2018)	Relações dos fãs com o local onde ocorre o futebol, com foco no Maracanã	Rio de Janeiro, Brasil	0

Fonte: Os autores (2024).

Há uma quantidade significativa de trabalhos que abordam o Reino Unido e a Inglaterra, especialmente em trabalhos que tratam de futebol, e os Estados Unidos, com trabalhos tratando de fãs de basquete ou futebol americano. Os fãs de música e de cultura pop (mídias, séries e quadrinhos) são estudados principalmente a partir de países asiáticos. Aqui, os termos “transculturalidade” e “transnacionalidade” ganham destaque. Estes conceitos partem da observação que, a partir dos avanços nas técnicas de distribuição, limites geográficos deixaram de impor barreiras para a difusão das culturas de fãs (Chin; Morimoto, 2013). Isso é observado em casos como a popularização da cultura pop coreana (como *k-pop* e *k-dramas*) em países exógenos à Coréia do Sul (Lee, 2020) e a cultura popular japonesa fora do Japão (Chin; Morimoto, 2013).

Há três trabalhos que têm o Brasil como recorte geográfico: os três abordam fãs de futebol, sendo um trabalho sobre o estádio Mineirão (Pacheco *et al.*, 2020), outro sobre a Arena do Grêmio (Martins; Knuth, 2020) e outro sobre o estádio do Maracanã (Tavares; Telles; Votre, 2018). Outras formas de mídia brasileira não apareceram na amostra. Ainda em um contexto sul-americano, há dois trabalhos que tratam do Chile, sendo um deles sobre aspectos latino-americanos no geral (Min; Jin; Han, 2019).

Há uma variedade observada nos aspectos das culturas de fãs abordados nos artigos, passando desde turismo de fãs e peregrinação a questões como raça, gênero, poder e relações com a morte. Entendendo que os 15 trabalhos mais citados são os de maior relevância para a literatura, uma vez que contribuíram significativamente com os avanços acadêmicos na área, apresentaremos nos

próximos parágrafos uma síntese das principais inferências desses artigos, organizados por tipos de fãs.

Dentro dos estudos sobre **fãs de músicas**, Bennett (2002), autor mais citado da amostra, discorreu sobre como os desenvolvimentos da tecnologia no começo dos anos 2000 reformulou as noções de “cena musical” na cidade e as relações de fãs com espaço e lugar. Bennett (2002) analisou a *internet* como uma dimensão das relações espaciais em conjunto com a cidade, fato este que demonstra que estudos daquele período já consideravam o espaço virtual. Ainda no âmbito de fãs da música, Min, Jin e Han (2019) analisaram o *fandom* transcultural da música pop coreana (*k-pop*) dentro de um contexto latino-americano, explicando o papel das redes sociais em promover um espaço de afinidade através de um gosto em comum.

No âmbito de **fãs de esporte**, o trabalho de Millward (2012) discorreu sobre os protestos de fãs do time de futebol *Liverpool FC* em um contexto transnacional, ilustrando o papel da *internet* em conectar lugares ao redor do mundo através da ação coletiva. Bairner e Shirlow (1998) utilizaram a geografia da dominação sociocultural para entender os modos em que estádios de esporte funcionam como elementos-chave de políticas de identidade na Irlanda do Norte, especialmente no contexto do futebol. Muller (2007; 2007) investigou as contradições entre espaços da *Women's National Basketball Association* (WNBA) que são heteronormativos ao passo que, simultaneamente, recebem uma quantidade significativa de fãs lésbicas de basquete. Newman (2007) investigou as práticas de espetáculo, discursos espaciais e políticas ideológicas ligadas a um esporte norte-americano chamado NASCAR, cuja base de fãs é principalmente branca e neoliberal. Já Penny e Redhead (2009) trataram da topofilia no esporte, investigando como o poder dos fãs de renegociar e reconfigurar seu *fandom* é utilizado para criar um senso de identidade em um estádio novo de futebol na Inglaterra. Por sua vez, Petersen-Wagner (2017) realizou uma etnografia de fãs da Liga Premier de futebol inglês, conceitualizando o fã de futebol como um *flâneur* contemporâneo. Kolamo e Vuolteenaho (2013) se voltaram para a Copa do Mundo da FIFA de 2010, analisando as práticas neoliberais de *place branding* e as ações esperadas e

efetivas das pessoas durante o evento para entender a intersecção de *mediascapes* e de *cityscapes*.

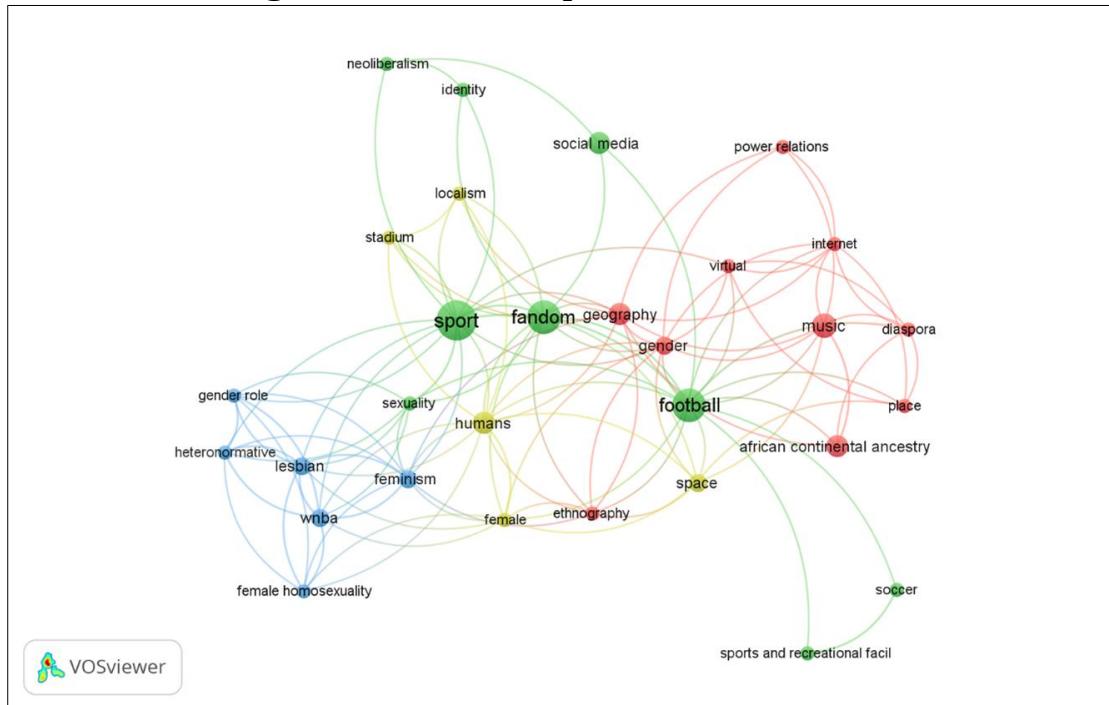
Por sua vez, a categoria de **fãs de literatura** teve dois trabalhos entre os quinze mais citados. Yang e Bao (2012) trataram de fãs de *fan fiction* de uma série de TV. Como a investigação diz respeito à literatura produzida por fãs, ou *fan fiction*, entende-se que esse é um trabalho dentro da categoria de literatura. As autoras investigaram como as identidades e socialidades em uma comunidade *online* constroem um espaço de expressão de gêneros e sexualidades femininas em uma nova geração de jovens chinesas, adotando uma perspectiva transnacional e de estudos *queer*. Ainda em fãs de literatura, Stiebel (2004) analisou o turismo literário para levantar questões como “como entender os usos que um escritor faz do lugar?” e “como os lugares construídos de leitores interferem com espaços ‘reais?’”, sugerindo um *framework* para estudos dentro da área.

O trabalho de Brooker (2007), que é o terceiro em número de citações no geral, abordou **fãs de séries de TV**. O autor utilizou a cidade de Vancouver como estudo de caso para abordar as geografias da peregrinação do fã, argumentando que a peregrinação é um ato de criação, performance, e festa que transforma simbolicamente o local. Dentro de **fãs de celebridades**, Mitchell (2016) analisou os mecanismos emocionais da constituição de redes desterritorializadas de solidariedade transnacional, especificamente dentro de grupos de fãs e interações fã-celebridade. Por último, os **fãs de quadrinhos** foram abordados por Woo (2011), que utilizou três perspectivas teóricas – Anthony Giddens, Pierre Bourdieu e Erving Goffman – para teorizar as lojas de histórias em quadrinhos, entendendo-as como lugares de interação social para fãs.

A partir da síntese desses artigos, nota-se a relevância das redes sociais e da *internet* dentro das aproximações geográficas nas análises dos fãs, em especial no âmbito da música. Percebe-se novamente o tema da transnacionalidade e da transculturalidade. Nos trabalhos relacionados a esportes, existe uma predominância de temas dentro de um escopo político, social e identitário, tratando de assuntos como gênero, neoliberalismo e sexualidade.

Para complementar essa análise, realizou-se um compilado das 30 palavras-chave mais recorrentes na seleção dos artigos, que foram tratadas no software *VosViewer* (Figura 4).

Figura 4 - Clusters de palavras-chave mais utilizadas



Fonte: Os autores (2024).

O software segmentou a amostra em quatro “reinos” representados pelas cores azul, amarelo, verde e vermelho. Dentro desses reinos orbitam *clusters* que podem se relacionar a partir da sua proximidade ou afinidade temática. Por exemplo, o reino na cor azul converge trabalhos relacionados aos fãs tendo como premissa temáticas de gênero. Nesse reino estão os *clusters* específicos para questões de gênero e feminismo, presentes especialmente na relação com esportes.

No reino verde, encontram-se as pesquisas que contemplam os fãs de esportes, enquanto o reino vermelho converge estudos voltados à música. Aqui, os estudos na seara da geografia estão relacionados com gênero, música, lugar, diáspora, relações de poder, e ao ambiente virtual.

Por sua vez, o reino amarelo age como o elo unificador entre os demais — o *cluster* “humans” uniu “music” e “football” com “lesbian”, por exemplo. Esse

elo diz respeito aos eventos esportivos realizados em estádios, cuja análise direciona a estudos de gênero. Essa proximidade reforça que trabalhos sobre esporte se aproximam da política e identidade, como é o caso dos trabalhos de Muller (2007a, 2007b), Millward (2012) e Newman (2007). O *fandom* se associa ao cluster “sport”, e liga os clusters da geografia e redes sociais às identidades de gênero.

Outro ponto a ser levado em consideração diz respeito à proporção dos clusters. Quanto maior e mais centralizado o cluster, maior será a quantidade de vezes que apareceram nas pesquisas. Essa variável auxilia na identificação da intensidade que as pesquisas têm sido produzidas, bem como sinaliza temas emergentes que ainda carecem de estudos, como os clusters menores que orbitam de modo periférico. Neste caso, esse fenômeno se manifesta em estudos de fãs associados ao “neoliberalismo”, “soccer” e “sports and recreational facilities”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudar culturas de fãs permite à Geografia compreender complexas espacialidades advindas da negociação de identidades, da formação de comunidades e das práticas advindas das culturas populares contemporâneas oriundas das relações de fãs com seus objetos de interesse (Hastie; Saunders, 2023). Nesse sentido, esse artigo objetivou compreender como está caracterizada a produção científica internacional sobre as relações do fã com o espaço, a fim de evidenciar seus elos multidisciplinares com a Geografia. Realizou-se uma revisão sistemática da literatura, apresentando os principais autores, artigos, periódicos e temáticas que orbitam as questões espaciais dos fãs.

A partir dos resultados apresentados, foi possível caracterizar a literatura explorada. De maneira geral, os estudos de fãs abordam o espaço através de seis categorizações principais: lugar, paisagem, espaço público, território, produção do espaço, e o espaço geográfico de maneira geral. Os trabalhos vêm sendo desenvolvidos de 1998 a 2022, com o tema atingindo seu pico produtivo em 2021. Eles estão distribuídos em 28 periódicos, com uma concentração significativa em periódicos com IF maior que 1. Os estudos se debruçaram principalmente no

estudo de fãs de esportes, com outros tipos de fãs sendo pouco representados na amostra e se apresentando como lacunas de pesquisa. As abordagens teóricas desses artigos são diversas, havendo um destaque para *frameworks* que se localizam na geografia crítica e geografia cultural.

Como limitações da presente pesquisa, dois pontos principais devem ser citados: primeiro, o não aprofundamento nas questões específicas relacionadas ao espaço virtual; em segundo lugar, o fato de que apenas duas bases de dados foram consultadas para compor a amostra. Dessa forma, futuras revisões de literatura podem contemplar diferentes bases de dados para acompanhar a evolução da área a partir deste ponto, bem como abranger de maneira mais amplas trabalhos que articulem o espaço virtual a fim de compreender essas complexas relações.

Ainda, futuras pesquisas teóricas podem realizar análises epistemológicas voltadas ao espaço, explicitando as relações entre as categorias de análise geográficas e as características das culturas de fãs. Qual é, por exemplo, a relação do lugar com as práticas de identidade do fã? Como os aspectos políticos das culturas de fãs implicam em relações territoriais? Quais as ligações entre a paisagem sonora e as práticas de fãs de música? Ao abordar essas e outras questões, é possível aprofundar epistemologicamente os estudos do espaço geográfico nas culturas de fãs.

Por sua vez, pesquisas empíricas precisarão desenvolver e aplicar metodologias que abarquem as espacialidades dos fãs brasileiros para além de fãs de esporte (Costa, 2020), desenvolvendo pesquisas sobre os espaços de *fandoms* de música, de quadrinhos e demais mídias. Além disso, é fundamental aprofundar o entendimento das espacialidades das culturas de fãs de mídias nacionais, como novelas e *reality shows*. São necessárias desde pesquisas de mapeamento dessas culturas a pesquisas que compreendam as implicações das culturas de fãs em megaeventos, como os observados recentemente no Rio de Janeiro.

Por fim, a principal contribuição deste estudo está na apresentação de um panorama teórico e temático detalhado de estudos que articulam as relações entre fãs e espaço. Foi possível aferir que esse, em um contexto internacional, existe um

corpo de literatura substancial sobre o tema, embora veiculados em periódicos exógenos à Geografia. No entanto, carece de aprofundamento em um contexto brasileiro, onde a literatura ainda se encontra em seu estágio embrionário, particularmente nos estudos para além de fãs de esporte. Assim, a partir do panorama apresentado, é possível traçar caminhos de pesquisa que permitam diminuir as lacunas aqui apontadas.

REFERÊNCIAS

- ADAMU, A. U. Transcultural connections: Hindi films, transborder fandom and muslim hausa audiences in Northern Nigeria. **African and Asian Studies**, Department of Mass Communication, Bayero University, Kano, Nigeria, v. 16, n. 1, p. 103-127, 2017.
- BAIRNER, A.; SHIRLOW, P. Loyalism, Linfield and the territorial politics of soccer fandom in Northern Ireland. **Space and Polity**, 2 (2), 163–177. <https://doi.org/10.1080/13562579808721778>.
- BARDIN, L. **Análise do Conteúdo - Edição revista e ampliada**. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BARTON, K. M. Introduction. In: BARTON, K. M.; LAMPEY, J. M. (org.). **Fan CULTure: Essays on Participatory Fandom in the 21st Century**. Jefferson, North Carolina: McFarland & Company, Inc., 2014. p. 5–8.
- BENNETT, A. Music, media and urban mythscapes: A study of the “Canterbury Sound”. **Media, Culture and Society**, Department of Sociology, School of Human Sciences, University of Surrey, Guildford, Surrey, GU2 7XH, United Kingdom, v. 24, n. 1, p. 87–103, 2002.
- BROOKER, W. Everywhere and nowhere: Vancouver, fan pilgrimage and the urban imaginary. **International Journal of Cultural Studies**, v. 10, n. 4, p. 423–444, 2007.
- BURY, R. “We’re not there”: Fans, Fan Studies, and the Participatory Continuum. In: CLICK, M. A.; SCOTT, S. (org.). **The Routledge Companion to Media Fandom**. New York: Routledge, 2018. p. 123–131.
- CHIN, B.; MORIMOTO, L. H. Towards a Theory of Transcultural Fandom. **Participations: Journal of Audience and Reception Studies**, v. 10, n. 1, p. 92–108, 2013.
- COCHRAN, T. R. The Browncoats are Coming! Firefly, Serenity, and Fan Activism. In: WILCOX, R. V.; COCHRAN, T. R. (org.). **Investigating Firefly and Serenity**. London: Tauris & Co Ltd, 2008. p. 239–249.

CONNER, N. Global cultural flows and the routes of identity: the imagined worlds of Celtic FC. **Social and Cultural Geography**, v. 15, n. 5, p. 525–546, 2014.

COSTA, A. A. N. **Please come to Brazil:** Uma análise crítica dos fãs brasileiros como apreciadores de objetos culturais internacionais. 2020. 220 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2020.

COSTA, A. A. N. Tendências e Lacunas dos Estudos de Fãs no Brasil e no Mundo: uma Revisão do Campo. In: , 2019, São Luís. **Anais da Intercom - XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.** São Luís: [s. n.], 2019. p. 1–15. Disponível em:
https://www.researchgate.net/profile/Aianne-Amado/publication/342168919_Tendencias_e_Lacunas_dos_Estudos_de_Fas_no_Brasil_e_no_Mundo_uma_Revisao_do_Campo/links/5ee6eob6458515814a5e932b/Tendencias-e-Lacunas-dos-Estudos-de-Fas-no-Brasil-e-no-Mundo-uma-Revisao. Acesso em: 14 out. 2024.

DEAN, J. Politicising fandom. **British Journal of Politics and International Relations**, v. 19, n. 2, p. 408–424, 2017.

DELMAR, J. L.; PLAZA, J. F.; MARTÍN, M. S. An approach to defining the identity of a media fan. **Palabra Clave**, v. 23, n. 2, p. 1–29, 2020.

DUFFET, M. **Understanding Fandom:** An Introduction to the Study of Fan Culture. New York: Bloomsbury, 2013.

EZEQUIEL, P. Taylor Swift impactou economia do Brasil no fim de 2023, diz IBGE. **Gizmodo Brasil.** 18 jan. 2024. Disponível em:
<https://gizmodo.uol.com.br/taylor-swift-impactou-economia-do-brasil-no-fim-de-2023-diz-ibge/>. Acesso em: 14 out. 2024.

GOUGH, D.; OLIVER, S.; THOMAS, J. **An introduction to systemic reviews.** London: SAGE Publications, 2012.

GRAY, J.; SANDVOSS, C.; HARRINGTON, C. L. **Fandom:** Identities and Communities in a Mediated World. New York: New York University Press, 2017.

GROSSBERG, L. Is There a Fan in the House?: The Affective Sensibility of Fandom. In: LEWIS, L. E. (org.). **Adoring audience:** Fan culture and popular media. New York: Routledge, 1992.

GUERRA, P.; SOUSA, S. Ultimate bias. Memorabilia, K-pop and fandom identities. **CIDADES, Comunidades e Territórios**, p. 1–25, 2021.

HALL, S. **Cultural Studies 1983.** London: Duke University Press, 2016.

- DAILEY, H. Taylor Swift Welcomed to Brazil by Christ the Redeemer Statue: See the Photo. **Billboard**. 17 nov. 2023. Disponível em: <https://www.billboard.com/music/music-news/taylor-swift-brazil-welcome-christ-the-redeemer-statue-photo-1235485907/>. Acesso em: 2 maio 2024.
- HASTIE, A.; SAUNDERS, R. A. (Em)placing the popular in Cultural Geography. **Social and Cultural Geography**, v. 00, n. 00, p. 1–13, 2023.
- HILLS, M. Transnational cult and/as neoliberalism: the liminal economies of anime fansubbers. **Transnational Cinemas**, School of Music, Humanities and Media, University of Huddersfield, Huddersfield, United Kingdom, v. 8, n. 1, p. 80–94, 2017.
- JENKINS, H. **Textual Poachers**: Television fans and Participatory Culture. New York: Routledge, 1992-. ISSN 0015-1386.
- KIM, Y. **The soft power of the Korean Wave**: Parasite, BTS and Drama. Abingdon: Routledge, 2021.
- KOLAMO, S.; VUOLTEENAHKO, J. The interplay of mediascapes and cityscapes in a sports mega-event: The power dynamics of place branding in the 2010 FIFA World Cup in South Africa. **International Communication Gazette**, v. 75, n. 6,: p. 502–520, 2013. DOI: [10.1177/1748048513491908](https://doi.org/10.1177/1748048513491908).
- LEE, M. J. Touring the land of romance: transnational Korean television drama consumption from online desires to offline intimacy. **Journal of Tourism and Cultural Change**, v. 18, n. 1, p. 67–80, 2020.
- MARANDOLA, E.; DE OLIVEIRA, L. Geograficidade e espacialidade na literatura. **Geografia**, Rio Claro, v. 34, n. 3, p. 487–508, 2009.
- MARTINS, D. G.; KNUTH, A. G. Football fans' demonstrations and territory: Arrangements in the surroundings grêmio's stadium **Movimento**, [S. l.], v. 26, p. e26046, 2020. DOI: [10.22456/1982-8918.98929](https://doi.org/10.22456/1982-8918.98929).
- MCALLISTER, J. T.; LENNERTZ, L.; ATENCIO MOJICA, Z. Mapping A Discipline: A Guide to Using VOSviewer for Bibliometric and Visual Analysis. **Science & Technology Libraries**, v. 41, n. 3, 319–348, 2021. DOI: [10.1080/0194262X.2021.1991547](https://doi.org/10.1080/0194262X.2021.1991547). Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0194262X.2021.1991547>. Acesso em: 31 ago. 2022.
- MCLAREN, C.; JIN, D. Y. “You Can't Help But Love Them”: BTS, Transcultural Fandom, and Affective Identities. **Korea Journal**, v. 60, n. 1, p. 100–127, 2020. DOI: [10.25024/kj.2020.60.1.100](https://doi.org/10.25024/kj.2020.60.1.100)
- MILLWARD, P. Reclaiming the Kop? Analysing Liverpool Supporters' 21st Century Mobilizations. **Sociology**, v. 46, n. 4, p. 633–648, 2012.

MIN, W.; JIN, D. Y.; HAN, B. Transcultural fandom of the Korean Wave in Latin America: through the lens of cultural intimacy and affinity space. **Media, Culture and Society**, v. 41, n. 5, p. 604–619, 2019.

MITCHELL, K. Celebrity humanitarianism, transnational emotion and the rise of neoliberal citizenship. **Global Networks**, Department of Geography, University of Washington, v. 16, n. 3, p. 288–306, 2016.

MOHER, D.; LIBERATI A.; TETZLAFF J., ALTMAN D.G.; PRISMA Group. Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. **PLoS medicine**, v. 6, n. 7, 2009. DOI: [10.1371/journal.pmed.1000097](https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097). Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19621072/>. Acesso em: 24 jan. 2023.

MULLER, T. “Lesbian community” in Women’s National Basketball Association (WNBA) spaces. **Social and Cultural Geography**, v. 8, n. 1, p. 9–28, 2007. DOI: [10.1080/14649360701251502](https://doi.org/10.1080/14649360701251502).

MULLER, T. K. Liberty for all? Contested spaces of women’s basketball. **Gender, Place and Culture**, v. 14, n. 2, p. 197–213, 2007. DOI: [10.1080/09663690701213776](https://doi.org/10.1080/09663690701213776).

NEWMAN, J. I. A detour through “Nascar Nation”: Ethnographic articulations of a neoliberal sporting spectacle. **International Review for the Sociology of Sport**, v. 42, n. 3, p. 289–308, 2007. DOI: [10.1177/1012690207088113](https://doi.org/10.1177/1012690207088113)

OUZZANI, M.; HAMMADY H., FEDOROWICZ Z., ELMAGARMID A. Rayyan-a web and mobile app for systematic reviews. **Systematic Reviews**, v. 5, n. 1, p. 1–10, 2016. DOI: [10.1186/s13643-016-0384-4](https://doi.org/10.1186/s13643-016-0384-4).

PACHECO, L. T.; DANTAS, M. M.; SOUZA, A. L.; SILVA, S. R. Stadium food: Reflections on “Tropeirão” beans and sociability at the “New Mineirão Arena. **Movimento**, [S. l.J, v. 26, p. e26052, 2020. DOI: [10.22456/1982-8918.98224](https://doi.org/10.22456/1982-8918.98224).

PAGNUSSAT, Eduarda Cividini. **O amor que você dá, o amor que você recebe:** as espacialidades dos fãs transculturais. 2024. Dissertação (Mestrado) - Curso de Geografia, Departamento de Geografia, Universidade Federal do Paraná, Acervo UFPR, 2024.

PENNY, S.; REDHEAD, S. We’re not really here: Manchester city, mobility and placelessness. **Sport in Society**, v. 12, n. 6, p. 755–764, 2009. DOI: [10.1080/17430430902944217](https://doi.org/10.1080/17430430902944217)

PETERSEN-WAGNER, R. The football supporter in a cosmopolitan epoch. **Journal of Sport and Social Issues**, Leeds Beckett University, United Kingdom, v. 41, n. 2, p. 133–150, 2017. DOI: [10.1177/0193723517696967](https://doi.org/10.1177/0193723517696967)

PHILLIPS, K.; BAUDINETTE, T. Shin-Ōkubo as a feminine ‘K-pop space’: gendering the geography of consumption of K-pop in Japan. *Gender, Place and Culture*, v. 29, n. 1, p. 80–103, 2022. DOI: [10.1080/0966369X.2020.1857341](https://doi.org/10.1080/0966369X.2020.1857341)

PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. **Show de Madonna Rio atrai 1,6 milhão de pessoas à praia de Copacabana.** 5 mai. 2024. Disponível em: <https://prefeitura.rio/cidade/show-de-madonna-rio-atrai-16-milhao-de-pessoas-a-praia-de-copacabana/>. Acesso em: 14 out. 2024.

SAMPAIO, R. F.; MANCINI, M. Estudos de revisão sistemática: um guia para síntese criteriosa da evidência científica. **Revista Brasileira de Fisioterapia**, p. 1-188, 2007.

SANDVOSS, C.; GRAY, J.; HARRINGTON, C. L. Why Still Study Fans?. In: GRAY, J.; SANDVOSS, C.; HARRINGTON, C. L. (eds). **Fandom**: identities and communities in a mediated world. New York: New York University Press, 2017. p. 10–38.

STIEBEL, L. Hitting the hot spots: Literary tourism as a research field with particular reference to Kwazulu-Natal, South Africa. **Critical Arts**, v. 18, n. 2, p. 31–44, 2004. DOI: [10.1080/02560240485310151](https://doi.org/10.1080/02560240485310151)

TAVARES, A. B. C. de O.; TELLES, S. de C. C.; VOTRE, S. J. Maracanã stadium: place of carioca sport. **Motriz: Revista de Educação Física**, v. 24, n. 4, p. e101892–e101892, 2018.

TAYLOR, L. D. Investigating fans of fictional texts: Fan identity salience, empathy, and transportation. **Psychology of Popular Media Culture**, v. 4, n. 2, p. 172–187, 2015. DOI: [10.1037/ppm0000028](https://doi.org/10.1037/ppm0000028).

WOO, B. The Android’s Dungeon: Comic-bookstores, cultural spaces, and the social practices of audiences. **Journal of Graphic Novels and Comics**, v. 2, n. 2, p. 125–136, 2011. DOI: [10.1037/ppm0000028](https://doi.org/10.1037/ppm0000028)

YANG, L.; BAO, H. QUEERLY INTIMATE: Friends, fans and affective communication in a Super Girl fan fiction community. **Cultural Studies**, v. 26, n. 6, p. 842–871, 2012.

Como citar este artigo:

PAGNUSSAT, Eduarda Cividini; GUILSONI, Rodrigo. Pensando o espaço nas culturas de fãs: um panorama das abordagens geográficas na literatura internacional. **GEOGRAFIA**, Rio Claro-SP, v. 50, n. 1, p. 283-308, 2025. DOI:

Recebido em 15 de outubro de 2024
Aceito em 03 de junho de 2025