



## “Histeria coletiva”: a representação das fãs adolescentes na mídia<sup>1</sup>

Patrícia MATOS<sup>2</sup>

Tiago MONTEIRO<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ.

### RESUMO

A década de 1990 testemunhou o auge de grupos de música pop formados por garotos, conhecidos como Boy Bands. São lembrados, principalmente, por seu forte apelo entre as meninas adolescentes e pela temática romântica das músicas. O grupo norte-americano Backstreet Boys, considerado o maior representante do gênero, causou verdadeiros tumultos em suas duas visitas ao Brasil, nos anos de 2000 e 2001. Choro, gritos e desmaios são algumas das reações das fãs diante dos ídolos, consideradas exageradas por muitos. Partindo da análise da repercussão midiática da primeira vinda do grupo, pretendo colocar as práticas das fãs no centro das relações de consumo e construção de sentido deste gênero musical, problematizando os discursos acerca da idolatria, da adolescência e da condição feminina em um contexto popular massivo presentes na cobertura dos fatos pela imprensa.

**PALAVRAS-CHAVE:** fãs; culturas juvenis; música popular massiva.

A figura do fã carrega alguns estereótipos bastante enraizados no senso comum. Imagens como as da beatlemania e do fã que assassinou John Lennon são facilmente lembradas quando o assunto é idolatria. Até os anos 80 o fã era considerado o maior exemplo de consumidor passivo da indústria cultural, e o fato de os seus objetos de culto pertencerem à Cultura da Mídia, tida por muitos como algo alienante e que está em constante oposição à cultura erudita, contribui para que sua condição de fã seja ainda mais deslegitimada.

Fãs também são conhecidos por atitudes extremas na tentativa de demonstrar admiração ou para chegar perto do ídolo, principalmente fãs do sexo feminino. O caso das fãs das chamadas Boy Bands, grupos vocais formados por garotos, é emblemático e comparável à beatlemania em nível de comoção por parte das adolescentes. Suas reações, consideradas exageradas por muitos, correspondem quase totalmente ao

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Sessão Teorias da Comunicação da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Radialismo da ECO-UFRJ, email: patriciamatos85@gmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Radialismo da ECO-UFRJ; Mestre em Comunicação e Cultura pela mesma instituição; doutorando em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense. email: tjmonteiro@gmail.com.



estereótipo da fã jovem (e histérica) do sexo feminino. Porém, por trás da aparente obviedade, acredito que a análise das práticas desta comunidade de fãs pode revelar dados valiosos sobre os discursos acerca da juventude e da condição feminina em um contexto popular massivo.

### **Breve contextualização**

Os Backstreet Boys surgiram em meados da década de 1990 na esteira do sucesso de grupos como New Kids on the Bloch, Menudo, entre outros. São mais freqüentemente lembrados pela temática romântica de suas músicas, utilização de coreografias nos shows e performances *a capella*<sup>4</sup>. A banda sempre fez questão de se posicionar como um “grupo vocal”, rejeitando o termo Boy Band, já que este é comumente aplicado pela crítica para designar grupos de garotos de boa aparência com pouca ou nenhuma capacidade vocal. Este posicionamento tem claramente o objetivo de marcar sua distinção em relação a grupos similares que surgiram depois como N'Sync, Five, Westlife, entre muitos outros, e até mesmo seus predecessores do New Kids on the Bloch, como afirmou Kevin Richardson, que integrava o grupo na época: “Os New Kids on the Bloch tiveram tanto sucesso quanto nós, mas somos cantores, eles eram animadores de platéia”.<sup>5</sup>

Lançaram 6 álbuns entre os anos de 1996 e 2007 e uma coletânea de comemoração dos dez anos da banda. Tiveram seu auge aproximadamente entre os anos de 1997 e 2001, tendo passado por um hiato entre os anos de 2002 e 2004 em que alguns integrantes seguiram carreiras solo e um deles iniciou um tratamento contra a dependência de drogas e álcool. Esta pausa foi suficiente para afasta-los da grande mídia e o álbum *Never Gone*, de 2005, teve pouca repercussão. Após a saída de um dos integrantes, Kevin Richardson, o grupo lançou o álbum *Unbreakable* no final de 2007 e têm recuperado alguma visibilidade.

Suas músicas parecem atingir mais o público adolescente, ou seja, entre 13 e 21 anos em média, e mesmo que a primeira geração de fãs já tenha crescido eles ainda atraem esta parcela de público hoje em dia.

---

<sup>4</sup>O termo refere-se à música vocal sem acompanhamento de instrumentos utilizando apenas a harmonia das vozes dos integrantes.

<sup>5</sup> Trecho da entrevista coletiva cedida pelo grupo durante sua primeira visita ao Brasil publicada no jornal O Dia na edição do dia 21 de novembro de 2000, página 3.



No Brasil o fenômeno tomou forma quando o grupo fez duas visitas ao país, em novembro de 2000 (para uma visita rápida) e em maio de 2001 (para shows no Maracanã, no Rio de Janeiro, e Anhembi, em São Paulo).<sup>6</sup> Na ocasião dos shows milhares de fãs montaram acampamentos com até um mês de antecedência em frente aos locais das apresentações, na disputa por um lugar nas primeiras fileiras. No Rio de Janeiro o juizado de menores proibiu que menores de idade dormissem nos acampamentos, levando algumas jovens a abrigos e advertindo os pais.

Para fins deste artigo tenho por objetivo analisar a repercussão midiática da primeira vinda do grupo, no ano anterior, durante a intitulada “Turnê das 100 horas” (viagem ao redor do mundo para a promoção do álbum Black & Blue, em que o grupo visitou as cidades de Estocolmo, Tóquio, Sydney, Cidade do Cabo, Rio de Janeiro e Nova Iorque, detendo-se apenas algumas horas em cada uma).

A turnê passou pelo Brasil no dia 20 de novembro de 2000, onde algumas centenas de fãs já os aguardavam no aeroporto internacional Tom Jobim, no Rio. De lá, o grupo partiu em um ônibus em direção ao hotel Meridién, em Copacabana, onde milhares<sup>7</sup> de pessoas esperavam desde a manhã. Muitas fãs seguiram o veículo em carros, motos, vans e taxis. Na chegada ao hotel, a multidão que os aguardava cercou o ônibus da banda, causando um tumulto e dificultando a sua entrada. Segundo o jornal Extra<sup>8</sup> todo o contingente de policiais da orla, cerca de 100 homens, precisou ser deslocado para o local e o trânsito no entorno teve de ser fechado, dificultando a locomoção no bairro. O grupo cedeu uma entrevista coletiva e uma apresentação *a capella* de 15 minutos na sacada do hotel.

Duas coisas chamam atenção neste evento: a comoção das fãs e a quantidade de pessoas presentes para uma apresentação tão rápida e a repercussão ambígua, majoritariamente negativa, do fato, tanto na imprensa quanto nos dois documentários produzidos sobre a turnê.<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> Howie Dorough esteve sozinho no Brasil em 1998 para compromissos de divulgação do álbum Backstreet's Back. Na ocasião o grupo havia interrompido a turnê devido a uma cirurgia cardíaca de um deles. Howie passou alguns dias em São Paulo dando entrevistas e teve a van em que estava cercada por fãs que, por pouco, não a derrubaram. O acontecido foi considerado pelo próprio cantor, no DVD *Around The World*, uma prévia do que aconteceria em 2000 no Rio de Janeiro.

<sup>7</sup> Os dados são incertos mas giram em torno de 10 e 20 mil durante o dia e 30 a 40 mil à noite, durante a apresentação do grupo, segundo dados da CET-RIO e a Polícia Militar publicados nos periódicos consultados.

<sup>8</sup> Edição do dia 21 de novembro de 2000.

<sup>9</sup> DVD oficial da banda: *Backstreet Boys Around the World* e especial da MTV: *Diário dos Backstreet Boys*.



## **Idolatria e condição feminina na cultura de massa.**

O discurso hegemônico acerca da adolescência tende a considerá-la um período conturbado, marcado por mudanças e incertezas. O jovem é considerado alguém que não tem controle sobre as próprias emoções, por isso seus interesses são vistos como superficiais e volúveis e suas ações exageradas. Devido a tanta instabilidade, não só o discurso do jovem não é levado muito a sério como algumas de suas práticas chegam a ser consideradas nocivas e patológicas. (FREIRE FILHO, 2006)

O fenômeno da idolatria foi, durante muito tempo, tratado no âmbito da psicologia pelo viés da obsessão e da histeria.<sup>10</sup> Além disso o fã era considerado o protótipo do consumidor passivo e influenciável da indústria do entretenimento. Embora muito desta visão possa permanecer até hoje no senso comum, os anos 80 trouxeram uma virada teórica, quando o fã passou a ser visto, também, como um receptor criativo, capaz de transformar sua dedicação em novos artefatos e sentidos a partir do objeto de culto, configurando assim, para alguns teóricos, um ato de resistência contra a cultura hegemônica. (FREIRE FILHO, 2007)

Tão fácil quanto criticar os dois modelos de análise é cair em um deles. É sabido que nem os estereótipos do misantropo obsessivo e da massa histórica, nem a figura do fã altamente produtivo correspondem à totalidade do fenômeno, mas deve-se levar em consideração que os códigos específicos de cada comunidade de fãs podem levar o observador a pender para um dos lados da balança. É o caso da comunidade de fãs do grupo norte-americano Backstreet Boys, o objeto desta análise.

Esta comunidade é formada, majoritariamente, por mulheres que, durante o auge da banda tinham entre 13 e 20 anos (em média). Suas práticas cotidianas se parecem com as de outras comunidades de fãs como a organização de fã-clubes, coleção de materiais relacionados à banda que saem na mídia impressa e na TV, pôsteres nas paredes do quarto, etc. Porém, seus esforços para ter contato com os ídolos e suas reações diante deles são considerados extremos, mesmo em comparação com os fãs mais exaltados de outros gêneros. Gritos, choro e desmaios levaram a imprensa a classificar o fenômeno como Backstreetmania (em comparação à Beatlemania nos anos 60).

---

<sup>10</sup> Aqui torna-se necessário estar atento ao termo “histeria”, utilizado em larga escala pela imprensa para descrever as reações das fãs do sexo feminino. No caso de torcidas de futebol, por exemplo, um dos poucos (se não o único) exemplos de massas formadas majoritariamente por homens, o termo “histeria” nunca é utilizado.



O presente artigo é o primeiro passo de uma pesquisa que tem como foco a construção de sentido no interior de uma comunidade de fãs. Tal abordagem procura seguir o caminho percorrido pelos Estudos Culturais, o de observar as modalidades de recepção da mídia e a produção semiótica da audiência. Foi nos anos 40 e 60 que se começou a relativizar e questionar a passividade do receptor e a valorizar as práticas cotidianas. Nos anos 70 se acentuou a conexão entre a codificação da mensagem, durante a produção, e sua decodificação, ou seja, recepção. A vertente norte-americana deste estudos começa a considerar a recepção um momento determinante e o receptor como co-produtor de sentido, porém esta visão tendia a fechar os olhos para as condições de produção dos artefatos midiáticos. (MONTEIRO, 2007) Autores como John Fiske consideram que toda a audiência se envolve em alguma forma de produção de sentido mas os fãs, frequentemente, transformam este sentido em textos que circulam e definem a comunidade. (FISKE in LEWIS, 2001) Na esteira da análise de Fiske, Jenkins considera, ainda, a condição de fã uma modalidade muito particular de recepção, devido à natureza social de suas atividades. (JENKINS in LEWIS, 2001)

A produção de novos textos a partir dos artefatos da cultura da mídia por parte dos fãs corresponderia àquilo que Bourdieu classificou como “prática cultural proletária”, ou seja, uma atividade típica dos grupos subordinados (FREIRE FILHO, 2007). Sendo adolescentes e mulheres alguns dos representantes destes grupos subordinados, já que não detêm os mecanismos de representação sobre eles mesmos, podemos notar uma inter relação entre os discursos acerca da adolescência e da mulher e aqueles acerca das atividades dos fãs.

As Boy Bands são um produto contraditório, pois, apesar de terem atraído um público imenso, alcançado recordes de vendas e movimentado de forma surpreendente o mercado fonográfico, foram e são até hoje um dos alvos preferidos da crítica. O discurso mais comum é o que diz que estes grupos seriam pré-fabricados, já que alguns seriam formados através de testes<sup>11</sup> e não teriam poder de decisão sobre sua carreira, sequer compondo as próprias músicas. Portanto, o fenômeno foi considerado por muitos algo superficial e passageiro, o que se reflete em uma das letras do grupo N' Sync:

---

<sup>11</sup> Estes testes teriam por objetivo selecionar garotos de boa aparência e que correspondessem à estereótipos (tais como o “latino”, o “bad boy”, o “caçula”, o “romântico”, etc.) capazes de satisfazer a demandas específicas do público e, assim, conquistar as fãs adolescentes.



“Estou cansado de ouvir todo mundo dizer / 'O que há com essa onda pop? Quando isso vai acabar?’”<sup>12</sup>

Este discurso corresponde diretamente a questão da autenticidade, conceito tão caro à ideologia do rock. Além da suposta falta de talento de seus integrantes (que utilizariam, ainda, o recurso do *playback* em suas apresentações) o apelo destes grupos seria, segundo os críticos, mais no quesito visual dos integrantes do que em sua obra.

Ao desvalorizar a banda a crítica desvaloriza, por tabela, as práticas de suas fãs. Como na reportagem do Jornal do Brasil em 21 de novembro de 2000: “Um detalhe: os Backstreet Boys não tocam instrumentos. Eles se limitam a cantar, dançar e enlouquecer suas fãs”. Além disso a própria condição de fã já as tornaria incapazes de estabelecer distinções entre a figura do artista e sua obra, o que as classificaria como desprovidas do senso crítico necessário para avaliar suas músicas.

O vazio afetivo, a falta de referenciais, a necessidade de moldes comportamentais e a falta de habilidade em lidar com os estímulos sexuais trazidos pela puberdade são só algumas das tentativas de explicar tanto o comportamento dos adolescentes em geral como das fãs em particular. Daí a associação, no senso comum, entre as duas condições, a do adolescente e a do fã, como necessariamente interligadas.

No caso das fãs das chamadas Boy Bands, são comuns os relatos de pessoas que deixam de ser fãs com o tempo e atribuem isso ao fato de terem crescido, confirmando o discurso hegemônico de que “quando crescer, isso passa”. Por outro lado, aquelas que permanecem na dedicação ao ídolo mesmo depois de “crescidas” são consideradas *adultescentes*, ou seja, não teriam sido capazes de superar as “crises” da adolescência e, por isso, ainda precisariam daquele objeto para suprir suas carências. Uma terceira opção, que seria aparentemente o meio termo, seria uma passagem da condição de fã para a condição de admirador, ou seja, conhecedor da obra sem tanto investimento afetivo, com o distanciamento e a sobriedade próprios do mundo adulto. Em outras palavras, o que diferenciaria tanto o fã do admirador como o adolescente do adulto é o controle sobre as próprias emoções.

A maturidade representa – dentro desta visão linear da idade e do desenvolvimento cognitivo, emocional e social – a resolução (no tempo e na seqüência apropriada) de questões fundamentais para a formação da personalidade. (...) Trata-se, presumidamente, de um estado fixo e não problemático – uma condição de equilíbrio e completude, isenta de conflitos. FREIRE FILHO, 2006; P.45)

---

<sup>12</sup> “Sick and tired of hearing all these people talk about / What's the deal with this pop life and when is it gonna fade out” (Trecho da música *Pop* do álbum *Celebrity*)

Existem basicamente dois estereótipos principais na abordagem psicanalítica das atividades do fã: o indivíduo solitário e obsessivo e a massa histórica. Essas duas imagens refletem a dualidade entre masculino e feminino enraizadas na sociedade. O homem é sempre associado à racionalidade e a mulher à emoção, representando, respectivamente, um pólo positivo e outro negativo do tecido social. Além de ser considerada influenciável e exagerada, a mulher é vista como desprovida de individualidade e, por isso, teria uma tendência maior a se “dissolver” na massa, que forneceria as condições mais favoráveis para que sua voz pudesse ser ouvida. (idem)

Em seu livro *Memórias do Modernismo*, Andreas Huyssen mostra que, no senso comum, não só a massa seria formada majoritariamente por mulheres, como as características atribuídas a ela seriam as mesmas aplicadas às mulheres. Não só seu público mas a cultura de massa como um todo seria, portanto, essencialmente feminina, enquanto a alta cultura permanece como um terreno privilegiado das atividades masculinas”. (HUYSEN, 1996, p.45)

O tumulto causado pelas fãs do Backstreet Boys (BSB daqui em diante) naquele 20 de novembro de 2000 teve grande repercussão, tendo sido noticiado em *todos* os jornais de grande circulação da cidade do Rio de Janeiro e na Folha Online (SP). A capa do Caderno D do jornal O Dia trazia uma foto geral da multidão (que ocupava um terço da página) e a manchete: “histeria coletiva”. Uma das notas publicadas na Folha Online, por sua vez, dizia:

Ficaram histéricas.(...)Várias fãs se atiraram no chão diante do ônibus que levava o grupo.(...) “É uma loucura. É como se quem estivesse aqui fosse o presidente ou o Michael Jackson, não os Backstreet Boys” disse um dos integrantes da banda, Howie Dorough, depois de ver as fãs se aglomerando na rua. Já Brian Littrell disse: “Foi assustador. Fiquei com medo de alguma daquelas fãs se machucar seriamente”<sup>13</sup>

Nestas reportagens, as fãs sempre são lembradas por seu descontrole e incapacidade de medir as conseqüências dos próprios atos, constantemente demandando cuidados. “Elas dão uns gritinhos, se cansam, desmaiam e nós atendemos” diz um bombeiro ao Jornal do Brasil.<sup>14</sup> Os próprios integrantes da banda demonstraram preocupação com a integridade física das fãs. “Só não quero que se machuquem. Fora isso podem gritar” diz A.J. Mclean para a câmera da MTV.

---

<sup>13</sup><http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u6720.shtml>

<sup>14</sup> Edição do dia 21 de novembro de 2000, página 20.

Embora os gritos, muitas vezes, sejam considerados algo sem muita importância (o que se verifica pelas falas citadas acima) a multidão descontrolada também é considerada perigosa.

Tal como uma mulher, a multidão vai em um segundo a extremos... Um começo de antipatia e desaprovação, que no caso de um indivíduo isolado não ganharia força, se torna num instante um ódio furioso, no caso de um indivíduo na multidão”. (LE BON, 1981, P.50 *apud* HUYSSSEN, ano, p.52)

É importante observar que a cobertura da imprensa influencia, em muitos aspectos, a nossa percepção dos fatos. Assim como no fenômeno da Beatlemania a abordagem da mídia sempre tende a ser exagerada em certa medida, daí a divergência no que diz respeito ao número de pessoas presentes entre as diversas fontes consultadas. Sobre a cobertura da imprensa acerca da beatlemania:

Se havia de fato uma multidão ou simplesmente uma desordem envolvendo não mais que oito garotas não ficou claro, mas os rumores pareciam apontar para o caos. (...) Na véspera da primeira turnê americana do grupo, a revista *Life* publicou: “um Beatle que se aventure a sair desprotegido pelas ruas corre o sério risco de ser desmembrado ou esmagado até a morte por suas fãs”.(EHRENREICH, HESS and JACOBS in: LEWIS, 2001, p. 85 e 86)<sup>15</sup>

A utilização de expressões como “desmembrado” e “esmagados até a morte” denota claramente uma idéia de pânico frente a multidão, o que se verifica também no título da nota publicada pelo jornal *O Globo* no dia seguinte a visita do grupo: “Histeria no cerco aos Backstreet Boys”. A palavra escolhida para adjetivar a recepção das fãs ao grupo (“cerco”) também traz a idéia do pânico e de uma situação limite.

Como vimos até aqui as fãs destes grupos sofreriam uma tripla desvalorização de sua condição já que ocupam simultaneamente a posição de “outro” patológico da abordagem psicanalítica dos fãs, “outro” do discurso acerca da adolescência e do que seria considerado o adolescente ideal, e o “outro do modernismo” de Andreas Huyssen, ou seja, a visão senso comum sobre a mulher.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Whether there was in fact a mob or merely a scuffle involving no more than eight girls is not clear, but the report acted as a call to mayhem. (...) On the eve of the groups’ first US tour, *Life* reported, “a beatle who ventures out unguarded into the streets runs the very real peril of being dismembered or crushed to death by his fans”

<sup>16</sup> E se considerarmos o pop como o “outro” da ideologia do rock haveria ainda um quarto nível de deslegitimação.



## Propostas para a abordagem da relação fã-ídolo

O DVD oficial da banda, “Backstreet Boys Around The World” e o especial da MTV “Diário dos Backstreet Boys” relatam os acontecimentos da turnê das 100 horas sob o ponto de vista do grupo. Além de cinegrafistas acompanhando cada passo da turnê (dentro do avião particular, do ônibus, nos bastidores) os documentários também contam com imagens das câmeras portáteis dos próprios integrantes e entrevistas com os mesmos. Nos momentos que se passam no Rio de Janeiro, podemos observar os acontecimentos de dentro do ônibus do grupo. Vemos as fãs correndo, batendo nos vidros, subindo no capô de carros para vê-los, o trabalho do policiamento para contê-las e, principalmente a reação da banda diante daquela situação inesperada. “Não me importa o número de seguranças. Dez mil garotas vão pisoteá-los, não importa o tamanho” diz A.J. Mclean. Porém, após conseguirem entrar no hotel, Kevin Richardson exclama “Elas nos amam muito”.

Estas duas declarações antagônicas refletem a ambigüidade com que o fenômeno é percebido, inclusive pela mídia. A Folha Online, no dia seguinte ao evento, ao falar da chegada da banda U2 ao Rio de Janeiro, comparou as duas recepções. “Chegada do U2 ao Rio de Janeiro é vista com pouco furor” dizia o título. “Ao contrário dos Backstreet Boys, que fizeram uma visita-relâmpago ao Rio de Janeiro e alvoroçaram a cidade, a banda irlandesa de rock U2 chegou ao Aeroporto Internacional por volta de 8h, onde poucos fãs os aguardavam”.<sup>17</sup>

Nota-se que a recepção ao BSB no dia anterior foi considerada um indicador positivo do sucesso da banda. Isso nos leva diretamente a uma visão que inclui a platéia na construção de sentido, ou seja, como “parte do show”.

A produtividade do fã não está limitada à produção de novos textos: ela também participa da construção do texto original e, assim, transforma a narrativa comercial ou performance em cultura popular. Fãs são muito participativos. Torcidas de futebol vestindo as cores de seu time e públicos de rock se vestindo e se comportando como as bandas se tornam parte da performance.<sup>18</sup>(FISKE *in*: LEWIS, 2001, p40)

Desta forma, não só o artista executa performances no palco como o público, ao ouvir a música e, conseqüentemente, a performance do artista, executaria, ele mesmo,

<sup>17</sup><http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u6725.shtml>

<sup>18</sup> Fan productivity is not limited to the production of new texts: it also participates in the construction of the original text and thus turns the commercial narrative or performance into popular culture. Fans are very participatory. Sports crowds wearing their teams' colors or rock audiences dressing and behaving like the bands become part of the performance.



uma performance (FRITH, 1996). O conceito de escuta performática de Simon Frith sugere que o corpo do artista, totalmente presente na apresentação ao vivo e tecnicamente ausente na canção gravada, deixaria certos “rastros” na música. “Cada vez que a canção é escutada, a performance se faz presente. Se o suporte midiático apaga as referências espaciais da voz viva, o ouvinte as cria a partir da gestualidade presente no som” (DANTAS in: FREIRE FILHO & JANOTTI JR., 2006, p.61).

Através da voz, entre outros elementos, do timbre, do modo como as palavras são ditas, o ouvinte seria capaz de recriar a performance. Os processos modernos de captação de som e a manipulação (sem conotação pejorativa) da música gravada em estúdio seriam capazes de criar performances ideais, desde sussurros e execuções mais intimistas que o microfone possibilita a ajustes no tom dos instrumentos e da voz, passando pela possibilidade de executar a música várias vezes, aproveitando somente as melhores partes.

Porém, para esta performance tomar forma é necessário um interlocutor capaz de interpretar tais códigos. Não podemos esquecer que os mesmos variam de acordo com a gramática de cada gênero musical e são eles que determinam os padrões de comportamento de cada grupo. Em outras palavras, as reações das fãs seriam excessivas apenas comparadas com outras comunidades de fãs, mas no interior da mesma transpareceriam seu código comum e, em certa medida, um fator de identificação entre seus membros.

Deve-se considerar também que se, por um lado, os excessos das fãs podem ser tratados pejorativamente, por outro eles são indicativos da importância daquele artista ou obra para aquelas pessoas. Independente do que pode mover cada uma das fãs (as músicas da banda, sua capacidade vocal ou, simplesmente, o apelo visual e sexual de seus integrantes) o investimento afetivo só se justifica mediante o reconhecimento de que aquele artefato é digno de ser “adorado”. O excesso é parte do processo de legitimação deste produto (GROSSBERG *in*: LEWIS, 2001).

Desta forma, a fã julga necessário manifestar seu afeto através, por exemplo, dos gritos, pois seria a única forma de fazer jus à importância do ídolo e, ao mesmo tempo, afirmar sua condição de fã, não só diante do ídolo mas dos outros membros da comunidade. A disputa simbólica se dá neste contexto, onde o esforço para chegar perto do ídolo se mostra, em certa medida, um fator de distinção entre fãs “verdadeiras” e aquelas que “só estão seguindo a moda”. Nos depoimentos dados pelas fãs à imprensa,



são muito comuns declarações do tipo “eu faria qualquer coisa por eles” ou “esperaria por eles o tempo que fosse necessário”, mas devemos observar que não só a imprensa valoriza e seleciona os depoimentos mais exagerados como, entre as próprias fãs, aquela que chegou mais cedo, que veio da cidade mais distante, que enfrentou maiores dificuldades (como a proibição dos pais ou a escassez de recursos), se sacrificou mais (enfrentando o tumulto e o forte calor imprensada na grade) e fez as maiores loucuras para vê-los (como subir na traseira do ônibus) será vista com maior respeito pelas outras.

É importante observar, também, que as declarações das fãs dadas a imprensa são condicionadas por uma série de fatores como a posição que o repórter ocupa e as condições em que a abordagem é feita. Desta forma, algumas fãs podem ser levadas a exagerar ou evidenciar certos aspectos, acreditando que esta exposição pode lhe proporcionar algum contato com o ídolo e muitas vezes alheia ao fato de que isso lhe trará capital social no interior da comunidade. A fã assumiria uma postura performática, incorporando, assim, o discurso senso comum da histeria das fãs adolescentes. Desta forma elas estariam tentando reverter o estereótipo a seu favor buscando utilizá-lo em benefício próprio a fim de se destacar no meio da multidão.

## **Conclusões**

Diferentemente de certas perspectivas algo eufóricas sobre as comunidades de gosto contemporâneas, é possível reconhecer a existência de uma dimensão conflitante, de disputa simbólica entre seus membros, pautada pela lógica da distinção.

A relevância da presente pesquisa se dá na medida em que propõe um olhar não apenas sobre as práticas dos fãs, mas também da relação entre estas práticas e outros discursos (como o jornalístico) e representações (como aquelas veiculadas pela mídia), a partir dos quais as mesmas se configuram. Ou seja, o fã não existe em um vácuo social.

Propõe-se, ainda, um novo olhar sobre as práticas das fãs que leve em consideração seus códigos específicos e seu papel na construção de sentido daquela comunidade, tendo em conta não só a performance do artista como a performance da platéia e as relações de troca entre uma e outra.

É uma pesquisa que demanda um esforço etnográfico mais extenso, relatado aqui apenas em seu início, mas que se mostra cada vez mais pertinente já que o fã se configura como um dos eixos principais das relações de consumo da cultura da mídia.



## REFERÊNCIAS

COELHO, Maria Cláudia. *A condição do fã: idolatria e indústria cultural*. Interseções, n.2, p. 417-431

DANTAS, Danilo Fraga. A dança invisível: sugestões para tratar da performance nos meios auditivos. In: FREIRE FILHO, João & JANOTTI JR., Jeder (orgs.). *Comunicação & música popular massiva*. Salvador: Edufba, p.55-67, 2006

FISKE, John. The Cultural Economy of Fandom. In: LEWIS, Lisa A. (org). *The Adoring Audience: fan culture and popular media*. London, New York: Routledge, p. 30-49, 2001.

FREIRE FILHO, João. Formas e normas da *adolescência* e da *juventude* na mídia. In: FREIRE FILHO, João e VAZ, Paulo (orgs.) *Construções do tempo e do outro: representações e discursos midiáticos sobre a alteridade*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006

\_\_\_\_\_. *Reinvenções da Resistência Juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

FRITH, Simon. *Performing Rites: On the value of popular music*. Cambridge: Harvard University Press, 1996.

GROSSBERG, Lawrence. Is there a fan in the house?: the affective sensibility of fandom. In: LEWIS, Lisa A. (org). *The Adoring Audience: fan culture and popular media*. London, New York: Routledge, p. 50-65, 2001.

HUYSSSEN, Andreas. A cultura de massa enquanto mulher – o “outro” do modernismo. In: *Memórias do Modernismo*. Rio de Janeiro : Ed. da UFRJ, 1996.

JENKINS, Henry. 'Strangers no more, we sing': Filking and the social construction of the Science Fiction Fan Community. In: LEWIS, Lisa A. (org). *The Adoring Audience: fan culture and popular media*. London, New York: Routledge, p. 208-236, 2001.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. São Paulo: EDUSC, 2001.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. *As práticas do fã: identidade, consumo e produção midiática*. Rio de Janeiro, Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – UFRJ, 2007.

\_\_\_\_\_. *Autenticidade juvenil: consumo midiático, investimento afetivo e disputa simbólica no interior de uma comunidade de fãs*. In: Revista ECO-PÓS/UFRJ – Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação, v. 8, n. 1. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2005. p. 42-56.



## **PERIÓDICOS**

FOLHA ONLINE em [www.folha.com.br](http://www.folha.com.br)

JORNAL DO BRASIL, 21 de Novembro de 2000, capa e página 20.

JORNAL EXTRA, 21 de Novembro de 2000.

JORNAL O DIA, 21 de Novembro de 2000, Caderno D: capa e página 3.

JORNAL O GLOBO, 21 de Novembro de 2000, Caderno Rio: página 15.