

**Quando o gosto musical desvela a vida:
o olhar ideológico sobre comentários de fãs**

*When musical taste unveils life:
an ideological look over fans comments*

Rodrigo César Tavares CAVALCANTI¹

Resumo

O artigo se debruça sobre comentários de fãs de música em uma plataforma de interação e compartilhamento de conteúdo chamada *Tastebuds*. O foco foi nas interações que debatiam sobre a relação entre gosto musical e atração amorosa. Os fãs revelaram suas posturas ideológicas na discussão. A ideologia aqui é tratada segundo a teoria de Slavoj Zizek, que a constrói como uma maneira de enxergar a realidade por meio de operações psicanalíticas e discursivas. O método adotado foi a análise crítica do discurso, utilizada para lidar com dados textuais coletados de um fórum inserido na plataforma. Como resultado foram encontradas duas posições ideológicas: a mecanicista e a humanizada.

Palavras-chave: *Tastebuds*. Fã. Música. Zizek, Ideologia.

Abstract

This article focuses in comments of music fans made in a interaction and sharing platform called *Tastebuds*, more specifically the topic about the relation about musical taste and personal attraction. As they discussed, their ideological positioning became clear. Ideology is understood here according to Slavoj Zizek's theory, which considers it as a way to see reality itself through psychoanalytic and discursive operations. Critical discourse analysis was adopted as method and utilized to analyze textual data available in a forum inside the platform. The conclusions point two ideological positions: the mechanistic and the humanistic.

Keywords: *Tastebuds*. Fan, Music. Zizek. Ideology.

¹ Doutorando em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco.
E-mail: rodrigoctc@gmail.com

Introdução

Os produtos midiáticos estão presentes na nossa vida cotidiana. Por meio de televisores, computadores, celulares, um universo fantasioso ou construído com base na realidade chega às pessoas constantemente. Não se torna difícil constatar que o mundo hoje convive com uma midiatização da vida, tornando as pessoas cada vez mais conectadas ao entretenimento (JENKINS, 2012).

O site *Tastebuds* deriva desse cenário. Ele se apresenta como uma plataforma na qual os fãs de música podem compartilhar conteúdo sobre seus produtos midiáticos preferidos ao mesmo tempo em que conhecem outros fãs. Porém, o site não se limita a compartilhamentos. Há espaço também para discussões sobre o universo da música, principalmente aquela parte que está no cotidiano.

Uma das discussões levantadas foi sobre a relação entre gosto musical e preferência por pessoas em relacionamento. O que parece ser mais um tópico sobre música para olhos destreinados levanta uma questão maior: a visão que as pessoas têm do mundo. Como sinaliza Spracklen (2013), a música não é só uma forma de entretenimento, mas um meio que carrega crenças e posicionamentos das pessoas. Sendo assim, nessa discussão foi possível entender como os usuários entendem o mundo e não só o que pensam sobre gosto e relacionamentos.

Essa compreensão da vida foi analisada por meio da teoria da ideologia de Slavoj Žižek (1996). A ideologia, segundo o autor, seria uma maneira de construir a realidade como fruto de várias influências discursivas. Assim, este artigo trata das visões dos fãs sobre o mundo como ideologia, a qual emerge a partir de uma discussão musical.

1 Os fãs

Vivemos em um mundo envolto por produtos midiáticos. Televisão, internet, cinema, *Ipods*, uma série de equipamentos trazem um mundo criado para ser consumido de maneiras particulares. É em um mundo como esse que surgem os fãs, aqueles que se

relacionam de maneira especial com o universo midiático que nos rodeia (SANDVOSS, 2013).

O *Tastebuds* é um espaço propício para o fã. Primeiro, o site foi estruturado de forma tal que a música acaba sendo o centro de todas as ações. Assim que fazem registro, os usuários preenchem uma lista com as bandas que gostam, podendo destacar as de que são fãs. Através da comparação entre essas listas dos usuários, o site sugere as pessoas com quem se relacionar. Existem ainda espaços para perguntas, fóruns e atualizações de status, tudo isso é nitidamente feito com conteúdo de natureza musical. As perguntas são sobre bandas, os fóruns levantam questões diversas sobre música e as atualizações também seguem essa linha, com sugestões de canções e comentários relacionados. Assim, o *Tastebuds* se mostra como uma plataforma para fãs de música que querem se conectar a outros semelhantes a eles.

Primeiro, é importante dizer que o estudo dos fãs pressupõe saber o que se entende por esse termo. É no início no fim dos anos 80 e início da década de 90 que surgem os trabalhos que dão visibilidade ao fã (FISKE, 1989; JENKINS, 1988). Desde então as diversas abordagens nesse campo criaram diferentes significados para esse termo.

Cacicchi (2013), para embasar a discussão sobre amantes de música, define fã como parte de uma audiência engajada afetiva e intimamente com um objeto da mídia. Por muito tempo os fãs ficaram estereotipados justamente por esse alto envolvimento afetivo, suas ações eram tidas como exageradas e fora do normal (SANDVOSS, 2013).

É comum ver os fãs não só como pessoa que sentem algo especial por outrem, mas que também olham de uma maneira diferente os objetos de adoração. E esse envolvimento não é passivo, eles atuam de maneira intensa a partir desses objetos de fanidade. Nesse sentido a definição de Jenkins e Tulloch é mais coerente com essa complexidade. Para eles, fãs são participantes ativos em comunidades na forma de instituições socioculturais (TULLOCH; JENKINS, 1995). Aqui o fã aparece como alguém ativo e que faz parte de um grupo sociocultural maior.

Dessa forma os fãs estariam atrelados a uma atividade grupal específica, o fandom. No entanto, os fãs possuem práticas diversas e um certo nível de liberdade quanto a seu relacionamento com outros fãs. Tendo isso em vista, é interessante analisar

a definição fã feita por Jenkins (1988): fãs seriam aqueles que traduzem suas visões do objeto de fanidade em alguma atividade cultural, compartilhando sentimentos e pensamentos sobre o que adoram com amigos ou participando de comunidades com outros fãs que compartilham os mesmos interesses. Essa conceituação de fã, apesar de não mencionar explicitamente a afetividade, não a desconsidera, ela está subentendida e o foco passa para a atividade cultural que surge como consequência desse envolvimento. Por outro lado, ela amplia o que estava restrito na definição de Jenkins em conjunto com Tulloch a partir do momento que centraliza o papel de criador cultural em vez de interpretador apenas. Também supera essa definição ao dar liberdade ao fã de não precisar estar atrelado a um grupo ao mesmo tempo que também não abandona sua possível participação de atividades em meio a uma comunidade. Esta é a definição mais adequada para o nosso estudo, já que considere toda a dinamicidade das atividades no *Tastebuds*.

Já que se considerou a atividade de fãs, se faz necessário ter uma ideia clara de que tipo de práticas se está discutindo. Duffet (2013) lista uma série delas sem seu livro *Understanding Fandom*. Elas incluem práticas de performance: participação, coleção, composição de textos para blogs e fanzines, fanvids, filking e o cosplay. A participação em questão aqui é o engajamento em atividades de fanidade. A coleção é a prática de juntar objetos relacionados ao que se é fã, desde bonecos de personagens de filmes até o guardar de toalhas usadas por um músico. Os blogs e fanzines são veículos de informação e os fãs produzem textos e peças gráficas direcionadas para outros fãs sobre aquilo que tem adoração. Os fanvids são vídeos produzidos por fãs e que tem relação com objeto de fanidade. Já a prática do filking é uma adaptação de uma música que faz parte do universo do produto cultural de que se é fã. Por fim, o cosplay é o ato de se caracterizar fisicamente de acordo com o que se é fã. O autor ainda traz as práticas de apropriação chamadas de spoiling e fanfic. O spoiling se configura como o ato de revelar aos fãs ponto principais daquilo que eles ainda vão consumir. E o fanfic é a recriação dos produtos culturais pelos fãs. Essas seriam as práticas mais conhecidas dentro do universo do fan studies. Estudos mais recentes observam práticas relacionadas a redes sociais (BOOTH; KELLY, 2013; GIBBONS; DIXON, 2010; WATSON, 2010; JUNG, 2011; PEARSON, 2010; VAN STEENHUYSE, 2013), a pirataria (DENISON, 2011), cultura

queer (BENNET, 2010) e muitas outras ramificações que mostram a expansão das práticas por tendências contemporâneas.

O *Tastebuds* se apresenta como um local para fãs de música interagirem e, nessa interação, atuam culturalmente. É nessa plataforma que as pessoas contam o que acham das bandas, das músicas, o que sentem quando ouvem determinada canção, compartilham vídeos com seus títulos prediletos, recomendam bandas de estilos pouco conhecidos, fazem listas das melhores capas de discos e diversas outras atividades que manifestam suas crenças sobre o universo musical ao mesmo tempo que compartilham com outros que se assemelham a eles. São essas atividades que caracterizam o *Tastebuds* como uma plataforma para produção cultural de fãs.

Duffet (2013) chama a atenção para o fato de que definir os fãs como consumidores é limitante. O autor argumenta que os fãs muitas vezes conseguem itens de graça e, mesmo quando são consumidores, esse consumo é visto não só como compra mas como parte de suas práticas culturais de fanidade e se mostram com um sentido mais profundo do que uma mera transação comercial ou acumulativa.

2 A ideologia segundo Zizek

Zizek faz sua construção teórica com base em autores que vão desde a psicanálise até a filosofia idealista alemã. De Lacan, o autor compreende o simbólico como um sistema de significados que existe no mundo antes do surgimento dos sujeitos e orienta seu posicionamento ao longo de sua vida (ZIZEK; DALY, 2004). Já de Hegel, Zizek reconstrói a dialética. A síntese para o autor nunca é total, ela é a realidade social ela mesma subvertida pelo Real, um complexo de antíteses a qual limita a conclusão do que é a realidade (BÖHM; DE COCK, 2005). Karl Marx também se mostra como uma importante dentro da sua crítica zizekiana ao capitalismo, seus rumos e mazelas (ZIZEK, 1996).

Zizek (1996) parte da ideia que as coisas tomam forma via ideologia. Desde a explicação do que é o mundo até sua função para as pessoas, passando por ideias que dão base às crenças que os sujeitos carregam, tudo teria sua fundação na ideologia.

Assim, a ideologia não está em um conjunto de normas a serem seguidas ou doutrinas criadas por instituições, ela está em atitudes implícitas. A ideologia não se separa da realidade, essa ficção simbólica produto de uma pluralidade de universos discursivos (ZIZEK, 1996).

A construção da realidade ideológica não se dá apenas por meio do que o sujeito faz em comunicação consigo. Há um constante diálogo do sujeito com o mundo ao seu redor e seus discursos, fazendo-o assumir uma posição. O mundo emerge então como um complexo de regras implícitas com que se comunica e se mede, um referencial chamado de Grande Outro (ZIZEK, 1996).

A realidade criada em relação ao Grande Outro faz surgirem os desejos do sujeito, orientando a edificação da realidade e dando conta dos impasses na realização desses desejos. Trata-se da fantasia atuando, tornando a realidade ideológica adequada para o gozo, uma satisfação incitada pelos rituais cotidianos (ZIZEK, 1996).

O processo de construção da fantasia é explicado mais a fundo por Safatle (2003). A fantasia pode ser tida como uma objetividade fantasmática social. O desejo é construído pela fantasia para que o gozo seja atingido. Dessa maneira, as pessoas projetam a libido nos objetos empíricos, escapam da angústia e significados emergem. Sendo a fantasia também um produto de dinâmicas sociais, o gozo vai depender os outros, criando assim essa objetividade fantasmática social.

A cultura também influencia na construção da fantasia. Segundo Freud (1997), a cultura é uma regulador das relações humanas. Poli (2004) sinaliza que, diante dessa regulação, duas consequências podem emergir: a neurose ou o perverso. A pulsão sexual vai se realizar se o perverso for construído por meio da fantasia (VALLAS, 1990). É através da fantasia que se pode conseguir prazer mesmo com as limitações da realidade (ZIZEK, 2010).

Na cultura, essa perversão atingida por meio da fantasia pode ser incitada pelo objeto-fetice (LACAN, 1997). Esse termo se sinaliza que o consumo das coisas não se dá por experimentar as coisas em si, mas pela sua alma (Fontenelle, 2005) e pela sua conexão com o eu contexto (ZIZEK, 1996) Essa situação relacional pode ser entendida como, por exemplo, na relação rei e súdito: não há rei sem que haja súdito, nem súdito sem que haja rei, esses dois papéis concretização através da posição relacional entre eles

mesmos (ZIZEK, 1996). Essa alma mencionadas é apenas aparência, que, por sua vez, é compreendida pelos sujeitos como sinais profundos do que eles são (SENETT, 1988). A imagem é o que origina o desejo, o valor (FONTENELLE, 2005) e a fantasia é que vai sustentar essa realidade construída (SAFATLE, 2003).

3 O gosto ideológico

A ideologia segundo Zizek (2010) é uma espécie de óculos que dá cores a realidade que observamos. Tudo a que temos acesso é mediado pela ideologia de tal forma que a própria realidade é ideológica. Então conclui-se que o gosto musical e atração por certas pessoas seja também fruto de uma produção ideológica.

No fórum de discussão do *Tastebuds* um questionamento foi levantado sobre a forma de operação do site. O post tinha a seguinte pergunta como título: “*Does taste in music really matter?*” e acompanhava um questionamento sobre a real efetividade de a música atuar como elemento de afinidade entre pessoas. A crítica foi feita em um site que aponta possíveis amigos e parceiros afetivos segundo o gosto musical. Nesse sentido, o usuário está não só questionando a eficácia da proposta do site, mas também a crença das pessoas nesse tipo de seletividade.

Será mesmo que o gosto musical define o gosto por pessoas? A questão aqui é respondida pela teoria da ideologia zizekiana. Como já dito, segundo Zizek (2010), a ideologia seria a responsável pela definição de toda a realidade, no que podemos incluir a maneira de observar o gosto. Esse posicionamento opinativo dos usuários se dá em meio a uma disputa discursiva, o que gera diferentes comentários. A ideologia pode não se revelar explicitamente, mas a fantasia ideológica no seu status de realidade deixa pistas através dessa atividade. Cada resposta mostra um ponto de vista ideológico, uma visão de mundo que se explicita textualmente e toma forma nos sentidos das palavras que remetem a universos musicais e de relacionamento. Cada comentário é uma produção ideológica e traz em si as cores de sua fantasia ideológica.

Como a realidade ideológica é uma resposta a um conjunto de discursos com que se entra em contato, o próprio *Tastebuds* e as respostas dadas no tópico em questão se constituem como universos discursivos que influencia no posicionamento dos

respondentes. Assim, o site e o fórum são considerados nesse artigo como o contexto mais direto que influencia na análise. De maneira mais ampla são entendidos os discursos que estão fora da realidade do site, como uma espécie de macrodiscursos que temos notícia de uma maneira mais subliminar e generalizada, como é o caso do amor romântico que aparece em alguns comentários do tópico estudado.

4 Procedimentos metodológicos

A pesquisa se configura como qualitativa por observar e descrever um determinado fenômeno social e não estudar causas ou consequências por vias estatísticas. Apresenta um caráter indutivo pois sua escolha metodológica aconteceu após o contato com os dados (CRESWELL, 2013). Também se mostra como uma pesquisa de cunho pós-estruturalista, já que utiliza uma teoria que procura entender a construção de crenças que suportam dinâmicas sociais (WILLIAMS, 2012).

O método utilizado foi a análise do discurso crítica por considerar a linguagem como prática social a analisar os dados na medida em que revelam sentidos dentro das dinâmicas culturais (MAGALHÃES, 2005; PEDRO, 1998). Foi esse método que se mostrou capaz dar conta de uma construção ideológica tal como a concebida por Zizek (1996; 2010).

A fonte de dados foi o site *Tastebuds*, que é uma rede social com conteúdo vasto sobre música gerado por fãs. O presente artigo se debruçou sobre um tópico específico do fórum, chamado “Soapbox”, localizado na seção “Culture”.

O tópico se intitula “*Does taste in music really matter?*” e, no momento da coleta observação, contava com 262 respostas que foram geradas desde 2013 até junho de 2015. A dinâmica do fórum faz com que existira poucas respostas de muitos usuários. Na prática, é possível notar que a grande maioria dos usuários deram uma resposta apenas. Cada usuário teve a oportunidade de acompanhar a discussão criada até o momento de seu acesso, deu sua resposta e não opinou mais. Isso transforma a discussão dos usuários mais parecida com uma geração de opiniões para o grupo do que de uma conversa na qual se conta com uma intensa interação entre um e outro.

Além de os usuários se pronunciarem apenas uma vez, há de se notar que seus nomes são representados, muitas vezes, por elementos que não condizem com suas identidades reais. Assim, para fins de compreensão, nomearemos os usuários com letras, fazendo com que distingamos quem fala. Os trechos em que citamos esses usuários serão então expostos pela ordenação da citação (“citação 4”, por exemplo) seguido da especificação do usuário (como “usuário D”).

5 Resultados: as ideologias mecanicista e humanista

A observação dos dados permitiu a observação de duas ideologias operantes, a mecanicista e a humanista. Por questões de limitação de espaço, elas serão descritas na sequência a partir dos comentários mais representativos e comentados para que se entenda suas formações como ideologia.

5.1 Os mecanicistas

A ideologia pode ser entendida como a própria realidade, mas uma realidade discursiva. Na discussão foi possível observar, dentre os diferentes comentários, certas semelhanças que sugerem discursos que guiam os posicionamentos dos usuários. A quase totalidade dos comentários apresenta uma resposta clara a pergunta sendo feitas nas formas de “sim, gosto importa na escolha de alguém” ou “não, o gosto não importa no parceiro amoroso”. Essa polarização não é uma construção da análise, mas um claro posicionamento dos usuários.

Partiremos dos comentários que afirmam o gosto como preponderante nas relações, começando pelo trecho que segue, a citação 1:

*Citação 1, usuário A: At least there is one subject out to fight for :-)
If speaking seriously, it is not the known taste to attract but what is
behind of it on psychology mind level. of course depends on match*

*type where some part of it is complementary and another similarity needed to achieve harmony in relations ...*²

Na citação 1 é possível notar o envolvimento, o vigor com que se posiciona. Não é uma resposta nebulosa, é algo que parece claro para ele, tão nítido quanto a própria realidade. Em seguida é mencionado um tipo de nível de estado da mente, algo que parte de uma consideração acerca da psicologia de que está envolvido. Ele vê o gosto musical como denunciado de um estado psicológico que dá às partes envolvidas uma forma de se combinarem. Então, para esse usuário, o gosto importa e pode ser entendido por uma lógica psicológica. É possível observar um posicionamento semelhante conforme mostra a citação 2:

*Citação 2, usuário B: It does, for those who love music - it really does represent certain aspects of their character and personality - the music they listen to speaks about things which they identify with & therefore people who listen to stuff that is vastly different tend to not have that much in common with you. I just experienced this too, I met a really good looking individual whose musical taste differed vastly to mine, but I thought what the heck, let me at least give it a shot - well it ended up being exactly what I expected. Her music represented her life view to a great degree as did mine, and thus we ended up being largely incompatible!*³

Na citação 2, o usuário fala de como o gosto musical representa aspectos da personalidade. Nesse caso é também visível uma noção de indivíduo que carrega essas características que o caracterizam e influenciam seu gosto. É uma opinião embasada com argumentos de alguma noção de psicologia. E tão o é que parece haver uma fórmula exata para isso, como se todas as pessoas pudessem ser julgadas com base nesse preceito.

² Citação 1, usuário A, em português: “Ao menos existe um assunto por que lutar (sorriso). Falando sério, o que importa não é o que se sabe do gosto mas o que está no nível psicológico. Claro, depende do tipo de compatibilidade, em que complementaridade e semelhança precisam atingir harmonia na relação” (tradução nossa).

³ Citação 2, usuário B, em português: “Sim, para aqueles que amam música – ela representa certos aspectos da seu caráter e personalidade – a música que as pessoas escutam fala sobre coisas com que se identificam, assim pessoas que escutam coisas enormemente diferentes de você tendem a não ter muito em comum com você. Eu passei por isso também, conheci um indivíduo muito bonito cujo gosto musical diferia muito do meu, mas pensei ‘que se dane’, deixe-me tentar – bem, isso acabou se mostrando exatamente como eu esperava. A música dela representava sua visão de vida em um nível equiparável com o que acontecia comigo, e isso acabou sendo totalmente incompatível!” (tradução nossa).

De maneira análoga, um outro usuário parece resumir esse posicionamento na citação 3:

Citação 3, usuário C: *YESyesyesyes, taste in music matters.
Taste in music=personality.
Similar tastes=similar personalities=attraction⁴*

O raciocínio na citação 3 é feito de maneira minimalista, objetiva e quase matemática: o gosto musical é igual a personalidade que, quando é similar, gera atração. Toda a questão se mostra resolvida em um algoritmo que relaciona a música e a personalidade. Vários comentários seguem esse posicionamento e ajudam a construir um discurso psicologizado, quase digital de como acontece a atração segundo o gosto musical.

Esses foram alguns comentários que mostram uma postura que se linha discursiva a qual pode-se pensar em sinais de uma ideologia em ação. A fantasia ideológica aqui se mostra nas explicações de como esse gosto se dá. É essa lógica quase matemática que está por trás de todos os comentários citados e mais todos os outros correspondentes na discussão. A afinidade não é apenas uma ligação entre duas pessoas, mas um objeto fetiche que traz toda a carga de uma ideologia cientificista no seu sentido mais tradicional. Essa afinidade psicológica se torna a alma de uma realidade idealizada para se sentir confortável diante do fornecimento de uma explicação compatível como um mundo funcionalista. Os gostos então se tornam algo a ser precisamente compreendido e domado de modo a maximizar o prazer daqueles que nele acreditam.

5.2 Os humanistas

Uma boa parte dos usuários apresentou posicionamento diferente do mencionado. Um outro trecho (citação 4) segue raciocínio comparável:

Citação 4, usuário D: *To me this matters a lot. I would NEVER judge a person's goodness by what they listen to though. I listen to classical and death metal both a lot, and I would need someone who could*

⁴ Citação 3, usuário C, em português: “Simsimsim, gosto musical importa. Gosto musical = personalidade. Gostos similares = personalidades similares = atração” (tradução nossa).

*tolerate me playing them when I wanted to. Of course, I'd join them in listening to their music, but it's a matter of feeling good about my own choice.*⁵

O respeito aqui aparece como tolerância aos hábitos e ao gosto de quem ouve com a ressalva de que não julgaria a bondade de alguém pelo gosto musical. Para esse usuário, alguém de gosto diferente do dele teria uma relação difícil ao notar seu modo de conviver com a música.

Outro usuário traz uma visão análoga na citação 5:

*Citação 5, usuário E: I still stand by what I said then...although it is good to have a conversation occasionally with someone who shares your taste in music, when it comes to building solid and lasting relationships / friendships, there are a lot more important things. A shared love of particular artists or genres may get you through the first couple of dates, but unless you have other things in common too, that will probably not be enough. :-)*⁶

O usuário se mostra como propenso a gostar de alguém como mesmo gosto, mas não acha isso decisivo. Ele acredita que existem outras coisas importantes que as pessoas podem ter em comum e fazer um relacionamento acontecer.

O comentário seguinte adiciona mais um aspecto nessa discussão:

Citação 6, usuário F: When I talk to girls, let's say on here to keep things relevant, music is the initial topic we may, or may not, discuss and then we find ourselves moving onto various other subjects. We talk about all kinds of other things: movies, languages, astrology, cultures, books, weather conditions, sports/fitness, health, food, TV programs, life related things, so on so forth. As a musician, the only thing musical that I look for in my own partner is that she is able to enjoy my work, and respect and support what I do as a musician. Other than that, she has every right to listen to whatever she likes....which, I guess, is probably partly due to the fact that I am at

⁵ Citação 4, usuário D, em português: “Para mim importa muito. Eu NUNCA julgaria a bondade de uma pessoa pelo que ela ouve. Escuto muito ambos música clássica e death metal, eu precisaria de alguém que pudesse me tolerar tocando ambos quando eu quisesse. Claro, eu poderia me juntar a outra pessoa quando estiver escutando sua música, mas é uma questão de me sentir bem com minha própria escolha” (tradução nossa).

⁶ Citação 5, usuário E, em português: “Ainda fico com o que disse... embora seja bom ter conversas ocasionalmente com alguém que compartilha do seu gosto musical, quando se constroem sólidos e duradouros relacionamentos/amizades, existem muito mais coisas importantes. Um amor compartilhado por artistas particulares ou gênero pode ajudar nos primeiros encontros, mas a não ser que você tenha mais coisas em comum, os gostos em comum não serão suficientes” (tradução nossa).

*the stage where I can enjoy, or at least tolerate, most artists/bands now. (...) I think the bottom-line, for me at least, is that the more open-minded and accepting someone is about music as a whole, the more likely it is for me to feel comfortable talking to them.*⁷

Mais uma vez o gosto musical em comum não é descartado, mas colocado como acessório, como algo interessante para iniciar uma conversa, nesse caso. O tópico sobre respeito e compreensão também é comentado de certa maneira quando o usuário dizer que considera importante que a pessoa goste do seu trabalho como músico. No fim, ele resume seu posicionamento dizendo que pessoas de mente aberta são interessantes e deixam as pessoas mais confortáveis.

O gosto musical aparece aqui como algo que aproxima as pessoas, como quebra-gelo também, mas não como definitivo na escolha de um parceiro. A música não aparece como limitadora, mas como capaz de proporcionar um tipo de gosto universal por ela aproxima mais do que segrega.

Esses comentários apontam para um discurso diferente do que já foi mencionado. Aqui o ouvinte de música e sua afinidade com outros é tido como algo complexo e relacionado a estilo de vida, a interações entre as pessoas. O estilo de vida de quem ouve ganha mais importância do que o próprio indivíduo e as trocas entre as pessoas e todo seu dinamismo apresentam um papel de destaque. A música não é um elemento decisivo, mas algo importante ao redor da qual as relações humanas orbitam. No entanto, o fato de ela não ser decisiva carrega em si a ideia de livre arbítrio nas suas decisões de relacionamento, não se limitando ao gosto musical. É mais importante a vida de quem se relaciona do que seu gosto, sendo levados em conta o respeito a bandas, a opiniões e a posicionamentos. É essa explicação que traz sustentação a realidade ideológica desse segundo grupo de usuários. A fantasia ideológica dá as cores

⁷ Citação 6, usuário F, em português: “Quando converso com as garotas, digamos assim para manter as coisas relevantes, música é o tópico inicial sobre qual nós vamos ou não discutir para depois mover para outros assuntos. Nós conversamos sobre diversas outras coisas: cinemas, linguagens, astrologia, culturas, livros, condições do tempo, esportes/*fitness*, saúde, comida, programas de TV, coisas da vida relacionadas e assim por diante. Como músico, a única coisa musical que procuro na minha parceira é que ela seja capaz de curtir meu trabalho, e respeitar e apoiar o que faço como músico. Fora isso, ela tem todo o direito de escutar o que ela quiser... Isso, suponho, tem provavelmente a ver com o fato que estou em um estágio que posso curtir, ou ao menos tolerar, a maioria das bandas/artistas agora (...) Acho que a base, o mínimo, é que quanto mais mente aberta e receptiva alguém é como um todo, mais me sentirei confortável de conversar com essa pessoa” (tradução nossa).

a uma realidade mais plural, nos aspectos mais humanos das relações entre as pessoas e a música.

Considerações finais

A visão da relação entre gosto e relacionamentos é definido ideologicamente e, de acordo com a dinâmica discursiva envolvida, essas ideologias se mostram. Por um lado, temos os mecanicistas, que entendem essa relação como uma equação exata na qual a ligação entre as pessoas por meio da música se mostra como uma articulação psicológica. De outro lado temos os humanistas que enxergam a relação de maneira mais complexa, levando em consideração aspectos da vida das pessoas em que a música é apenas um elemento inserido em um contexto maior.

A partir disso é possível questionar outras áreas na qual a música se manifesta. Seriam as bandas instituições ideológicas? Mesmo não sendo exatamente organizações, as bandas produzem música e se conectam a seus fãs passando mensagens além dos sons. A maneira como se vestem, seus pontos de vista sobre diversos temas contemporâneos, tudo isso comunica para além do entretenimento, está no nível discursivo e que pode gerar posicionamentos ideológicos.

Os fãs, por sua vez, também se posicionam ideologicamente, como demonstrou este estudo. Nesse sentido é possível ainda perguntar que outras maneiras de posicionamento são possíveis em outros contextos. Será que em um show os sujeitos agem de maneira diferente de quando estão em casa ouvindo música com os amigos? E que posturas ideológicas seriam essas?

Este estudo avança justamente em questões que rodeiam essas propostas de futuras pesquisas. Trata-se de uma visão menos romântica dos fãs, menos estereotipada e mais atenta aos seus posicionamentos sociais no mundo contemporâneo. Os fãs não são apenas espectadores dos seus ídolos, são também produtores e essa produção merece um tratamento teórico a altura de sua importância no tão midiaticizado tempo em que vivemos.

Referências

BENNETT, Chad. **Flaming the fans:** shame and the aesthetics of queer fandom in Todd Haynes's velvet goldmine. *Cinema journal*, v. 49, n. 2, p. 17-39, 2010.

BÖHM, Steffen; DE COCK, Christian. Everything you wanted to know about organization theory... but were afraid to ask Slavoj Žižek. **The sociological review**, v. 53, n. s1, p. 279-291, 2005.

BOOTH, Paul; KELLY, Peter. **The changing faces of Doctor who fandom:** new fans, new technologies, old practices? *Participations*, v. 10, n. 1, 2013.

CAVICCHI, Daniel. **Loving music:** listeners, entertainments, and the origins of music fandom in Nineteenth-Century America. **Fandom: identities and communities in a mediated world**, p. 235-249, 2007.

CRESWELL, John W. **Research design:** qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Sage publications, 2013.

DENISON, Rayna. Anime fandom and the liminal spaces between fan creativity and piracy. **International journal of cultural studies**, v. 14, n. 5, p. 449-466, 2011.

DUFFETT, Mark. **Understanding fandom:** an introduction to the study of media fan culture. Bloomsbury Publishing USA, 2013.

FISKE, John. **Understanding popular culture**. Boston: Uwin Hyman, 1989.

FONTENELLE, I. A. O trabalho da ilusão: produção, consumo e subjetividade na sociedade contemporânea. **Interações**, v. 10, n. 19, p. 63-86, 2005.

FREUD, S. **O mal-estar na civilização**. Rio de Janeiro: Imago, 1997.

GIBBONS, Tom; DIXON, Kevin. 'Surf's up!.' A call to take English soccer fan interactions on the internet more seriously. *Soccer & Society*, v. 11, n. 5, p. 599-613, 2010.

HILLS, Matt. **Fan cultures**. Psychology Press, 2002.

JENKINS III, Henry. **Star Trek rerun, reread, rewritten:** fan writing as textual poaching. *Critical studies in Media communication*, v. 5, n. 2, p. 85-107, 1988.

JENKINS, Henry. **Textual poachers:** television fans and participatory culture. Routledge, 2012.

JUNG, Sun. K-pop, Indonesian fandom, and social media. **Transformative works and cultures**, v. 8, 2011.

- LACAN, J. Seminário XX–Mais, Ainda–Jorge Zahar Editor. Rio de Janeiro, 1998.
- LACAN, J. **O seminário: livro 7: ética da psicanálise 1959-1960**. Jorge Zahar, 1997.
- MAGALHÃES, Izabel. **Introdução: a análise de discurso crítica**. Delta, v. 21, n. especial, 2005.
- PEARSON, Roberta. Fandom in the digital era. **Popular communication**, v. 8, n. 1, p. 84-95, 2010.
- PEDRO, Emília Ribeiro. **Análise crítica do discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional**. Caminho, 1998.
- POLI, Maria Cristina. **Perversão da cultura, neurose do laço social**. *Ágora: Estudos em Teoria psicanalítica*, v. 7, n. 1, p. 39-54, 2004.
- SAFATLE, V. A política do real de Slavoj Zizek (Pósfacio). *In: ZIZEK, S. Bem-vindo ao deserto do real!* São Paulo: Boitempo, 2003.
- SENNETT, R.; ZOLA, E. **O declínio do homem público: as tiranias da intimidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- SPRACKLEN, Karl. Nazi punks folk off: leisure, nationalism, cultural identity and the consumption of metal and folk music. **Leisure studies**, v. 32, n. 4, p. 415-428, 2013.
- TULLOCH, John; JENKINS, Henry. **Science fiction audiences: watching doctor who and star trek**. Psychology Press, 1995.
- VALAS, P. **Freud e a perversão**. Zahar, 1990.
- VAN STEENHUYSE, Veerle. **Jane Austen's pride and prejudice in cyberspace: charting the worldmaking practices of online fandom**. Reconfiguring authorship 17 november 2012 Gent, 2013.
- WATSON, Jeff. **Fandom squared: web 2.0 and fannish production**. Transformative works and cultures, v. 5, 2010.
- WILLIAMS, James. **Pós-estruturalismo**. Editora Vozes Limitada, 2012.
- ŽIŽEK, S. **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, v. 9, 1996.
- _____. **Como ler Lacan**. Zahar, 2010.
- ŽIŽEK, Slavoj; DALY, Glyn. **Conversations with Zizek**. Cambridge: Polity, 2004.