

## **A construção identitária do fã investigador nos sites de redes sociais: entre disputas de afeto e ativismos de fã<sup>1</sup>**

Beatriz CÉSAR<sup>2</sup>

Luana INOCÊNCIO<sup>3</sup>

Universidade Federal Fluminense

### **Resumo**

Observa-se que os fãs buscam legitimar seu lugar na cultura da participação ao procurar formas de se distinguir no meio em que estão inseridos, no qual a interação é a base para a manutenção de comunidades de interesse. Nesse contexto, esta pesquisa procura abarcar a complexidade na construção identitária do fã investigador como um fenômeno discursivo, analisando-o no estudo de caso da comunidade de fãs do ship Larry Stylinson. Além disso, o trabalho busca também mapear as disputas de afeto e entender como se concretiza o ativismo de fã como um processo de reorganização cultural e política, bem como suas formas de resistência.

**Palavras-chave:** Identidade; disputa de afeto; ativismo de fã; *ship*; *shipper*.

### **Introdução**

Harry Styles e Louis Tomlinson são artistas que ficaram mundialmente conhecidos em 2010, através do programa de televisão *The X Factor*, exibido pela originalmente pelo canal britânico ITV. O programa tratava-se de um show de talentos ou uma competição com etapas eliminatórias para eleger o artista ou grupo que tivesse o fator x que caracterizasse o artista completo. Durante o programa, os cantores se uniram a mais três candidatos, formando a *boyband* One Direction. A partir disso, espectadores de todo o mundo que já acompanhavam programas no gênero de *The X Factor* passaram a simpatizar com a banda e, especialmente com a relação entre Harry e Louis. O fenômeno das

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XIV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Estudos de Mídia da Universidade Federal Fluminense

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda Universidade Federal Fluminense. Doutoranda em Comunicação pela mesma Instituição (PPGCOM/UFF). E-mail: luanahinocencio@hotmail.com

---

*boybands* não era novidade, embora fosse um assunto adormecido na cultura pop desde bandas como *Backstreet Boys*, popular na década de 1990. No entanto, não foi um problema para que a One Direction fosse considerada um dos maiores grupos desde os Beatles<sup>4</sup>, batendo recorde de vendas de discos.

O nome Larry Stylinson é a junção dos nomes Harry Styles e Louis Tomlinson. Pode se dizer que a origem *ship* e sua comunidade de fãs vieram paralelamente à formação da banda, mas a origem do termo não foi criação do público. Durante a exibição de *The X Factor*, canais televisivos assim como revistas voltadas ao público jovem como investiram em matérias que explorassem o relacionamento entre os membros. As entrevistas em sua maioria tinham como temática a intimidade dos dois, acompanhados de sessões de fotos sempre muito carismáticas. Sobretudo, as reportagens divulgavam o que viria a ser o nome do *ship* como uma maneira explícita de instigar o engajamento dos fãs.

Entretanto, ao mesmo tempo em que essa estratégia era usada para chamar atenção, outra ação era implementada paralelamente. Por um período maior que ultrapassou o ano de formação da *boyband*, a imagem que envolvia Harry Styles foi a de conquistador. Insinuações de relacionamento com mulheres mais velhas e flagras de encontros com famosas da música como Taylor Swift faziam parte da imagem midiática construída pela imprensa. Do outro lado, Louis Tomlinson mantinha notícias pontuais sobre seus relacionamentos estáveis e, em sua maioria, duradouros. As comunidades, então, se dividiram entre os que simpatizavam com uma abordagem ou outra.

A prática de fã não é um fenômeno novo. Ao longo do tempo, pessoas vêm formando grupos que se unem por comunhão de gostos ou estética. Existem muitas maneiras de demonstrar o afeto a determinado objeto, no entanto, tornar-se fã exige um desempenho que o identifique como tal. É isso que Matthew Hills (2010) explica quando afirma que existe uma diferença básica entre o seguidor comum e o público aficionado na qual a principal distinção é que os fãs estabelecem uma identidade social. Desta forma, entende-se que para uma comunidade de fã se destacar de pessoas que simplesmente simpatizam com algum objeto é considerado que ela apresente um perfil característico a essa comunidade.

Com a extensão tida pela internet nas últimas décadas e a popularização de sites de redes sociais como *Twitter*, *Facebook*, *Tumblr*, entre outras, é comum que existam convergência de comportamentos de muitos grupos diferentes. Portanto, como as

---

<sup>4</sup> One Direction supera Beatles em vendas. Disponível em: <<https://goo.gl/hctcrx>>. Acesso em: 19 jun. 2018.

---

comunidades se diferenciam entre si? Buscarei aqui analisar no exemplo do *fandom* de Larry Stylinson a construção identitária de um grupo de fãs que, mesmo convergindo em plataforma ou forma de ativismo, tem sua marca registrada. Para tanto, foi realizado um questionário online para compreender melhor as características mais latentes do *fandom* em torno de Larry Stylinson, destacando-se três aspectos principais, a serem analisados nas seções a seguir: 1) a potencialidade investigadora nas ações destes fãs; 2) as disputas em torno dos diferentes níveis de capital social dentro destas comunidades digitais; 3) os ativismos de fãs e mobilizações em prol de causas sociais, como os movimentos LGBT e antirracismo.

Observa-se, assim, a importância de entender como se estabelecem as narrativas oficiais popularizadas pelas manchetes para termos um ponto de partida ao analisar a comunidade de Larry. A construção identitária dos *shippers* muito se baseia na relação entre emissor e receptor. Durante muito tempo, o estudo de fã dedicou-se a comprovar a tese de que a relação do fã com seu ídolo representaria uma recepção passiva diante da cultura de massa, conforme pontua Freire Filho (2003). O argumento, influenciado pela escola de Frankfurt, era, entre outros, de que os meios de comunicação entregariam os sentidos já prontos, sem espaço para o desenvolvimento de uma visão crítica e ativa diante daquilo que se é consumido. Entretanto, com a movimentação da imprensa tradicional para promover e assegurar a imagem de Harry e Louis como homens heterossexuais, o interação positiva e de apoio entre fãs e mídia se dilui.

Nesse sentido, foi realizada uma pesquisa aplicada durante o mês de junho de 2018 que obteve mais de quinhentas respostas, com perguntas acerca das referências e hábitos que circulam dentro dessa comunidade de fãs. *A priori*, serão apresentados aqui alguns dados coletados a partir do questionário aplicado. Quando perguntado a quais fontes eram recorridas no consumo de notícias dos dois cantores, podendo-se escolher mais de uma opção, a mídia tradicional surgia como a mais descredibilizada, com apenas 3,4% dos votos. No lugar dela, páginas em sites de redes sociais (77%) e canais (49%) dedicados ao *fandom*, além das próprias redes sociais dos artistas (84%), tinham preferência na escolha dos fãs.

Portanto, identifica-se desde o início desta investigação que o *fandom* de Larry tem como sua principal característica a recusa da narrativa oficial. A disseminação de notícias falsas e sensacionalistas, manipulação das falas dos cantores e o desrespeito no tratamento do fã foram algumas das argumentações apresentadas para justificar a declarada falta de

confiança nos veículos de comunicação. Essa ruptura entre fã e mídia se dá quando o *fandom* se mobiliza para satirizar as manchetes ao apropriar-se do discurso, produzindo *memes* e outros conteúdos humorísticos e reconhecendo a ação como uma estratégia de marketing da própria agência responsável *Modest!*<sup>5</sup>.

**Figura 1 – Memes satirizando a ação da mídia e do agenciamento dos cantores.**



Fonte: <<https://goo.gl/mQhcEM>>. Acesso em: 07 jul. 2018.

Dessa forma, os fãs se transformam no segmento mais ativo do público, que, alinhado às proposições de Jenkins (2008), não aceita o que se recebe a partir da mídia tida como “oficial” sem julgamento, reconhecendo o direito de se tornar um participante pleno. A partir disso, a comunidade passa por um processo criativo muito particular, no qual, através desse primeiro estágio de negação, ela se reapropria dessa estratégia para recriar suas próprias narrativas e especular histórias que façam mais sentido à realidade do *fandom*. Especificamente, são observadas as explicações e teorias criadas pelos fãs investigadores – ou “*fãs CSI*”, denominação frequentemente referenciada nos sites de redes sociais, derivada do programa televisivo de investigação criminal americano CSI – para analisar e reconstituir rastros de tais narrativas a fim de justificar seu afeto (HILLS, 2002).

### **É fã CSI que chama? Analisando as particularidades da comunidade de fãs Larry**

Como base metodológica para coleta das informações primárias nos sites de redes sociais, foram utilizadas as duas plataformas mais populares dentro da comunidade de fãs

<sup>5</sup> *Modest!* é uma companhia britânica de gerenciamento de artistas, criada em 2003, responsável pela administração do grupo *One Direction* e seus membros pelo período de 2010 a 2015. Disponível em: <<https://www.modestmanagement.com/>>. Acesso em: 05 jul. 2018.

---

de Larry. Foi observado majoritariamente a interação no *Twitter* como veículo principal para disseminação dessas teorias, servindo também como fonte de *links* para outras redes sociais como o *Tumblr*, onde haveria espaço para posts mais aprofundados tanto em textos literais como imagéticos. Além disso, usei o Youtube como parâmetro para analisar a produção de conteúdo investigativo e, posteriormente, as disputas de afeto que se dão por meio dos mesmos. Ao longo da minha pesquisa, reparei um fenômeno bastante popular: as *threads*.

O termo *thread* advém da palavra inglesa linha, usada para explicitar uma linha discursiva, sendo usada através de um segmento de *tweets* com caráter didático sobre o mesmo tema. Esse fenômeno trata-se de um recurso discursivo bastante recorrente em muitas comunidades quando se há intenção de apresentar uma cadeia de explicações sobre um tema específico.

Nesse contexto, elas têm o objetivo de organizar teorias acerca do *ship* Larry Stylinson com textos breves, mas principalmente com análise de imagens. Isso tudo com a função de explicar que seu investimento não é fanatismo, mas sim um comportamento consciente e coerente. Isto é, os fãs procuram exibir argumentos que sustentem suas especulações e teorias a respeito do *ship*. Essa tentativa de justificar afeto é o que Hills (2002) chama de mantras discursivos, que seriam formulações discursivas relativamente estáveis que funcionam basicamente para afastar-se do lugar de fã irracional.

Algumas teorias ficaram muito conhecidas por explorar essa técnica investigativa tanto com conteúdos audiovisuais como fotos e entrevistas coletivas, bem como a partir de textos retirados das próprias redes sociais. Além das que buscam confirmar a existência secreta do *ship*, uma das teorias mais famosas é a chamada “*babygate*”<sup>6</sup>.

Nesse caso, a teoria consiste em entender o surgimento da gravidez e, em sequência, o nascimento do filho de Louis Tomlinson como uma manobra midiática. Essa tática teria a finalidade de promover o nome do cantor, gerando popularidade em uma época em que seu nome estaria menos em alta na mídia um ano após a pausa da banda, em 2016. A quantidade resultados quando pesquisados palavras chaves como “*babygate*”<sup>7</sup> “louis tomlinson” e “*fake dating*” são enormes, assim como a produção de artigos e conteúdos de caráter didático sobre o tema.

---

<sup>6</sup> Boato de bebê falso. Disponível em: <<https://goo.gl/kpu1ym>>. Acesso em: 04 jun. 2018.

**Figura 2 – Fãs tentam desvendar edições nas fotos oficiais publicadas pelo cantor.**



Fonte: <<https://goo.gl/MKa8zj>>. Acesso em: 04 jun. 2018.

Com um discurso objetivo e com embasamento empírico, que tenta argumentar com a lógica para promover seu raciocínio, seguindo nessa intenção, a comunidade tenta trazer a luz alguns casos comprovados pela mídia. Em uma das postagens analisadas, o fã argumenta que a estratégia gravidez falsa não é um fenômeno novo, posto que já teria sido usado por celebridades como Nicole Kidman<sup>8</sup> e Katie Holmies. Para Jenkins (1992), assim como outros consumidores da cultura popular, os fãs leem intertextualmente bem como leem textualmente e seus prazeres estão ligados a essa justaposição que criam entre conteúdos específicos de um programa e outros materiais culturais. Ou seja, é característico dessas comunidades procurarem ler nas entrelinhas e perseguir o não dito.

### **Disputas de Afeto nos diferentes níveis do *fandom* Larry**

As relações que se constroem dentro de uma comunidade de fãs são assumidamente temporárias e hierárquicas, contendo tanto níveis de investimento como de influência.

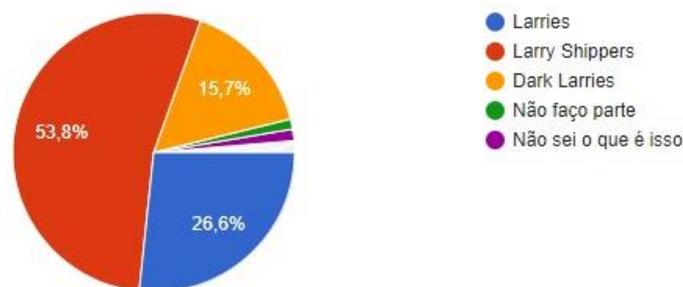
<sup>8</sup> Gravidez falsa. Disponível em: <<https://goo.gl/QFAYp9>>. Acesso em: 04 jun. 2018.

Rezende e Nicolau (2014) explicam que a existência dos níveis de participação é muito importante para entender que um *fandom* não pode ser lido como um bloco homogêneo de comportamento. Analisando as interações entre perfis no *Twitter* dedicados ao *ship*, foi possível notar que o *fandom* de Larry se difunde em pelo menos três grupos concretizados que se diferem pelo seu nível de investimento.

No contexto norte-americano, a diferença conceitual entre *Larries* e *Larry Shipper* se torna mais discrepante, sendo a primeira caracterizada por um investimento alto. Normalmente, esse grupo de fãs tem o costume de consumir teorias que afirmem que o *ship* é canônico. Já no segundo nicho, o investimento é baixo e superficial. Nesse caso, teorias já não são seu foco de consumo, diferente dos *Larries*.

Através de um questionário realizado com mais de quinhentos entrevistados acerca das atividades e interações dentro na comunidade, foi possível perceber o reconhecimento da hierarquia. Assim, 53% dos que responderam se identificam como *Larry Shippers*, 26% consideram-se *Larries*, restando 15% para os que intitulam como *Dark Larries*. No entanto, a pesquisa abrangeu apenas a comunidade brasileira de *shippers*, o que mostrou nos comentários adicionais à pergunta que o contraste entre esses dois grupos mais votados já não é tão marcante como em outro segmento do *fandom*. O que chamou a atenção, porém, foi o reconhecimento de um dos níveis mais altos de investimento: os *Dark Larries*. Atribui-se o termo, em sua maioria, ao nível mais alto de investimento, sendo identificado como o segmento que mais produz as teorias dentro de sua comunidade - seja em formato de *threads* como em canais dedicados a Larry.

**Figura 3 – Gráfico referente aos grupos existentes no *fandom* de Larry Stylinson.**



Fonte: A autora, a partir do questionário realizado em junho 2018.

**Figura 4 – Tweets explicativos sobre os termos *Larries*, *Larry Shipper* e *Dark Larries*.**



Fontes: <[twitter.com/sweetlouST](https://twitter.com/sweetlouST)>; <[twitter.com/1d\\_larryxoxo](https://twitter.com/1d_larryxoxo)>;  
<[twitter.com/heslwtprecious](https://twitter.com/heslwtprecious)>. Acesso em: 07 jul. 2018.

Para Matos (2013), os fãs constituem comunidades com seus rituais, práticas, símbolos e linguagem próprias. Portanto, as comunidades de fãs se revelam como centros de interação com diferentes plataformas que oferecem formas variadas de interagir. Para *fandoms* de ficção seriadas como *Once Upon a Time* e *Glee*, por exemplo, o *Twitter* serve como um meio direto de comunicação entre e fãs e produtores, pois é comum que se busque formas de interferir no objeto de afeto e, juntamente, no rumo da trama. As maneiras de manipular uma plataforma revelam muito sobre as formas em que se performam o afeto. No caso desta pesquisa aplicada, o *Twitter* (77%) e o *Youtube* (15%) foram os mais votados em questão de consumo de teorias, deixando outras redes sociais uma vez populares como *Tumblr* e *Facebook* com, respectivamente, apenas 5,5% e 1,2% dos votos.

Como pontuado anteriormente, o *Twitter* cumpre um papel muito importante em nível de propagação rápida de conteúdo investigativo sobre o ship, no entanto, o *Youtube* muitas vezes funciona como uma plataforma de convergência. Isto é, ele concentra imagem e texto no audiovisual. Canais como o *LarryIsMyHome*<sup>9</sup>, Amanda Grílli<sup>10</sup> e *FredIsMyQueen*<sup>11</sup> são muito conhecidos por ser referências de conteúdos de fã. O canal *LarryIsMyHome*, com 21 mil inscritos, ao lado do canal Amanda Grílli, com quase 15 mil inscritos, são dois dos perfis mais conhecidos no *fandom* brasileiro.

<sup>9</sup> Perfil *LarryIsMyHome*. Disponível em: <<https://goo.gl/o9Yfep>>. Acesso em: 04 jun. 2018.

<sup>10</sup> Perfil Amanda Grílli. Disponível em: <<https://goo.gl/KtEyp5>>. Acesso em: 04 jun. 2018.

<sup>11</sup> Perfil *FredIsMyQueen*. Disponível em: <<https://goo.gl/Ro8K5M>>. Acesso em: 04 jun. 2018.

---

O primeiro possui *playlists* com materiais de um carácter inclusivo de tradução de outros vídeos famosos originalmente na língua inglesa. Em sua maioria, são conteúdos didáticos nos quais qualquer um que não se esteja habituado com os códigos próprios da comunidade entenda o objetivo do material: provar a relação amorosa entre Harry Styles e Louis Tomlinson. Os formatos podem variar conforme a criatividade do fã flui desde os vídeos cômicos “Crack<sup>12</sup>” até análises midiáticas justificadas.

Amanda tem um estilo mais espontâneo e busca se conectar com leitores mais novos, mas é *FredIsMyQueen*, perfil estrangeiro, quem supera o número seguidores contando com mais de 380 mil inscritos e gerando a maior quantidade de conteúdo original – além de possuir o selo de verificação por sua popularidade na comunidade digital. Dessa forma, tornar-se visível as disputas de capital simbólico (BOURDIEU, 2007) existentes nas comunidades de fã, destacando quem possuirá mais legitimidade para falar e produzir sentido dentro dessas comunidades de acordo como sua posição hierárquica nestas comunidades.

### **Os ativismos de fãs e mobilização através dos projetos de causas sociais**

Segundo Brough e Shresthova (2012, p.265 apud AMARAL *et al*, 2015, p.144),

o ativismo é compreendido como ação intencional que desafia as hegemonias existentes e provoca mudança política e/ou social. O ativismo de fãs, entretanto, tem sido mais associado com o *lobby* de fãs para o lançamento de um conteúdo relacionado, como a permanência de um programa no ar (LICHTENBERG; MARSHAK; WINSTON, 1975; SCARDAVILLE, 2005).

Ao redor do mundo, as mobilizações envolvendo os fãs têm tomado dimensões cada vez maiores e tem sido mais notadas pela mídia. Séries que sofreram cortes pela emissora ou até mesmo cancelamentos, já tiveram que lidar com a intervenção dos fãs, como no famoso caso de *Sense8*, série americana produzida pela *Netflix*. Após o anúncio de interrupção da trama, houve uma grande mobilização dos fãs para trazê-la de volta por meio de petições que levaram pouco menos de 300 mil assinaturas em 2017. Ainda que o show não tenha sido renovado para mais uma temporada, os produtores conceberam um especial de despedida para alegrar os fãs, lançado no dia 8 de junho de 2018. Ainda, no

---

<sup>12</sup> Compreendido como estilo narrativo os *Crack Videos* são obras audiovisuais produzidas por fãs de conteúdo humorístico. São sátiras que costumam brincar com o formato e a narrativa do conteúdo em questão.

---

domingo anterior, dia 3 de junho, foi realizada a pré-estreia com a exibição do episódio no mesmo dia da Parada LGBT de São Paulo, maior do mundo.

Este é apenas um exemplo recente no qual a mobilização dos fãs termina com um resultado razoavelmente positivo, revelando certo poder de atuação dessas comunidades. Em sua maioria, as organizações começam a partir de um evento significativo, seja uma ameaça como o exemplo anterior ou uma meta a ser conquistada. Para uma comunidade de fãs de um *ship slash*<sup>13</sup> como o *fandom* de Larry Stylinson, a preocupação para com assuntos como sexualidade e a performatividade da masculinidade é inevitável.

Segundo Esquenazi, a proximidade das comunidades de fã em relação ao objeto de afeto ocasiona um reconhecimento. Ou seja, o público de alguma maneira se vê no objeto, enxerga seus problemas, anseios e vivências. A questão da sexualidade sempre foi um assunto presente na construção de Harry e Louis como figuras públicas, tanto suas imagens midiáticas quanto no imaginário dos fãs, mas foi durante 2017 que o cantor Harry Styles começou a se apresentar menos pragmático quando declarou em entrevista que prefere não rotular sua sexualidade<sup>14</sup>. Styles, que já se mostrava aliado à causa LGBT, passou a abrigar cada vez mais esse público em seus shows.

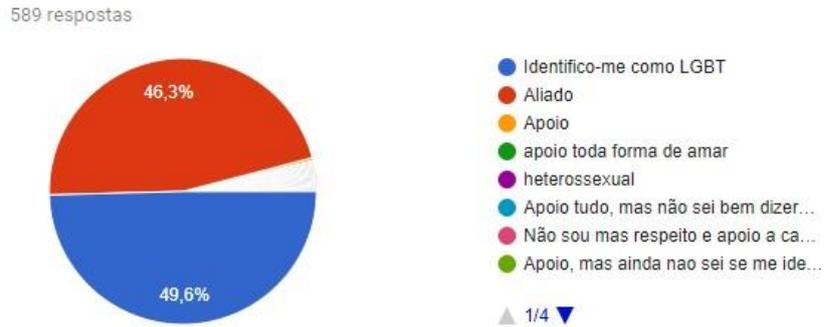
Quando perguntada a relação dos fãs com a comunidade LGBTQ, o resultado foi surpreendente. O grupo de fãs assumidamente LGBTs represente 49,6% das respostas, enquanto os que apoiam a causa, embora se identifiquem como heterossexuais, concebiam mais de 46% dos entrevistados. Dessa forma, seja como se identificando diretamente com a causa ou simpatizando com ela, a questão do reconhecimento é um fator determinante para que as comunidades de fã sejam formadas como subculturas (THORNTON, 1996) nas quais se compartilham códigos, referências e interesses, pois através dessa relação com o objeto que será dado as regras de interação entre indivíduos dentro de sua comunidade de afeto.

---

<sup>13</sup> Slash significa “barra” em inglês, o termo é usado para denominar casais homoafetivos.

<sup>14</sup> Harry Styles diz não rotular sua sexualidade. Disponível em: <<https://goo.gl/r8JrQ>> Acesso em 4 de junho 2018.

**Figura 5 – gráfico de identificação entre o fã e a causa LGBT.**



Fonte: A autora, a partir do questionário realizado em junho 2018.

Para o autor Pedro P. Curi (2010), o afeto funciona em dois aspectos: qualidade e quantidade. Ele determina a quantidade de energia que depositará em algo e a qualidade desse investimento. Durante o ano de 2018, o evento que mais movimentou o *fandom* foi a turnê do cantor Harry Styles que percorreu países de todo o mundo. Já nos shows realizados pela América do Sul passou-se a notar uma movimentação mais uniforme. Projetos que visavam a transformação estética da plateia, e a promoção da interação entre os fãs durante a performance de algumas das músicas apresentadas foram criados pela comunidade paralelamente ao andamento da turnê.

Em seu texto sobre a participação política dos *fandoms*, as autoras Brough e Shresthova ressaltam quatro eixos que contribuem para a discussão do ativismo de fã: 1) as intersecções entre participação política e cultural; 2) a tensão entre participação e resistência; 3) o papel do afeto em mobilizar a participação cívica; e 4) o impacto das mobilizações “no estilo de fãs”. Entre eles, me atentarei aos dois primeiros: as intersecções entre participação política e cultural e a tensão entre participação e resistência.

Na realização dos projetos supracitados, os fãs distribuíram *kits* na fila dos shows para que todos tivessem o material necessário para participar da intervenção. Papéis coloridos que seriam colocados sobre a lanterna do celular, ajudariam a montar uma grande bandeira colorida símbolo da causa LGBT. Eventos de entretenimento têm sido usados como forma de manifestação política por ser um ambiente de grande alcance para aqueles que estão dentro da sua comunidade de fãs quanto para quem está de fora dessas subculturas. Os grupos de fãs podem se organizar em torno de questões do mundo real por

meio do envolvimento prolongado e da apropriação do conteúdo da cultura popular (BROUGH; SHRESTHOVA, 2012).

Mobilizações que trazem a discussão da representatividade na indústria cultural são ações políticas que geram um engajamento civil representado no ativismo de fã. Em junho de 2018, o perfil oficial da organização da Parada LGBT de Doncaster, EUA, agradeceu publicamente a ajuda dos fãs do cantor Louis Tomlinson, nascido na cidade, pela promoção massiva do evento, que tomou extensão inédita de um acontecimento local para um evento de grande divulgação na internet. O exemplo da Parada de Doncaster mostra, também, a transformação do engajamento, como uma interação entre o fã e aquilo a que dedica seu investimento e todas as atividades que se desempenham a partir disso, em resistência como ato político contra hegemônico, - principalmente pelo fato do ser LGBT e defender a ocupação desses espaços significar justamente ir contra uma mídia tradicionalmente patriarcal e heteronormativa.

**Figura 6 – Imagens das mobilizações realizadas pelo fandom.**



Fonte: <[twitter.com/BestHarrySBR](https://twitter.com/BestHarrySBR)>; <[twitter.com/Doncaster\\_pride](https://twitter.com/Doncaster_pride)>. Acesso em: 07 jul. 2018.

Ainda durante alguns shows na Europa, os fãs de Styles levaram alguns cartazes e bandeiras, entre elas o símbolo da luta antirracista Black Lives Matter<sup>15</sup> buscando posicionamento do cantor. A indignação dos fãs gerou uma discussão no *Twitter* acerca da ausência de resposta de Harry a essa mobilização. Foram algumas semanas nas quais o assunto reverberou até o cantor reconhecer a abordagem dos fãs ao postar uma foto em sua rede social dos cartazes expostos na plateia durante um dos shows realizados.

<sup>15</sup> *Black Lives Matter* é um movimento político norte americano expressa na luta antirracista, seu surgimento se deu em resposta a violência policial sofrida pela comunidade negra nos Estados Unidos e se espalhou pelo mundo. Disponível em: <<https://blacklivesmatter.com/about/>>. Acesso em: 04 jul. 2018.

**Figura 7 – fãs exigem posicionamento do cantor sobre movimento Black Lives Matter.**



Fontes: <[twitter.com/hsbooze](https://twitter.com/hsbooze)>; <[twitter.com/abraminyard](https://twitter.com/abraminyard)>; <[twitter.com/izikielplanes](https://twitter.com/izikielplanes)>; <[twitter.com/louistomlinsan](https://twitter.com/louistomlinsan)>. Acesso em: 07 jul. 2018.

É importante notar nesse exemplo que a experiência do evento cultural como um lugar político não se aplica somente a um condicionamento apenas da comunidade de fãs, mas também é preciso que o ídolo legitime as demandas e esteja em acordo mútuo com seu público. Segundo Bennet (2012) o ativismo de fãs está diretamente relacionado às celebridades e às percepções de familiaridade nas conexões entre eles, sobretudo por meio de sites de redes sociais. A condição principal, tanto na relação entre fã e objeto quanto no seu ativismo, é que a ação represente um consenso e se transforme em uma ação compartilhada, representando a identidade daquele *fandom*. Ainda que houvessem pessoas insatisfeitas com a forma pela qual Harry se posicionava, sentindo falta de um discurso aberto e direto, a discussão perdeu força quando se mostrou em sintonia com seu público.

### Considerações Finais

Torna-se cada vez mais importante observar o quanto as comunidades de fã e tudo que as envolvem tem acrescentado aos estudos de fã, com suas formas de interação e produção de conteúdo, além de protagonizar cenas que nos atravessam de várias maneiras. Superando a noção frankfurtiana ultrapassada do receptor passivo e ausente de críticas com aquilo que consome, cada comunidade arquiteta sua própria subcultura, criando códigos, referências e sentidos que só funcionam para aqueles que a integram. Nesse sentido, o artigo trouxe aqui um estudo de caso sobre o *fandom* do *ship* Larry Stylinson, no qual pude perceber que a construção identitária é uma ação complexa, uma das partes mais

---

importantes para uma comunidade se definir e se concretizar como tal. Repleto de consciência narrativa, o *fandom* Larry é um exemplo de sociedade ativa e participativa, que cria ao mesmo tempo em que consome.

Comunidades que, para além de se diferenciarem do seguidor comum como também tornar-se único, criam signos e lógicas de afeto caracteriza-se uma identidade própria. Em um processo longo e muitas vezes não consciente, os fãs utilizam as ferramentas conforme suas necessidades surgem, tornando a produção de sentido uma ação coletiva e espontânea. No caso trazido na pesquisa, o *Twitter* é o principal instrumento de interação e mobilização entre os membros da comunidade, tanto por ser uma rede fácil e rápida de propagação de informação. A identidade investigadora dos *Larries* tem muito a ver com a facilidade com que usam da ferramenta para produzir suas teorias. Além disso, uma das maneiras de perceber como seu processo identitário está diretamente ligado com a mídia tradicional é analisar a resposta que ela tem ao *fandom*.

Desde seu início, toda sua produção questiona não só uma narrativa comercial, mas como também questionam a grande mídia em sua legitimidade como fonte oficial e verdadeira de informação. E a resposta é a afirmação de um papel ideológico, com notícias que desenham o fã como aquela massa uniforme que torna a vida do ídolo insuportável, um ser incontrolável e causador de estragos muitas vezes irreparáveis. Um comportamento que afasta cada vez mais o fã da mídia tradicional por reconhecer sua função de manter a comunidade de fãs estigmatizada, retrocedendo no progresso feito no próprio estudo de fã.

A luta constante desses indivíduos para desempenhar seu ativismo afastando-se dessa noção de fã irracional é o que ocasiona nas suas tentativas de explicar seu investimento emocional ao seu objeto de apego. Esse mantra discursivo se expressa na estratégia discursiva didática expressa nas teorias - que além de tratar seu afeto como um investimento justificado, se segmenta em grupos de diferentes níveis de participação cujo mais alto é reconhecido por ser o produtor de vídeos e perfis dedicado à compilação de evidências que sustentem tais teorias. Assim, esta pesquisa buscou iniciar um debate sobre as formas de ativismo de fã e como o espaço cultural e político se entrelaçam nesses meios. Observamos isso através de mobilizações expressas nos projetos de intervenção cultural que recorrentemente acontece nas comunidades virtuais ao redor do mundo, além de perceber o fã como um indivíduo resiste às implicações arbitrárias da cultura hegemônica de uma maneira criativa que deve ser levada a sério.

---

## Referências

AMARAL, Adriana; SOUZA, Rosana; MONTEIRO, Camila. “De Westeros no #VemPraRua à shippagem do beijo gay na TV brasileira”. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital. **Revista Galáxia**, n. 29, p. 141-154, jun. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/BWxrkb>>. Acesso em: 04 jun. 2018.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2007.

BROUGH, Melissa; SHRESTOVA, Sangita. Fandom meets activism: Rethinking civic and political participation. **Transformative Works and Cultures**. V. 10, 2012. Disponível em <<https://goo.gl/4CSHMq>>. Acesso em: 04 jun. 2018.

CURI, Pedro. **Entre Fan Arts, Fan Fiction e Fan Filmes**: o consumo dos fãs gerando uma nova cultura, 2010.

ESQUENAZI, Jean-Pierre. O Sentido do público. In: ABRANTES, José Carlos (coord.). **A construção do Olhar**. Lisboa: CIMJ/Livros Horizonte, 2005.

FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da resistência juvenil**: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

HILLS, Matt. **Fan Cultures**. Nova Iorque: Routledge, 2002.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers**: television fans & participatory culture. New York: Routledge, 1992.

\_\_\_\_\_. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LOPES, Enoé. Narrativas Seriadas Norte Americanas: O início e a consolidação do ato de shippar. **Revista Movimento**, n. 09, nov. 2017. Disponível em: <<https://goo.gl/w3k6eg>>. Acesso em: 04 jun. 2018.

MATOS, Patrícia. “I am SherLocked”: Afeto e questões de gênero no interior da comunidade de fãs da série Sherlock. **Revista Ciberlegenda**, v. 2013/1, p. 138-150, 2013. Disponível em: <<https://goo.gl/WYvWu2>>. Acesso em: 04 jun. 2018.

REZENDE, Nathalia; NICOLAU, Marcos. Fã e Fandom: Estudo de Caso Sobre as Estratégias Mercadológicas da Série Game Of Thrones. In: **Anais do VIII Simpósio Nacional da ABCiber**. São Paulo: ABCiber, 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/HkMrdR>>. Acesso em: 04 jun. 2018.

THORNTON, Sarah. **Club cultures**: music, media and subcultural capital. London: Wesleyan University Press, 1996.