



Unbreakable: A performance e a produtividade dos fãs do grupo Backstreet Boys.¹

Patrícia Matos dos Santos²
Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Resumo

Os Backstreet Boys são uma Boy Band norte-americana formada nos anos 90 tendo atingido seu auge entre os anos de 1999 e 2001. São lembrados, principalmente, por seu apelo entre mulheres adolescentes e por arrastarem uma multidão de fãs ao redor do mundo. Choro, gritos e desmaios são alguns exemplos do comportamento das fãs diante dos ídolos, considerado exagerado por muitos. Partindo da problematização do estereótipo da histeria perpetuado pela mídia, pretendo colocar as práticas dos fãs no centro das relações de consumo e construção de sentido deste gênero musical. Desta forma produzirei uma análise mais precisa de suas práticas e, assim, proponho outras formas de compreender os códigos desta comunidade de fãs.

Palavras-chave

fãs; culturas juvenis; música popular massiva.

1. Introdução

O grupo norte-americano de música pop Backstreet Boys foi formado nos anos 90 e hoje sé considerado o principal representante das chamadas Boy Bands. São lembrados, principalmente, por seu forte apelo entre mulheres adolescentes e por arrastarem uma multidão de fãs ao redor do mundo. O comportamento de suas fãs, tido como exagerado por muitos e até beirando o patológico, levou alguns veículos da imprensa a classificar o fenômeno como Backstreetmania, referência a Beatlemania nos anos 60.

Como analisado em trabalhos anteriores³, ao empregar a idéia de histeria, a cobertura midiática acaba mitificando o comportamento destas fãs e agrega uma série de discursos acerca da idéia senso comum de adolescência, da abordagem psicanalítica das práticas dos fãs e, principalmente, da condição feminina na cultura de massa. O objetivo aqui é produzir uma análise mais precisa deste fenômeno e propor outras formas de compreender os códigos desta comunidade de fãs.

¹Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Graduanda do curso de Comunicação Social, habilitação Radialismo, 6º período, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Email: patriciamatos85@gmail.com

³ Ver MATOS, 2008a e MATOS, 2008b



Para desenvolver este trabalho utilizei, em um primeiro momento, a análise da repercussão midiática da primeira vinda do grupo ao Brasil e, no segundo momento, minha posição de *insider*⁴ na referida comunidade de fãs para observar suas práticas. O fato de ser uma fã do grupo desde os 11 anos de idade (e, portanto, há doze anos) trouxe facilidades, como o acesso às informações e fácil contato com outros fãs, mas também dificuldades, como conciliar as condições de pesquisadora e de fã em momentos de grande euforia e ansiedade.

Tenho acompanhado por cerca de um ano sites de fã, blogs e comunidades virtuais dedicados à banda⁵, participado de fã-clubes e encontros e procurado manter contato com o maior número de fãs possível. Além disso entrevistei cerca de 20 fãs por email, MSN e pessoalmente (estas registradas em vídeo durante a última passagem da banda pelo Brasil) e também distribuí um questionário online no qual obtive cerca de 30 respostas.

Optei por limitar minha análise aos fãs brasileiros da banda por achar que estes constituem um grupo bastante coeso e com características muito específicas, e também por questões práticas (maior facilidade de aproximação devido a localização e idioma).

Também estive presente na última vinda do grupo ao Brasil, em março de 2009, nos dois shows realizados no país e acompanhei a banda por vários locais, como aeroporto e hotel em que ficaram hospedados na cidade do Rio de Janeiro, além de ter adquirido através do fã-clubes oficial um passe vip⁶ com o qual pude conhecer a banda junto com um grupo de apenas cinquenta fãs. Considero estes eventos recentes de fundamental importância para a pesquisa pois nestas ocasiões pude observar o comportamento das fãs em caráter presencial (e não só através da internet) e diante de seus ídolos de maneira mais precisa e atual.

2. Breve contextualização.

O Backstreet Boys provocou um verdadeiro tumulto em sua primeira visita ao Brasil, 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,

⁴É chamado pesquisador-insider aquele que participa ativamente do grupamento social o qual investiga. Para mais detalhes ver AMARAL, 2008.

⁵ A maior concentração de fãs brasileiras da banda se encontra no site de relacionamentos Orkut, na comunidade de nome “Backstreet Boys” que atualmente conta com 51 mil membros (acesso em 05 de março de 2009). Desta forma minha pesquisa se concentrou na comunidade do Orkut.
<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=55539>

⁶ O *soundcheck party*, como é chamado, consiste em um pacote que é adquirido através do fã-clubes oficial e dá direito a encontrar a banda antes do show. A venda é feita através da internet e se esgota em questão de minutos.



Tóquio, Sydney, Cidade do Cabo, Rio de Janeiro e Nova Iorque, detendo-se apenas algumas horas em cada uma). Mas já em 1998, o fenômeno começou a dar indícios de que seria algo sem precedentes. Foi quando Howie Dorough, um dos integrantes da banda, fez uma visita rápida ao Brasil e esteve na cidade de São Paulo para a divulgação do álbum *Backstreet's Back*. Na ocasião, a van em que o cantor estava quase foi derrubada pelas fãs. O fato é considerado pelo próprio cantor uma prévia do que aconteceria em 2000, durante a turnê de divulgação do *Black & Blue*.⁷

A “Turnê das 100 horas” 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 milhares⁸ de pessoas os esperavam desde a manhã. Muitas fãs seguiram o veículo em carros, motos, vans e táxis. 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 do Brasil⁹, 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 realizou uma apresentação *a capella* de 15 minutos na sacada do hotel.

O fato foi noticiado pelos principais jornais do Rio de Janeiro e pela Folha de São Paulo Online. Termos como “delírio”, “convulsão” e, principalmente, “histeria” são utilizados em larga escala bem como a ênfase em depoimentos exagerados e nos transtornos causados pelas fãs, como o caos no trânsito do bairro e o “cerco” ao ônibus do grupo.

Foram produzidos, também, dois documentários sobre a turnê¹⁰, um veiculado pela MTV e outro disponível em um DVD oficial da banda, que contam com imagens de dentro do ônibus do grupo e depoimentos dos cantores. Estes materiais audiovisuais também enfatizam o comportamento tido como exagerado das fãs e, principalmente, o temor dos integrantes do grupo diante da multidão.

⁷ Baseado em depoimento do cantor no DVD Backstreet Boys Around the World.

⁸ 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.

⁹ Edição do dia 21 de novembro de 2000.

¹⁰ No primeiro semestre de 2008 produzi um documentário de 23 minutos também sobre a Turnê das 100 horas. O vídeo conta com depoimentos de 4 fãs (eu incluída) e procura mostrar os fatos sob o ponto de vista das fãs em contraponto à representação midiática. O vídeo se encontra disponível em três partes no link:

www.youtube.com/patriciamat85.



Em maio de 2001 o grupo retorna ao Brasil com o show completo da turnê *Black & Blue*. Em São Paulo e Rio de Janeiro dezenas de fãs acamparam nos estádios do Anhembi e Maracanã respectivamente com até um mês de antecedência¹¹.

A banda passou 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.

Promoveram uma turnê mundial durante o ano de 2008 e no fim do mesmo ano anunciaram uma turnê latino-americana para o início de 2009 que passaria por Porto Rico, Peru, Venezuela, Chile, Argentina, Brasil e México. Uma grande quantidade de fãs acredita que esta turnê foi o resultado das inúmeras campanhas feitas no intuito de trazer a banda para a América do Sul como petições online, encontros simultâneos, entre outros¹².

No Brasil a banda tocou para públicos de 12 mil e 8 mil pessoas, no Credicard Hall em São Paulo e no Citibank Hall no Rio de Janeiro, respectivamente. Mesmo tendo diminuído em número, suas fãs mantêm grande parte de suas práticas como seguir a banda por aeroportos e hotéis. É importante lembrar que a exposição da banda na mídia é extremamente menor que em seus tempos áureos e na mídia brasileira, hoje em dia, é quase inexistente. As maiores e, possivelmente, únicas fontes de informações sobre o grupo são sites mantidos por fãs.

Mesmo que hoje em dia os fãs sejam beneficiados pelo fácil acesso à mídia internacional através da internet, pude notar que atualmente eles são os grandes responsáveis por “mantêr a chama dos Backstreet Boys acesa” como eles mesmos dizem. Os sites mantidos por fãs (notadamente o *BSB-BRASIL.com* e o *thebackstreetboys.com.br*, os dois principais sites de notícias e fã-clubes virtuais dedicados à banda no Brasil) são apontados pela maioria dos entrevistados como sua principal fonte de informações sobre o grupo atualmente.

¹¹ <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u13109.shtml> e <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u13183.shtml>

¹² Os encontros simultâneos consistiam em reuniões de fãs em várias cidades do Brasil e de outros países da América Latina marcados em uma mesma data e horário. Os encontros eram fotografados e filmados e depois disponibilizados na internet esperando que a mobilização pudesse chamar a atenção dos empresários e da própria banda. Além disso foram feitas muitas petições online, pedidos através do mspace oficial da banda, emails, etc.



3. Retrospectiva teórica.

O fenômeno da idolatria foi, durante muito tempo, tratado no âmbito da psicologia pelo viés da obsessão e da histeria.¹³ 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 e com a expansão dos Estudos Culturais nos EUA e Inglaterra começou a ser questionada a validade do discurso dominante sobre os fãs e dos paradigmas que lhe davam suporte. 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).

A partir destes estudos pretendo articular um modelo de análise das práticas desta comunidade de fãs que procure pensar seu comportamento diante dos ídolos pelo viés dos conceitos de investimento afetivo (GROSSBERG, 2001) e de disputa simbólica (BOURDIEU, 1983), aliados à noção de escuta performática (FRITH, 1996).

Observa-se presente no discurso da mídia e, conseqüentemente, no senso comum, uma tendência a associar a condição de fã à idéia de adolescência. 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 à sério como algumas de suas práticas chegam a ser consideradas nocivas e patológicas. Desta forma, a carência afetiva, a falta de referenciais e a inabilidade em lidar com as mudanças trazidas pela puberdade justificariam o comportamento exagerado destes fãs e, em certa medida, a necessidade de se apegar a ídolos pop como modelos comportamentais. O ingresso na fase adulta, um estágio inerentemente isento de conflitos, seria a resolução “natural” para este tipo de comportamento, marcando, assim, a condição de fã como algo passageiro e superficial (FREIRE FILHO, 2006).

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

¹³ 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.



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*¹⁴, 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, aparentemente um meio termo, seria uma passagem da condição de fã para a de admirador, ou seja, conhecedor da obra sem tanto investimento afetivo (GROSSBERG, 2001), 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.

É importante observar que muito desta idéia se reflete no comportamento e no discurso das próprias fãs, não sendo exclusivo da fala dos pais ou dos adultos e não-fãs em geral, como podemos observar no depoimento de uma das entrevistadas:

Comecei a gostar da banda ainda muito jovem, então na época eu até chorava de vê-los na televisão. Com o passar dos anos fui amadurecendo com eles e passei a admirá-los como cantores e pessoas, e não mais como um rostinho bonito apenas. (D.F., 24, editora de imagens)

É importante não perder de vista que, como observa Freire Filho (2006), a adolescência é um construto discursivo. O discurso hegemônico tende a conectar a fase da puberdade, que se trata de um fenômeno biológico, à uma suposta fase intermediária entre a infância e a idade adulta. Ao fazer esta conexão a tendência é considerar o comportamento do jovem ou adolescente como natural, da ordem do biológico, ignorando qualquer possível reflexão quanto ao contexto sócio-cultural em que este jovem vive.

O processo de naturalização do comportamento destas fãs ocorre também, e principalmente, quando do uso indiscriminado do termo “histeria” e equivalentes para designar o comportamento destas fãs diante dos ídolos. Desta forma, assume-se que este tipo de comportamento seria exclusivamente feminino, já que o termo vem do grego *hysterikos*, que se referia a uma condição médica peculiar a mulheres, causada por perturbações no útero. Ou seja, este tipo de reação seria própria da *natureza* feminina, da ordem do biológico.¹⁵

Mais do que um simples diagnóstico do que seria ou não um comportamento histérico (algo que só poderia ser feito um profissional da psicologia) procuro observar

¹⁴ O termo se refere a adultos que mantêm hábitos considerados tipicamente adolescentes, frequentemente ligados a práticas de fã.

¹⁵ O Jornal do Brasil vai ainda mais longe quando traz no subtítulo da reportagem “*Convulsão e histeria* antes do show do grupo.” Observa-se aí claramente uma abordagem patológica do comportamento das fãs já que a convulsão é um fenômeno que só ocorre devido a condições médicas.



as práticas destes fãs como um ato de comunicação. O fato de optar por não utilizar conceitos da psicanálise neste estudo não significa que eu os despreze, apenas que optei por um ponto de vista que permita analisar o fenômeno de maneira mais ampla.

Considero que o estigma da histeria torna impossível enxergar outros sentidos nas práticas dos fãs que não sejam o de uma simples patologia, quando existem evidências de que tal comportamento, tido como exagerado e patológico, não só ocorre de forma consciente como se mostra um elemento fundamental da construção de sentido da música.

Chamo atenção para o fato de que a referida comunidade de fãs também é formada por indivíduos do sexo masculino (embora apareçam em menor número) e muitos deles reproduzem o comportamento das mulheres sem que sejam considerados histéricos.

A abordagem psicanalítica das práticas dos fãs leva à construção de dois estereótipos básicos: o indivíduo solitário e obsessivo e a massa histérica que 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 (FREIRE FILHO, 2006).

Em seu livro *Memórias do Modernismo*, Andreas Huyssen mostra que, no senso comum, não só a massa seria formada majoritariamente por indivíduos do sexo feminino, 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 (HUYSSSEN, 1996, p.45).

Nas reportagens analisadas, as fãs sempre são lembradas por seu descontrole e incapacidade de medir as conseqüências dos próprios atos, constantemente demandando cuidados. No dia 21 de novembro de 2000, dia seguinte a primeira visita do Backstreet Boys ao Brasil, o jornal *O Dia* trazia no Caderno D uma matéria de capa com 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”¹⁶

Uma das entrevistadas, ao justificar porque preferia a denominação “fã” à “fanática”, afirma:

Escolhi esta opção [fã] pois acredito ser uma pessoa mais contida em relação ao meu fanatismo hoje em dia. Sei controlar, as coisas estão amenizadas. (...) Antes, até por ser muito nova, fazia muitas coisas que não sei se faria hoje; mas claro que não me arrependo de nada. (C.J., 21, estagiária em comunicação)

É possível observar que a inter-relação entre a representação midiática do fã, do adolescente e da mulher se dá através de uma idéia de descontrole sobre os próprios sentimentos que resultaria em atitudes extremas. A multidão se torna perigosa, imprevisível e incontrolável, como podemos observar na fala de um dos integrantes da banda, A.J. Mclean, captada pelas câmeras da MTV: “Não me importa a quantidade de seguranças. Dez mil garotas vão pisoteá-los, não importa o tamanho.”

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)¹⁷

O mesmo discurso aparece na fala de um dos integrantes do BSB nas imagens veiculadas pela MTV: “Se um de nós cair lá fora está perdido.” A utilização de expressões como “desmembrado”, “esmagados até a morte” e “perdido” denota claramente uma idéia de pânico frente à multidão, o que se verifica também no título da nota publicada pelo jornal *O Globo* no dia seguinte à visita do grupo: “Histeria no *cerco* aos Backstreet Boys”. A palavra escolhida para adjetivar a recepção ao grupo (“cerco”)

¹⁶<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u6720.shtml>

¹⁷ “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 mayhen. (...) 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.” No original.



expressa muito mais do que o fato de as fãs terem se aglomerado em volta e, portanto, cercado o veículo que trazia a banda: traz claramente uma idéia de situação limite.

4. Propostas para a abordagem da relação fã-ídolo

Ao chegar à cidade de Lima no Peru, durante a turnê *Unbreakable* na América Latina, a banda foi recepcionada por uma enorme quantidade de fãs no aeroporto e teve dificuldades para sair em direção ao hotel. Um integrante da equipe gravou um vídeo com uma câmera digital que foi adicionado ao Youtube e divulgado pelo Twitter¹⁸ da banda com a seguinte legenda: “Vamos ver se o Brasil, ou algum outro país da América do Sul, vai superar isso.”¹⁹ Vemos que esse tipo de recepção não só é apreciada como é esperada pela banda e que o comportamento das fãs é reconhecido pela própria banda como parte da construção de sentido de suas músicas.

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. (FISKE in: LEWIS, 2001, p40)²⁰

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).

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, uma performance (FRITH, 1996).

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

¹⁸ www.twitter.com/backstreetboys, a banda tem utilizado amplamente o serviço de microblog para se comunicar com as fãs e divulgar atualizações e novidades.

¹⁹ “Let's see if Brazil or any of the other SA countries can beat that.” Disponível em <http://twitter.com/backstreetboys/status/1247403868>

²⁰ “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.” No original.



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 (e de disputa) entre seus membros. Deve-se considerar, também, que o excesso de investimento afetivo (e, como dito antes, ele só se configura como excessivo em comparação a um ideal de comportamento distanciado e menos emocional) é um indicativo 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) e também parte da performance.

Desta forma, o investimento justifica o excesso e as maneiras com que este excesso se torna visível variam de acordo com os códigos de cada comunidade. Estas fãs julgam necessário manifestar seu afeto através, por exemplo, dos gritos, pois seria uma das formas mais eficazes (para as fãs) 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 da banda) será vista com maior respeito pelas outras.

Nas imagens veiculadas pela MTV em 2000, vemos uma fã que, ao chegar perto da banda, irrompe em lágrimas e berros e precisa ser retirada pelos seguranças. Em seguida um dos integrantes da banda diz para a câmera “esta é uma fã de verdade!”. Logo, a reação exacerbada é reconhecida como fator indicativo do investimento afetivo



e, conseqüentemente, se torna um elemento de disputa simbólica já que, ao assistirem ao depoimento do cantor, muitas fãs podem se sentir impelidas a fazer o mesmo, a fim de obter o mesmo reconhecimento.

É importante observar, também, que as declarações das fãs dadas à 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, estando muitas vezes alheia ao fato de que isso lhe trará capital social no interior da comunidade.

Desta forma, o comportamento das fãs se configura como uma performance, valendo-se muitas vezes do aparato midiático e executando, diante de câmeras e repórteres, exatamente o esperado por eles, incorporando, assim, o discurso senso comum da histeria das fãs adolescentes. Tendo consciência disso ou não, é fato que os esforços, e (muitas vezes) sacrifícios, das fãs para serem notadas no meio da multidão têm a dupla função de permitir que a fã se destaque da massa e ao mesmo tempo se insira na mesma, já que utilizam sempre códigos comuns à maioria dos membros daquela comunidade.

A disputa simbólica se dará sempre no momento em que a comunidade assume um caráter presencial, como por exemplo nos shows. Ou seja, as reações de choro e gritos destas fãs ocorrem devido à presença do ídolo mas também devido à presença das outras fãs. Mesmo que a maior parte do esforço consciente seja no sentido de conseguir se aproximar do ídolo, esta aproximação, quando alcançada, também é capaz de gerar capital social no interior da comunidade.

Um dado novo trazido pela passagem da turnê Unbreakable pelo Brasil é que, comparando o comportamento das fãs nas três passagens da banda pelo Brasil (principalmente a primeira e a última) percebi uma certa mudança no comportamento e no discurso dos fãs. Mesmo antes da chegada do grupo havia uma preocupação muito grande de não repetir os acontecimentos da primeira vinda da banda no ano 2000. Notei que a maior parte dos fãs acreditava que (1) aqueles acontecimentos haviam deixado uma má impressão na banda e (2) que se esse tipo de comportamento se repetisse dificultaria a aproximação com o grupo e, pros mais alarmistas, poderia até anular as chances de uma próxima visita.

Assim concluí que até mesmo os fãs são influenciados pelo discurso midiático acerca da histeria e da multidão descontrolada. No Rio de Janeiro havia cerca de 20 fãs



esperando a banda no aeroporto do Galeão, que pediam calma umas às outras para que o grupo se sentisse a vontade para sair pelo desembarque comum e todas pudessem vê-los, o que não aconteceu. Indignada, uma fã me cedeu um depoimento em vídeo em que diz: “Nós não somos selvagens, nós somos fãs, só queremos tirar uma foto!”

Na comunidade do Orkut em um tópico intitulado “Papo sério sobre tietagem” alguns fãs manifestavam sua preocupação com o comportamento de outras fãs que planejavam seguir a banda em aeroportos e hotéis:

“Eu acho que uma certa ansiedade, gritos ,uma loucura com certa dose de sanidade é bom, mas o respeito é melhor ainda. Primeiro porque os caras já estão mais velhos e a gente também, nao acho necessário escandalos, ou uma histeria coletiva(...) e nao acho que eles voltam se forem recebidos como foi em 2001. (...)Podemos sim dar a eles uma recepção calorosa no aeroporto, desejá-los as boas vindas e deixá-los a vontade, para que a passagem deles pelo Brasil seja tranquila e que faça com que eles tenham vontade de voltar para nos apresentar o novo album. Então take it easy fans!”

Assim, podemos perceber uma mudança na performance, ou seja, nos códigos e fatores de disputa simbólica entre as fãs. As manifestações de afeto foram mais contidas e o que antes era uma forma de aproximação (gritar para chamar a atenção do ídolo ou porque este seria o comportamento esperado por ele) se tornou um fator de distinção entre aquelas que haviam crescido e amadurecido com a banda e as que ainda se deixavam levar por seu apelo visual e sexual. Acredita-se também que este comportamento, mais “comportado” e “civilizado” como elas mesmas se referem em diversas ocasiões, pode ser facilitador de uma aproximação com a banda neste novo contexto.

A relação fã-ídolo é marcada pela distância entre produtores e consumidores, um dos principais elementos do estágio pop da música (segundo a classificação de Simon Frith). Ambos estariam constantemente criando estratégias para diminuir esta distância, o que seria primordial para manter não só a relação fã-ídolo em constante movimento como todo o mercado de música popular massiva. Deste modo a distância não poderia ser vencida, apenas momentaneamente diminuída, pois sem ela o fenômeno da idolatria perderia o sentido. Mesmo assim, sejam quais forem os códigos utilizados no momento, o comportamento das fãs (do mais exacerbado ao mais contido) tem como principal motivação a diminuição da distancia entre fã e ídolo e, portanto, a performance sempre estará presente.



5. Conclusões

A proposta deste trabalho é tentar enxergar as práticas destas fãs além dos estereótipos e da aparente obviedade, dando atenção às suas práticas cotidianas e aos conflitos sociais que elas refletem. Proponho também pensar as atividades das fãs como elemento essencial da construção de sentido dos textos midiáticos, sendo, portanto, necessária a consideração de tais elementos quando da análise de qualquer artefato da cultura de massa.

Diferentemente de algumas abordagens, que pensam o fã produtivo somente como aquele que cria novos textos a partir dos textos originais, penso que a atividade do fã em si já contém um caráter participativo. Em um contexto popular massivo, pensar o receptor se torna essencial para compreender os artefatos midiáticos de maneira mais ampla, visto que a construção de sentido se dá na esfera do social, ou seja, das negociações existentes entre produtores e consumidores.

Ao procurar me distanciar do estigma da histeria acredito poder produzir uma análise mais ampla e precisa das práticas destes fãs e, desta forma, enxergar com mais clareza os sentidos presentes em seu discurso e comportamento. Desta forma concluí que o comportamento destes fãs se configura, muitas vezes, como uma performance, tendo em vista que são ações pensadas, formadoras de um código específico da comunidade de fãs e fator de identificação. Esta performance é executada por eles afim de diminuir a distancia entre fã e ídolo visando diminuir a distância entre fã e ídolo, demonstrar investimento afetivo e é um elemento importante da disputa simbólica no interior da comunidade.

Tratar o comportamento dos fãs entre si e diante dos ídolos como performance nos ajuda a não só escapar de modelos estigmatizantes como também a pensar tais ações como conscientes, códigos que expressam determinado contexto social e não reações involuntárias provocadas por desejos sexuais reprimidos ou qualquer outro tipo de naturalização.



Referências bibliográficas

AMARAL, Adriana. *Autonetnografia e inserção online. O papel do pesquisador-insider nas subculturas da web*. In: Anais do GT Comunicação e Sociabilidade do XVII Encontro Anual da Compós em São Paulo, 2008.

BOURDIEU, Pierre. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

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.

EHRENREICH, Barbara; HESS, Elizabeth; JACOBS, Gloria. Beatlemania: Girls just want to gave fun. In: LEWIS, Lisa A. (org). *The Adoring Audience: fan culture and popular media*. London, New York: Routledge, p. 84-105, 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.

MATOS, Patrícia . *"Histeria Coletiva": A Representação das fãs adolescentes na mídia*. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008, Natal - Rio Grande do Norte. Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008a.

MATOS, Patrícia . *Performance, investimento afetivo e disputa simbólica no interior da comunidade de fãs do grupo Backstreet Boys*. In: 3º CONECO (Congresso de Estudantes de pós-graduação em Comunicação), 2008, Rio de Janeiro. 3º CONECO (Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação)., 2008b.

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



PERIÓDICOS

3.000 fãs se aglomeram em "fila" no Anhembi para ver Backstreet Boys, Folha Online, 2001. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u13183.shtml>

Fãs dos Backstreet Boys abandonam emprego para ficar na fila. Folha Online, 2001. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u13109.shtml>

Fãs atiram-se diante dos Backstreet Boys em turnê-relâmpago. Folha Online, 2000. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u6720.shtml>

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.

OUTRAS FONTES

www.backstreetboys.com (site oficial da banda)

www.myspace.com/backstreetboys (myspace oficial)

www.twitter.com/backstreetboys (twitter oficial)

www.thebackstreetboys.com.br (site de fã e fã-clube virtual brasileiro)

www.bsb-brasil.com (site de fã e fã-clube virtual brasileiro)

<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=55539> (Comunidade do Orkut)