

FAN CULTURE E ESCRITA DE SI: O QUE DESEJAM OS FÃS?

Demóstenes Dantas Vieira*
Luan Talles de Araújo Brito**

A *fan culture* compreende um fenômeno moderno e bastante complexo. Essa expressão tem ganhado espaço no meio acadêmico, principalmente, através das pesquisas do comunicólogo Henry Jenkins. Ela se refere às teias de significados que se configuram a partir da relação fã, ídolo e cultura de massa. Nesse sentido, entende-se que o *corpus* investigativo desse fenômeno é a figura do fã submerso na cultura midiática em que se faz presente a mediação de subjetividades a partir da *Indústria Cultural*.

A definição científica do vocábulo fã assume valor semântico ligado à figura de um ídolo, à sacralização do sujeito, dada a sua relação com o consumo,

consequente, a sacralização de pessoas, produtos e marcas está ligada à revolução tecnológica, à globalização e à crescente fetichização da vida, dos ideais e padrões de felicidade impostos pela mídia e pelo capital.

Conforme escreve Bussab (2004), não pode existir uma cultura de fãs se não existir uma cultura de massa. É esta última que constrói os modelos de adoração, produz exemplos de família, de felicidade, gênios do esporte, da música, da teledramaturgia, e incute no olhar das pessoas a necessidade de ser igual, de vestir-se, amar, ser feliz tão quanto os *Olimpianos*. Os ídolos apresentam-se, portanto, como seres sacralizados pelo

consumo, pela mídia e pela *Indústria Cultural*, como deuses do Olimpo, cuja beleza e maestria devem ser veneradas (MORIN, 1997).

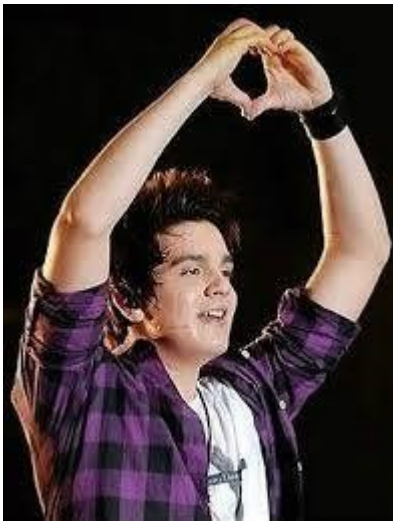
Nesse contexto, a relação fã/ídolo apresenta-se sob um viés extremamente complexo. Conforme escrevem Rezende e Coelho (2010), ser fã é um risco à autoimagem e, portanto,

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 (JENKINS, 1992).

Na dinâmica desse afeto, se apresentam as *fan pages* (páginas de fãs) e o *diário de fã*, que se configuram a partir da natureza híbrida do ciberespaço, de lugar indefinido, das diversas culturas que o permeiam, saberes e alteridade que possibilitam a troca de experiências, *a compartilhamento da memória e construção de uma consciência coletiva* (LÉVY, 2000).



com as emoções e com o desejo de fusão (JENKINS, 1992). A cultura dos fãs e, por



O *diário de fã*, que aqui nos interessa em particular, é um espaço dado pela mídia, através do qual os fãs expressam os mais diversos sentimentos, expectativas e declarações de amor ao ídolo e, geralmente, está também relacionado a uma premiação dada ao fã mais cativante e sincero, aquele que emocione com as palavras. A sua organização traz à tona a necessidade de pertencimento dos fãs, a busca de um lugar no mundo em que seus sentimentos sejam valorizados, respeitados e, principalmente, compartilhados. O *diário de fã*, assim como as *fan pages*, apresentam-se como suporte através do qual se torna possível uma *consciência coletiva* centrada na *fan culture*, pois eles possibilitam aos fãs um "templo virtual" de adoração através dos quais os rituais de sacralização tornam-se possíveis.

Nesse sentido, torna-se relevante pensarmos a dinâmica da relação

fã/ídolo no ambiente virtual, pois a *fan culture* é um fenômeno contemporâneo de grande influência nos processos de formação de subjetividades. Por conseguinte, entender o fã é compreender o poder e participação da mídia nos processos de subjetivação que perpassam o cotidiano e as redes sociais. Nesse contexto, indagamos, o que desejam os fãs? O que querem em troca por tamanho afeto e admiração? Qual a importância dos ídolos na construção de sua identidade? Essas perguntas nos conduziram a uma pesquisa cujo objetivo era entender como os fãs utilizam a escrita de si como um ritual de sacralização, através do qual se expressam o carisma/adoração, fascínio e desejo. Para tanto, analisaremos materialidades discursivas de um *Diário de fã* promovido pelo Blog do Planeta, blog de uma casa noturna de Teresina - PI, conhecida por receber diversas celebridades. O blog publica notícias diversas e dentre elas destacam-se também o dia a dia, shows e eventos em que participam grandes celebridades

É notório que nas relações virtuais, considera-se cada vez mais comum a exposição da vida pessoal, de atividades antes associadas ao *habitus* privado e familiar. No ambiente virtual, o sujeito inscreve e é inscrito pela linguagem, através da qual escreve sobre o seu estado emocional, as ações do cotidiano, sua localização

espacial, aspectos da vida amorosa, profissional etc. O sujeito/fã encontra nas redes de organização virtual uma forma de expressarem o afeto socialmente marginalizado e, por meio das práticas discursivas, ele escreve sobre a sua identidade, sobre desejos e frustrações. A escrita de si apresenta-se, portanto, como um mecanismo de exteriorização da interioridade, ou seja, de exposição daquilo que lhe confere individualidade, ao mesmo tempo em que incorpora e internaliza um *habitus* ligado a *fan culture*, conforme escreve Bourdieu (1990), internalizando aquilo que é lhe é exterior e social.

Ao escrever sobre a escrita de si, Foucault (1992) nos remonta à tradição estoica, ao *estoicismo*, com o objetivo de analisar práticas de escrita que marcam traços de subjetividade, através de mecanismos e técnicas de escritas de si e da relação que os sujeitos estabelecem com outrem.

Foucault (1992) escreve sobre duas formas de escrita *etopéutica* (escrita como treino de si): os hypomnemata e a correspondência. Pode-se entender os hypomnemata como cadernos pessoais utilizados como guias espirituais para o exercício da meditação. Tais cadernos estão muito próximos do Diário e do blog (principalmente na sua origem). Segundo Foucault (1992), nesses cadernos poderia-

mos encontrar textos diversos, como trechos de obras lidas pelo indivíduo, citações de obras diversas de caráter filosófico-reflexivo, diálogos que se tinha ouvido/participado etc. Tais fragmentos eram de grande importância para os exames de sua consciência e reflexões futuras sobre si e sobre o mundo

“A escrita de si dos fãs pode ser compreendida tanto no âmbito de uma escrita de si-para-si, como forma de expressão de sua subjetividade”

(FOUCAULT, 1992). Nesse sentido, a escrita dos hypomnemata constituem-se veículos de subjetivação e compreensão de *si-para-si*, da busca de um conhecimento e verdade de si mesmo.

Já as correspondências, por sua vez, remetem a uma escrita de *si-para-o-outro*, mas que também possibilita, evidentemente, uma escrita pessoal. O remetente escreve, por definição, para o outro, com o objetivo primeiro de consolá-lo, exortá-lo e aconselhá-lo, oferecendo-lhe o que de si mesmo se diz, ou seja, de suas experiências (FOUCAULT, 1992).

Desse modo, a escrita de si

dos fãs pode ser compreendida tanto no âmbito de uma escrita de si-para-si, como forma de expressão de sua subjetividade, de exteriorização dos desejos e afetos marginalizados, como também pode ser entendida como uma escrita de si-para-o-outro, pois é notório o desejo de singularizar-se através da escrita, pois ele expõe através das palavras a “necessidade” psíquica e social de sair do anonimato, de não ser só mais um no meio da multidão (COELHO, 1999).

Conforme comentários do *Diário de fã*, “Ser fã é não ter medo de dizer ‘Ei eu sou fã dessa banda, eu sou fã dessa pessoa. E eu amo muito eles. Ser fã é torcer pra que seus ídolos sejam felizes ao lado de uma pessoa, mesmo essa pessoa não sendo você” (FÃ 01). A materialidade textual citada demonstra a aceitação da condição marginal do seu afeto, “não ter medo de dizer” que é fã de determinada banda ou pessoa nos remete a uma memória discursiva relacionada a diversos discursos sociais que marginalizam o sentimento dos fãs, conforme escreve um fã em outro depoimento “quem é fã de verdade sabe que é preciso amar e defender ele, não importa o que digam e o que aconteça. É tu ter a certeza de que daria a sua vida pela dele!” (FÃ 02). O enunciado “defender ele, não importa o que digam” denota a marginalização social desse afeto

e a defesa de sua identidade. Defender seu ídolo, independente do estigma social, é reconhecer-se tão marginalizado quanto à própria relação fã/ídolo. Nesse sentido, o fã encontra-se inserido na situação descrita por Rezende e Coelho (2010), na qual se confrontam a necessidade de expressão do seu sentimento e o reconhecimento do estigma social a que é submetido o seu afeto.

É interessante lembrarmos que *as redes em rede*, neste caso, se constroem como forma de resistência social, seja através de *fan pages* ou *diário de fã*. A escrita de si-para-o-outro é evidente, uma vez que se escreve sobre o ídolo como se estivesse escrevendo para ele, e isso é fruto do desejo de singularização, que consiste numa tentativa de destacar-se no meio da multidão, pois o fã enamorado/fascinado deseja mais do que participar dos ritos de adoração aos olimpianos (MORIN, 1997), eles desejam ser correspondidos, desejam reciprocidade amorosa e, em alguns casos, sexual (COELHO, 1999). Isso é bastante evidente na materialidade que segue: “amo muito o Pelanza, não é só amor de fã, enfim... espero que um dia pelo menos um abraço dele eu possa ganhar já que não posso ganhar um beijo na buchecha, e etc.” (FÃ 03).

A materialidade supracitada

produz efeitos de sentido cuja construção está associada ao desejo de fusão e reciprocidade amorosa. O enunciado “não é só amor de fã” denota um desejo de ser amado, não nos moldes fraternos e “sagrados” da fama, mas no modelo romântico burguês. Neste caso, o fã alimenta o desejo de ser o parceiro/a do seu ídolo. Esse desejo tende a torná-lo apenas mais um no meio da multidão, porque deveras são muitos os que desejam ser o fã número 01 ou mesmo “o grande amor” da vida de seu ídolo.

Nessa relação, o desejo fusional é bastante evidente. O desejo é tamanho que o fã fascinado almeja saciar-se ao receber “pelo menos um abraço”. É interessante perceber o (re) conhecimento da assimetria amorosa, tendo em vista que ao mesmo tempo em



que imagina-se fundido ao ídolo, o fã reconhece a impossibilidade de trocas afetivas e amorosas mais íntimas, desejando “pelo menos um abraço”, já que não pode “ganhar um beijo na bochecha”. A escrita dos fãs aproxima-se de uma escrita de si-para-si e também de si-para-o-outro, pois eles escrevem para externar seus desejos e emoções (uma escrita para-si) ao mesmo tempo em que escreve na esperança de ser correspondido pelo ídolo, isso é bastante evidente nas formações discursivas construídas em torno de enunciados apelativos: “amo, vocês, Restart, vocês são lindos! (FÃ 01); “Luan Santana, eu te amo mais que tudo” (FÃ 02); “amo você, Pelaniza” (FÃ 03), “Restart eu amo vcss - Te Amo - Te Amo- Te Amo- Te Amo- Te Amo” (FÃ 04). Dessa forma, o fã escreve com um desejo de ser ouvido, como se suas palavras ecoassem pelas redes sociais em direção ao seu ídolo.

Ao tratar das emoções nas relações fã/ídolo, Coelho (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 afastamento de si 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 desejo de fusão é bastante

“Ao tratar das emoções nas relações fã/ídolo, Coelho (1999) escreve que as experiências de afeto construídas a partir dessa interação se dá como forma de ‘estado fusional’”

evidente no enunciado: “Quando você ama uma banda, você se torna parte dela!” (FÃ 05). A construção “você torna-se parte dela” nos remete ao desejo de fusão que está associado, não só ao desejo sexual, mas aquilo que Freud (1976) denomina de *catexias*, vocábulo usado para definir a intensidade das pulsões da energia psíquica. Segundo Freud (1976) o indivíduo busca fundir-se com aquilo que deseja, mesmo quando tal objeto lhe causa dor, afinal, o “outro é traumatizante” (FREUD, 1976). Tornar-se parte, neste contexto, é compartilhar da sua existência, dividir as alegrias, tristezas e infelicidades, é compartilhar as vitórias, amor e afeto, é dividir uma

vida.

Coelho (1999, p. 61) escreve que “consciente de sua condição anônima, o fã lança mão de inúmeros recursos para transcendê-la, desta forma enredando-se em um dilema entre a consciência do seu anonimato e a certeza de sua singularidade.” Diante dessa problemática, o desejo de singularização tende a delinear-se de duas formas. Em alguns fãs essa característica se intensifica, em outros se atrofia. Isso se deve a fatores diversos que estão diretamente associados ao próprio processo de formação de subjetividades e, portanto, às experiências.

Por conseguinte, se o indivíduo/fã recebe estímulos diferentes e de formas diferentes, o que muitas vezes passa despercebido aos olhos de alguns pode ser visto como uma declaração de amor aos olhos de outro. Quanto mais ele se vê envolvido nas tramas midiáticas da *Indústria Cultural*, maior será o desejo de singularizar-se e de reciprocidade amorosa. Enquanto alguns mantêm a noção de personalidade, cultivando uma relação apenas de sacralização, outros se fascinam ao ponto de se entregarem ao amor, à paixão e ao desejo, mesmo sabendo que esse caminho corresponde a uma busca assimétrica por amor.

REFERÊNCIAS

BUSSAB, Mariana de Oliveira. **A Celebridade e Seus Fãs: contribuição ao estudo das comunidades de marca no setor do entretenimento da Fundação Getúlio Vargas**. 2000. 191 f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – EAESP, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2004.

BLOG DO PLANETA. **Declare seu amor por uma atração do Planeta no Diário de Fã**. Disponível em: < <http://wp.clicrbs.com.br/onossomundo/2011/01/25/declare-seu-amor-por-uma-atraca-o-planeta-no-diario-de-fa/?topo=52,1,1,,199,e199&status=encerrado> >.

Acesso em 10 de Jan. 2014.

BOURDIEU, Pierre. **Coisas Ditas**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.

COELHO, M. C. P. **A experiência da fama: individualismo e comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1999.

FOUCAULT, M. A escrita de si. In: **O que é um autor?** Trad. Antônio F. Cascais e Edu-

ardo Cordeiro. Lisboa: Passagens, 1992.

FREUD, S. **O mal-estar na civilização**. Rio de Janeiro: Imago, 1976.

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

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 2000.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

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



Demóstenes Dantas Vieira é Mestrando em Ciências Sociais pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN, Especialista em Educação pelas Faculdades Integradas de Patos - FIP e graduado em Letras pela Universidade Estadual da Paraíba - UEPB. Currículo Lattes: [Clique Aqui!](#)



Luan Talles de Araújo Brito é Mestrando em Letras pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN, atuando principalmente na linha de pesquisa Texto, Discurso e Ensino. É graduado em Letras pela Universidade Estadual da Paraíba - UEPB. Currículo Lattes: [Clique Aqui!](#)