

A RELAÇÃO FÃ/ÍDOLO E O DESEJO DE FUSÃO: UMA LEITURA DOS PROCESSOS DE SUBJETIVAÇÃO A PARTIR DAS EMOÇÕES

Demóstenes Dantas Vieira¹

Maria Soberana de Paiva²

Resumo: O presente trabalho propõe a análise da relação fã/ídolo a partir da Antropologia das Emoções. Para tanto, propomos entender a sua constituição, que perpassa um emaranhado de emoções que permeiam não só os aspectos psicobiológicos, mas também a vida social e os processos de subjetivação. Utilizamos da pesquisa bibliográfica como método procedimental, em que adotamos como aporte teórico diversos estudiosos que contribuíram para o entendimento das emoções como fenômenos sociais, como os estudos de Mauss (1979), Benedict (1972), Mead (1989) e Freud (1976) etc, em cujas pesquisas suscita-se o caráter estruturado das emoções, como “obrigações” morais, como comportamento simbólico e, por conseguinte, como elementos ligados à cultura e à vida social. Através desta pesquisa, propomos ainda a reflexão sobre o desejo de fusão dos fãs, que se dá tanto pela carisma/adoração como pelo amor romântico, duas formas de sentimento e emoções extremamente conflituosas, visto a impossibilidade de reciprocidade e a própria natureza da fama.

Palavras-chave: Antropologia das Emoções, Processos de subjetivação, Relação fã/ídolo, Desejo de fusão.

FAN/IDOL RELATION AND THE MELTING DESIRE: A LECTURE OF THE SUBJECTIVE PROCESSES FROM THE EMOTIONS

Abstract: This work proposes the analysis of the relation fan / idol from the Anthropology of Emotions. Therefore, we propose to understand its formation, running through a tangle of emotions that permeate not only the psychobiological aspects, but also social life and subjective processes. Use of literature as procedural method, in which we have adopted as the theoretical number of scholars who have contributed to the understanding of emotions as social phenomena, such as studies of Mauss (1979), Benedict (1972), Mead (1989) and Freud (1976) etc., in whose research raises up the structured character of emotions, as "obligations" moral, as symbolic behavior and therefore as elements linked to culture and social life. Through this research, we propose a reflection on the desire to merge the fans, which gives both the charisma/worship as by romantic love, two ways of feeling and extremely conflicting emotions, as the impossibility of reciprocity and the very nature of fame.

¹ Graduado em Letras pela Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. Especialista em Educação pelas Faculdades integradas de Patos – FIP. Mestrando em Ciências Sociais e Humanas pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN. Professor/tutor na Unversidade Federal Rural do Semi-Árido – UFRSA, onde ministra as disciplinas de Análise e Expressão Textual e Didática nos cursos de Licenciatura.

² Graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN. Mestranda em Ciências Sociais e Humanas pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN.

Key-words: Anthropology of Emotions, subjectivity process, fan relations / idol, Desire fusion.

INTRODUÇÃO

Este trabalho, de caráter bibliográfico, descritivo e explicativo, objetiva analisar a relação entre emoção, fã, ídolos e processos de subjetivação. No primeiro tópico, construímos o texto numa tentativa de identificar um fio condutor entre as emoções e a vida social, para tal, adentramos na reflexão interdisciplinar do conceito de emoção a partir da psicologia, psicanálise, sociologia e antropologia. Os dois últimos tópicos deste trabalho trata especificamente da relação fã/ídolo e as emoções, sobre o desejo de fusão e os processo de formação de subjetividades, respectivamente. Como aporte teórico para o desenvolvimento da pesquisa, utilizamos os estudos da sociologia e antropologia das emoções como Ruth Benedict (1972), Mauss (1979), Margareth Mead (1989), Lindholm (1993), Coelho (1999), Rezende e Coelho (2010) etc., além de diversos teóricos que contribuíram para o entendimento da relação fã/ídolos, dos processos de subjetivação e da vida social, tais como Bourdieu (1990), Grossberg (1992), Jenkins (1992), Elias (1995), Bauman (2005) etc. Por fim, nos utilizamos de Skinner (1965), Freud (1974), e Leonardi (2008) para compreendermos a noção de emoção na psicologia e psicanálise. A pertinência desse estudo no meio científico se dá no tocante que visa promover a reflexão sobre as emoções como constituintes da vida social, de modo que possamos compreender duas das formas de afeto tão presentes na sociedade contemporânea, a adoração e o desejo de fusão, que na relação fã/ídolo se constituem a partir do conflito, entre o desejo, o preconceito, marginalização do afeto e a patologia social e/ou mental.

SOBRE AS EMOÇÕES E A VIDA SOCIAL

Os estudos acadêmico-científicos da emoção perpassa por uma visão disciplinar pensada no paradigma científico moderno, assim como uma visão contemporânea

transdisciplinar. As emoções despertam o interesse de diversas áreas do conhecimento desde a filosofia até a genética comportamental, a sociologia, a antropologia, psicologia e demais ciências humanas. Na primeira etapa deste trabalho objetivamos versar sobre o conceito de emoção partindo principalmente da psicologia e da sociologia, para assim inferirmos a relação existente entre os processos de formação de subjetividades nos quais estão inseridos os fãs, os ídolos e a emoção. Etmologicamente, a palavra emoção advém do latim *exmotio* ou *exmovere* que, por sua vez, significa ação, movimento de colocar para fora, de saída. Ela perpassa não só os aspectos físico e biológico, mas também as nuances dos grupos e das sociedades. Conforme Freitas-Magalhães (2007), a emoção pode ser compreendida como um impulso neurofisiológico que orienta determinadas ações realizadas pelo indivíduo.

É possível afirmar que no final do século XIX, com a consolidação da sociologia e da psicologia enquanto ciências, a teoria das emoções inicia um longo percurso, apesar de que ainda hoje o espaço dado a elas no meio científico ainda é muito restrito. Seus estudos adentra a noção de “consciência coletiva” de Durkheim (2002) assim como na teoria da ação social de Weber (1989). Em *As formas elementares da vida religiosa*, Durkheim (2002) atribui a dinamogenia dos rituais religiosos das tribos australianas à necessidade de perpetuar a memória sobre as emoções que os mobilizaram a fundar as sociedades. Nesse caso, a emoção pode ser compreendida como produto da estrutura, como uma condição ligada a sua existência e à vida em sociedade. Em *A Ética protestante e o Espírito do Capitalismo*, por sua vez, Weber (1989) traz a reflexão o papel da emoção como figura indissociável da ação social. Neste caso, o dever social e a sobriedade estariam relacionados à emoção e as formas de controlá-la/controlá-la. Para Weber, o processo que envolve as mudanças na ética religiosa se baseia nas múltiplas tentativas de explicar o sofrimento e o mal. Essas tentativas, chamadas por Weber de teodiceias, orientam a ação do sujeito na vida social.

Na obra de Mauss (1921), a emoção encontra um lugar privilegiado. Ao estudar os funerais de tribos australianas, Mauss (1979) descreve que as emoções presentes nesse fenômeno social estão intimamente relacionadas ao jogo de interações

simbólicas constituído socialmente. Segundo ele, a emoção estaria ligada aos papéis sociais que deveriam ser desenvolvidos em determinadas situações, neste caso, nos funerais. Ao analisar os rituais orais dos funerais, Mauss (1979) escreve que não apenas o choro como também uma série de expressões orais de sentimentos e emoções não são fenômenos apenas fisiopsicológicos, mas também fenômenos sociais, repletos de manifestações associadas a “obrigação”. No pensamento sociológico contemporâneo, as emoções encontram lugar de destaque na obra de Elias (1995). Ao tratar o processo civilizatório, Elias (1995, p. 55) escreve que quaisquer avanços no que chamamos de civilização representa “uma tentativa de pacificar os impulsos animais indomados que forma parte de seus dotes naturais, através de impulsos compensatórios gerados socialmente, ou então, de sublimá-los e transformá-los culturalmente”. Tais transformações culturais se dão a partir do que Elias (1993) denomina de “controle das emoções”, “controle dos instintos” e “controle dos impulsos”. Essas transformações se dão no âmbito psíquico a partir da ação do indivíduo nas suas relações com o outro, dentro de períodos longos de tempo. A emoção, em Elias, pode ser, portanto, compreendida como fenômeno das sociedades.

Se pensarmos a psicologia, podemos destacar os estudos de Skinner (1965), com o *behaviorismo* e os estudos de Mead (1989) no interacionismo simbólico, assim como o próprio Freud (1974) ao tratar do mal estar da civilização. O *behaviorismo* é uma abordagem da psicologia que se tornou conhecida principalmente pela tentativa explicativo-científica do comportamento, pesando a identificação de leis no controle do comportamento. Ela baseia-se na experiência e no condicionamento comportamental observável (FREIRE, 1998). Um aspecto pouco trabalhado pelos skinnerianos é a relação comportamento e emoção, o condicionamento emotivo-social, ou seja, de que forma as nossas emoções são “reguladas/influenciadas”, nas palavras do *behaviorismo condicionadas* pela vida social. Skinner (1965, p. 166) define a emoção “como um estado particular de força ou fraqueza de uma ou mais respostas induzidas por qualquer uma dentre uma classe de operações”, ou seja, como uma predisposição advinda de estímulos que, em situações diversas, alteram

as possibilidades de o indivíduo comportar-se desta ou daquela maneira, tendo em vista que as emoções (que, por sua vez, são fruto dos estímulos ambientais) influenciam o comportamento humano. Segundo Leonardi (2008), o *Beharviorismo* adota como princípio conceitual a noção de que as emoções e sentimentos são comportamentos respondentes. Nas palavras de Mauss (1979), são comportamentos “obrigados”. As emoções são, portanto, subproduto da vida social, assim como de contingências sistêmicas e operantes da estrutura psicossomática, como alteração nos batimentos cardíacos, no sistema respiratório, na corrente sanguínea etc. (LEONARDI, 2008). Tais aspectos, segundo os beharvioristas, decorrem de estímulos advindos da interação do indivíduo no meio ambiente, portanto, na vida social (LEONARDI, 2008). Rezende e Coelho (2010, p. 17) escrevem que:

As emoções, embora situadas no corpo, têm com este uma relação que é permeada sempre por significados culturalmente e historicamente construídos. A visão de que as emoções são fenômenos universalmente compartilhados, posto que fruto de uma unidade biológica e psicológica do ser humano, é problematizada pelas ciências sociais, que a toma como elemento da etnopsicologia ocidental moderna. Ilustraremos, na seção a seguir, o caráter cultural das emoções com a análise de dois sentimentos específicos: o medo e a raiva, emoções frequentemente atribuídas a uma essência humana universal.

Juer (2007) escreve sobre uma análise biomédica dos hormônios femininos. Segundo ele, o desejo de ter filhos pode ser explicado pela presença abundante de estrogênio depois da menarca. Nesse contexto, a gravidez também é considerada um período em que a mulher teria forte instabilidade emocional. Isso se deve ao processo de transformação psicobiológicas advinda das alterações hormonais da gestação (JUER, 2007). O Interacionismo Simbólico³, por sua vez, nos trás uma análise que tende a reforçar a noção de emoção como fruto das relações sociais, entretanto, não tão

³ A expressão *interação simbólica*, aqui utilizada, denota a *simbolização* como característica humana. Ele nos remete ao Interacionismo Simbólico de Mead, Blumer, Dewey, Giddens, Goffman etc. Para esses pensadores “o significado é um dos mais importantes elementos na compreensão do comportamento humano, das interações e dos processos” (CARVALHO; BORGES; REGO, 2010, p. 153). Para Blumer (1979), o significado é um produto social, que advém da ação do homem à proporção que interagem entre si.

determinista como no *Behaviorismo*. Dessa *escola*, trataremos de fazer algumas considerações sobre as pesquisas de Ruth Benedict (1972) e Margareth Mead (1989) que trouxeram grandes contribuições para o entendimento da emoção em relação à vida social. Em obra intitulada de *O crisântemo e a espada*, Benedict (1972) escreve sobre as formas através das quais as emoções de honra e vergonha são construídas na sociedade japonesa. O conteúdo de sua obra, assim como o próprio título nos remete a símbolos extremamente relevantes para os japoneses. Segundo ela, símbolos carregados de significados e, portanto, de uma densa emotividade. Nesse contexto, o Crisântemo está associado à preocupação estética e a espada está associada à identidade guerreira.

Mead (1989), na obra denominada de *Sexo e temperamento em três sociedades primitivas*, contesta as noções de gênero e os temperamentos associados somente aos aspetos fisiológicos. Segundo a autora, os temperamentos associados à masculinidade e feminilidade são produtos das relações sociais, rejeitando a noção biológico-determinista de gênero. Mead (1989) contesta a atribuição ingênua de que o comportamento está ligado apenas à estrutura biológica, e ressalta o papel das interações sociais nessa construção. No caso da psicanálise, temos o vocábulo emoção sempre associado à afetividade, à forma através da qual o indivíduo filia-se a diversas *catexias*.⁴ Nessa perspectiva, as emoções estariam associadas a uma forte energia psíquica que nos inclina à experimentação, à satisfação dos desejos cuja construção é social. Em *O Mal Estar da Civilização*, Freud (1974) discorre sobre a repressão da libido e, por conseguinte, das emoções associados a ela, como o desejo, o amor etc.

Devido o processo civilizatório os desejos advindos da libido são reprimidos. Diversas formas de experienciar o sexo são represados devido inúmeros fatores, tais

⁴ O vocábulo *catexia* foi utilizado por Freud (1976b) para designar a concentração de energia psíquica, como um investimento psíquico de uma pulsão mental, seja ela consciente ou inconsciente. Segundo Freud (1976b) elas podem indicar a carga de energia ligada a objetos de desejo (*catexia objetai*), a origem da excitação (consciente ou inconsciente), a intensidade dessa carga de energia (ou seja, a intensidade do desejo) e o interesse sexual que o indivíduo pode sentir por seus objetos amorosos (*catexia libidinal*). As *catexias* relacionam-se diretamente com os processos identitários, tendo em vista que elas representam as formas e intensidade através das quais nos “fundimos” com o outro.

como a religião e aos instrumentos disciplinares próprios do processo civilizador. As *catexias* podem ser compreendidas, portanto, com formas de expressão de satisfação dos desejos, muitas vezes, reprimidos. Nesse sentido a emoção na psicanálise está intimamente ligada à repressão dos desejos advindos dos processos disciplinares da sociedade. Como é possível perceber, todas as perspectivas trabalhadas trazem uma versão da relação entre emoção e sociedade, seja a psicologia, a antropologia, a sociologia ou mesmo a psicanálise. Propomos nos dois tópicos a seguir a analisar a relação entre emoção e processos de subjetivação, dado a relação fã/ídolo.

O DESEJO DE FUSÃO E OS PROCESSOS DE SUBJETIVAÇÃO

A definição científica do vocábulo fã ainda é bastante complexa (DA SILVEIRA, 2010). Alguns pesquisadores o definem como admiração ligada à figura de um ídolo e dissocia-o de uma relação menos sentimental com um produto, seja um filme, uma música, uma obra literária, uma marca etc. Se pensado a teoria da comunicação, mais especificamente, a cultura da convergência, o fã está diretamente associado ao consumo, visto que o produto se dá em detrimento dos comportamentos e desejos do fã. Nesse sentido, os produtos misturam-se ao sujeito, não ficando claro onde começa e termina a atividade de um fã e onde começa e termina a influência do ídolo e/ou do produto (MONTEIRO, 2005). Bourdieu (1990), escreve que o comportamento do sujeito (e dele não podemos separar as emoções) podem ser compreendidas como predisposições sociais, estruturadas pelo tempo (historicizadas). Se pensarmos as emoções, poderíamos falar de *habitus* emotivo, nas palavras de Mauss (1979), de emoções “obrigadas”, e que as estruturas sociais mantêm forte influência. O caso do fã, suas emoções se inserem no âmbito da rejeição, de um desejo de fusão e adoração marginalizado e efetivado socialmente, visto que na impossibilidade de ser correspondido amorosamente pelo ídolo, o fã estabelece *configurações* diversas com outros fãs e formam grupos sociais de adoração.

Ao falar de comportamento e emoção dos fãs, Grossberg (1992) escreve que ele se manifesta através de diferentes níveis de adoração, através dos quais é impossível separá-los do processo de formação do comportamento individual e coletivo e,

portanto da identidade. Segundo o modelo de Lindholm (1993), há duas formas de experiência emocional que envolvem o fã, a adoração/carisma e o amor romântico, ambos compreendem o desejo psíquico e social de fusão com o outro. Afirmam ainda que estas duas experiências, todavia, “são objeto de valorações sociais distintas, sendo o amor recomendável e o carisma execrável. Se, contudo, a experiência do fã pertence tão evidentemente ao elenco dos eventos carismáticos, por que o fã fala de amor? Por que não fala de adoração ou fascínio?” (REZENDE E COELHO, 2010, p. 30).

Enquanto a primeira experiência está associada ao amor romântico e ao desejo amor-sexual, o outro está ligado à adoração. Em ambos casos, o desejo de fusão é muito forte, proporcionando um estado de conflito psíquico emocional, visto que tais emoções se dão no âmbito do anonimato. Sobre a adoração, Rezende e Coelho (2010, p. 32) suscitam a desvalorização social, tendo em vista que, nesse caso, os fãs são “alvo de sentimentos de hostilidade e menosprezo”, ao mesmo fato de que a adoração, no caso do fanatismo, está frequentemente associada a “formas várias de patologia mental”. Já o amor romântico, por sua vez, representa um estado de fusão cujo desejo é romântico, na perspectiva do romance burguês predominante no século XIX. A fusão nesse caso, seria plenamente realizada somente se tal sentimento afetivo e sexual fosse correspondido, vivenciado. Por esse motivo, tal forma de emoção perpassa a impossibilidade de realização pessoal, dada as características próprias da fama (REZENDE E COELHO, 2010, p. 32). Nesse sentido, o desejo de fusão advindo da relação fã/ídolo pode ser compreendido sobre dois aspectos, um individual e um social. Sobre essa questão, escreve-se:

dizer-se fascinado é inserir-se em uma multidão, é aceitar ser um em meio a muitos. Dizer-se apaixonado é resgatar a dimensão singular de sua identidade, colocando-se no lugar daquele herói apaixonado convicto da originalidade e força de seus sentimentos. O fã que fala de amor para seu ídolo reencontra assim aquele paradoxo com que abrimos esta seção: igualar-se no movimento mesmo de demarcação da própria singularidade. (REZENDE E COELHO, 2010, p. 31).

Grossberg (1992), ao falar do comportamento coletivo entre os fãs, afirma que não é impossível pensar a ação resignificativa do objeto ou mesmo os modelos de adoração, pelo contrário, pode-se pensar uma experiência mais profunda de subjetividade que vai além de um determinismo. Nessa perspectiva, o sujeito se constitui a partir da adoração, entretanto, pode-se também inferir uma transgressão ao que chamamos de identidade de grupo. Bourdieu (1990) chama tais atitudes de transgressão do *habitus*, que se refere à capacidade de subjetivação da ação social e transgressão das normas de um *campo* específico. Pensar a figura do fã, portanto, nos exige conhecimento que vai além das premissas de uma identidade de grupo, nos exige uma análise qualitativa dos participantes de modo que se possa perceber tanto a influencia do ídolo e/ou produto como também a constituição de um indivíduo capaz de buscar uma experiência subjetiva que transcende os limites deterministas e adentram a ação particular.

Grossberg (1992) enfatiza que em cada relação há uma experiência subjetiva que se difere pelo nível de identificação dos fãs com um grupo específico ou com uma identidade pessoal e mesmo através do nível de adoração oferecido ao ídolo ou objeto. Entretanto, o autor ressalta que quanto maior o nível de identidade, maior será a possibilidade de ser ele apenas um consumidor e não um fã. Apesar de que, em se tratando de seres humanos, é bastante possível ser fã e ao mesmo tempo transgredir o *habitus* da “plena” adoração. Sobre essa questão, Jenkins (1992, p. 24) escreve:

A resposta dos fãs tipicamente envolve não apenas fascinação ou adoração, mas também frustração e antagonismo, e esta é a combinação de duas reações que motivam seu engajamento ativo diante da mídia. Porque as narrativas populares, com frequência, não satisfazem completamente, os fãs precisam lutar com elas, tentando articular entre para eles mesmos e outras pessoas possibilidades não realizadas dentro da narrativa original (Tradução nossa).

A contestação e conflito também se dão no âmbito das comunidades de fãs, sendo comum dentro do processo de subjetivação o vincular-se e desvincular-se de uma

determinada rede de fãs. Jenkins (1992) escreve que a cultura dos fãs é assunto bastante complexo que, por sua vez, envolve diversas formas de manifestação e níveis de participação do indivíduo no grupo. Entretanto, ressalta o autor, é necessário se pensar que o *fandom*⁵ não pode ser dissociado de um isolamento cultural e social em que a participação parte do pressuposto de pertencimento (JENKINS, 2006). A visão de fã trabalhada por Jenkins (1992) trata deste pertencimento, dado no âmbito da subjetividade e também do âmbito social, compreendendo os fã-clubes como movimento de uma cultura marginalizada e como resistência popular.

O DESEJO DE FUSÃO E OS PROCESSOS DE SUBJETIVAÇÃO

Como é possível perceber, a relação fã e ídolo na academia é bastante conflituosa, entretanto, não se pode negar que a compreensão da ação dos fãs deve se dar no âmbito do contexto sociocultural e a partir do pertencimento do mesmo a determinados grupos e/ou comunidade simbólica que se forma a partir de interesses comuns, modos de vida, afetividade por ídolos ou consumo de produtos. À vista disso, não se pode restringir a análise a uma interpretação baseada somente na apropriação e orientação do sujeito com relação aos bens culturais ou mesmo produtos comerciais (MONTEIRO, 2007). Ainda segundo Jenkins (2006b), as principais características dos fãs são a capacidade de transformar reações subjetivas em interações sociais e *cultura do expectador* em cultura social e participativa. Ora, segundo ele, a formação de um fã ultrapassa os limites da decodificação e não basta apenas assistir a um programa ou ouvir uma música para tornar-se fã, é necessário troca de informações, compartilhamento de opiniões e compartilhamento de emoções. Tais atitudes se dão principalmente a partir da participação em fã-clubes, sejam eles presenciais, ou na pós-modernidade, virtuais (JENKINS, 2006).

⁵ *Fandom* é um termo utilizado para designar o que se convencionou chamar de subcultura dos fãs que se caracteriza pela solidariedade entre aqueles que compartilham o mesmo sentimento de adoração e, por conseguinte, os mesmos interesses (JENKINS, 2006)

Se pensado a constituição dessa relação (fã/ídolo), veremos forte ligação naquilo que Simmel (2006) irá descrever da constituição da condição humana, que segundo ele compreende uma tensão entre compartilhar, entender-se igual, diferenciar-se e também saber-se singular. Como afirma Jenkins (2006), o fã necessita compartilhar opiniões e emoções. Esse compartilhamento os faz semelhantes, tendo em vista que se dá uma compreensão de si mesmo a partir do pertencimento (JENKINS,1992). A questão de sua singularidade se manifesta a partir dos “níveis de participação” e “adoração” nos grupos (JENKINS, 1992), assim como a partir da transgressão da “identidade de grupo” (GROSSBERG, 1992). Como já vimos acima, as relações fã/ídolo nos remete a inúmeras questões epistemológicas, dentre elas, gostaríamos ainda de adentrar um pouco mais, as emoções. Conforme Rezende e Coelho (2010), ser fã é um risco a autoimagem e, portanto, deve ser evitado. A desvalorização social de sua adoração e, por conseguinte, do “amor” oferecido aos ídolos, adentra a constituição psíquica, biológica e social das emoções. Nesse contexto, “o fã vê-se assim diante de um dilema, impensado pela necessidade de expressar o que sente e a percepção, mais ou menos clara, mais ou menos difusa, da natureza socialmente desvalorizada deste afeto” (REZENDE E COELHO, 2010, p.32). Talvez, o surgimento dos fã-clubes seja fruto da desvalorização do sentimento de afeto. Eles surgem como forma de cultura marginal, como forma de resistência social (JEKINS, 1992).

Ao tratar das emoções nas relações fã/ídolo, Coelho⁶ (1999) escreve que as experiências de afeto construídas a partir dessa interação se dá como forma de “estado fusional”, como se tais emoções propiciassem ao sujeito um afastar-se de si mesmo ao mesmo tempo em que se perde na adoração do outro. Segundo Rezende e Coelho (2010, p.31), tais emoções compensariam “as incertezas do eu, permitindo a eclosão de uma sensação de êxtase. Amor e carisma teriam assim em comum a capacidade de provocar no indivíduo enamorado/fascinado uma sensação de conforto gerada pela "fusão" com o outro”. O sentimento afetivo de fusão só pode ser compreendido se analisado tanto o aspecto psíquico-somático, como o aspecto social.

⁶ Na pesquisa a que nos referimos, Coelho (1999) analisou um conjunto de 280 cartas de fãs endereçadas a ídolos televisivos, mais especificamente, um ator e uma atriz de grande projeção nacional. Ambos eram atores protagonistas de novelas da Rede Globo de Televisão em horário nobre.

Podemos inferir que esse desejo perpassa a compreensão das estruturas da personalidade, que só é constituída a partir do outro, das interações que estabelecemos com ele. Em texto intitulado *Narcisismo – Uma introdução*, Freud (1976) faz algumas reflexões sobre a noção do “eu” que parte em direção à descoberta do outro, da alteridade como elemento constitutivo do sujeito. O conceito de *narcisismo* refere-se à noção de que o eu se constitui a partir da interação com o outro, de sua sombra. Como no mito, o eu seria uma imagem dada a partir de outro, como um reflexo. Na relação fã/ídolo isso é bastante perceptível. Como objeto de adoração, o ídolo torna-se mais que uma pessoa admirada, mas um indivíduo cujas ações, vestuário, concepções e modo de vida passam a ser imitados. Bauman (2005) escreve que esse processo compreende a formação de uma identidade, que também não é estática. Segundo ele, é através das relações com o outro que nossa identidade se constitui, apesar de que o que somos hoje pode não ser o que seremos amanhã.

Ainda sobre essa questão, Freud (1976c) escreve que o ego (o eu) é a parte do id transformada pela exterioridade, pelas relações sociais. Segundo ele, o eu visa aplicar a influência do mundo externo sobre o id. O eu é, portanto, construído a partir das relações sociais, pois é também através dela que nos constituímos psiquicamente e através da qual a nossa identidade é (trans)formada. Nesse sentido, o sujeito está sempre se constituindo e sua identidade está, portanto, em constante transformação. Bauman (2005, p. 54) escreve que a constituição do sujeito (mais especificamente, sua identidade) se dá como em um quebra-cabeça “ao qual faltam muitas peças (e jamais se saberá quantas)”. Em obra intitulada *O eu e o Id, uma Neurose Demoníaca do século XVII e outros trabalhos*, Freud (1976b) fará algumas considerações sobre o caráter traumatizante do outro e como tais transtornos forçam o nosso id a buscar outras formas de identificação. Segundo ele, “o caráter do eu é um precipitado de catexias objetais abandonadas e ele contém a história dessas escolhas de objeto” (FREUD, 1976b, p. 43-44). E, “o eu é formado a partir de identificações que tomam o lugar de catexias abandonadas pelo Id” (FREUD, 1976b, p. 64).

O vocábulo catexia, na obra de Freud, refere-se à concentração de energia psíquica, como um investimento psíquico de uma pulsão mental, seja ela consciente ou

inconsciente. Segundo Freud (1976b), elas podem indicar a carga de energia ligada a objetos de desejo (*catexia objetai*), a origem da excitação (consciente ou inconsciente), a intensidade dessa carga de energia (ou seja, a intensidade do desejo) e o interesse sexual que o indivíduo pode sentir por seus objetos amorosos (*catexia libidinal*). As *catexias* estão intimamente relacionadas à construção do ego (eu), por conseguinte, do sujeito. Como já vimos sua formação se dá somente através do social e a partir do outro. O nosso ego é (trans)formado à medida que interagimos com as pessoas, quando as *catexias* são quebradas, seja a partir de frustrações com o outro, tendo em vista que a presença do outro é traumatizante, o nosso id é obrigado a buscar outras identidades em quem possamos nos espelhar e nos fundir. Nesse contexto, estão as relações de amor entre conjugues, as relações fraternas e também as relações de amor entre fã/ídolo.

Os estudos de Coelho (1999) e Lindholm (1993) já constataram que as experiências de amor e carisma entre fãs e ídolos se dão no tocante da necessidade de fusão e da identificação. O trabalho realizado por Coelho (1999) demonstra que as cartas analisadas apontam para a produção de um discurso amoroso que vai desde elogios até quentes declarações de amor em que é facilmente perceptível a *catexia libidinal*. É ainda de fácil compreensão que essa relação se dá como apreço pelo objeto. A banda, o ídolo e tudo aquilo que lhe representa torna-se objeto de desejo, uma *catexia objetai*. Morin (1980, p. 58) escreve que as cartas dos fãs a estrelas do cinema hollywoodiano apresentam "a linguagem do amor" e que ela "se mistura com a da adoração". Tal adoração se dá através de diversas formas e de diversos níveis de adoração (JEKINS, 1992). Certo é que essa relação constitui-se como poderoso instrumento de mediação na construção do sujeito, que, em muitos casos, se compreendem e até se denominam como tais adoradores, adotando, portanto, um modo de vida, um modo de ser. Segundo Morin (1984), a indústria cultural não pode mais ser compreendida apenas sob o viés determinista, pelo contrário, deve ser compreendida como "escola de interpretação da experiência", tendo em vista que através dela o sujeito atribui sentido e até ressignifica a sua experiência que, muitas vezes, perpassa os modelos de socialização e subjetivação fornecidos por ela. Esses modelos perpassam o consumo de produtos assim como a vida do outro, neste caso, das chamadas celebridades.

CONCLUSÃO

A relação fã/ídolo se constitui a partir do conflito existente entre a adoração, o desejo de fusão e marginalização social do afeto. A partir de estudos já realizados sobre o tema, é possível perceber que a identidade dos fãs se dá em meio a um emaranhado de emoções que se constituem como parte relevante para a compreensão dos processos de subjetivação e, por conseguinte, da formação da identidade. Compreender a relação fã/ídolo é entender, portanto, como a emoção nos constitui e como ela está diretamente ligada ao processo de estruturação social e ao processo civilizador (como diria Elias) ou civilizatório (como diria Freud). O desejo de fusão e a adoração apresentam-se como emoções ligadas diretamente ao fã, entretanto tais emoções se apresentam a partir da contradição, visto que é notória a impossibilidade de satisfação amorosa ou mesmo sexual. Podemos, portanto, concluir que a relação e construção da identidade dos fãs se dá no âmbito do conflito, da rejeição e da marginalização social do afeto.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BENEDICT, Ruth. **O crisântemo e a espada**. São Paulo: Perspectiva, 1972.
- BOURDIEU, Pierre. **Coisas Ditas**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.
- BLUMER, H. **El interaccionismo simbólico: perspectiva y metodo**. Barcelona: Hora, 1979.
- CARVALHO, Virgínia Donizete de; BORGES, Livia de Oliveira; REGO, Denise Pereira do. Interacionismo simbólico: origens, pressupostos, e contribuições aos estudos da Psicologia Social. **Revista Psicologia, Ciência e Profissão**. Brasília, v. 30, n. 01, Jan. 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pcp/v30n1/v30n1a11.pdf>>. Acesso em 03 Fev. 2014.
- COELHO, Maria Claudia. **A experiência da fama: individualismo e comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

FREIRE, I. R. (1998). **Raízes da Psicologia**. Petrópolis: Editora Vozes.

FREUD, S. Narcisismo: uma introdução. In: _____. **A história do movimento psicanalítico, artigos sobre metapsicologia e outros trabalhos**. Rio de Janeiro: Imago, 1976. p. 85-120.

_____. O eu e o Id. In: _____. **O eu e o Id, uma Neurose Demoníaca do século XVII e outros trabalhos**. Rio de Janeiro: Imago, 1976b. p. 13-86

_____. A dissecção da personalidade psíquica - conf. XXXI. In: _____. **Novas Conferências introdutórias sobre psicanálise e outros trabalhos**. Rio de Janeiro: Imago, 1976c. p. 63-84.

_____. **O mal-estar na civilização**. Rio de Janeiro: Imago, 1974.

GROSSBERG, L. Is there a fan in the house? The affective sensibility of fandom. In: LEWIS, L. **The adoring audience: fan culture and popular media**. London: Routledge, 1992.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

JENKINS, Henry. **Fans, bloggers and games: exploring participatory culture**. New York: New York University, 2006.

_____. **Textual poachers: television fans e participatory culture**. New York: Routledge, 1992.

JUER, Ester. **O mau humor da TPM: uma interpretação do feminino**. 2007. Tese (Doutorado) - Programa de pós-graduação em Ciências Sociais, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

LEONARDI, J. L. (2008). **Qual é a importância dos sentimentos na Análise do Comportamento?** RedePsi. Último acesso em 01/02/2009. Disponível em: <<http://www.redepsi.com.br/portal/modu/article.php?articleID=98>>. Acesso de 15 de Fev. 2014.

LINDHOLM, Charles. **Carisma**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

MAUSS, Marcel. A expressão dos sentimentos. In: OLIVEIRA, Roberto Cardoso (org.). **Marcel Mauss: Antropologia**. São Paulo: Ática, 1979.

MEAD, Margaret. **Sexo e temperamento**. São Paulo: Perspectiva, 1989.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. **As práticas do fã: identidade**, consumo e produção midiática. 2007. 200 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

_____. **Entre a patologia e a celebração**: a questão do fã em uma perspectiva histórica. In: XXXVIII Congresso brasileiro das ciências da comunicação - INTERCOM, 28, 2005, Rio de Janeiro, Anais. São Paulo: INTERCOM, 2005.

MORIN, Edgar. **As estrelas de cinema**. Lisboa: Horizonte, 1980.

_____. **Cultura de massas no século xx**. Rio de Janeiro: Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1984.

REZENDE, Claudia Barcellos; COELHO, Maria Claudia. **Antropologia das emoções**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

WEBER, Max **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Pioneira, 1989.

SKINNER, B. F. **Science and human behavior**. New York: Free Press, 1965.