
Comunidade de fãs e comportamento no *Twitter*: uma análise do movimento *#FreeBritney*¹

FERREIRA, Fernanda Catarina da Silva²
COLPO, Caroline Delevati³
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

Resumo

O presente artigo tem como objetivo discutir sobre comunidade de fãs e rearranjos do comportamento digital, através do movimento *Free Britney* no *Twitter*. Da perspectiva exploratória e qualitativa foi realizada uma análise do movimento *#FreeBritney* no *Twitter*, a partir de embasamentos teóricos do campo de comunidade de fãs e comportamento no digital, tendo em vista, uma análise de postagens de perfis selecionados. Infere-se que através do movimento *#FreeBritney* os fãs criaram um símbolo de luta e resistência, em prol da cantora Britney Spears, que podem ter ressignificado, ou não, alguns acontecimentos na vida pessoal e na carreira de Britney Spears. Esse rearranjo social pode alterar o comportamento dos fãs e da própria cantora e pode auxiliar na composição da atual realidade de Britney Spears, favorecendo uma relação de afeto entre os fãs e a cantora.

Palavras-chave: Comunidade de fãs. Comportamento digital. Movimento *#FreeBritney*. *Twitter*.

Introdução

As comunidades podem ser espaços seguros e confiáveis. Estar em uma comunidade pode ser entendido, de acordo com o que Bauman (2003) descreve, como sendo algo bom, que desperta segurança e conforto dos sujeitos. Porém, devido aos avanços tecnológicos, houve mudanças no sentido da comunidade, que agora pode ser encontrada também em outros espaços, como sites e mídias digitais.

Nesses “não espaços”, como ressalta Recuero (2001), que são lugares, no qual, é possível se relacionar com outros sujeitos de maneira virtual, os sujeitos podem criar laços sociais, podem encontrar amigos, colegas e conhecidos em comunidades virtuais e

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) Tecnologias e culturas digitais, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Relações Públicas pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), mestranda em Comunicação (UFPB). Integrante do Grupo de Pesquisa CACTO – Comunicação, Afeto, Cultura, Trabalho e Organização (UFPB). E-mail: fernandacferreira18@gmail.com

³ Orientadora do trabalho: Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas e professora do Curso de Relações Públicas da UFPB/PB. Coordenadora do Grupo de Pesquisa CACTO – Comunicação, Afeto, Cultura, Trabalho e Organizações. Doutora em Comunicação Social pela PUC/RS. Mestre em Desenvolvimento Regional pela UNISC/RS e graduada em Relações Públicas pela UFSM/RS carolinecolpo@gmail.com

fortalecer esse vínculo ou criar relações de afetos. Também podem encontrar uma comunidade, na qual, o interesse por algum objeto seja compartilhado. Nesses “não espaços”, podem surgir os *fandoms* ou comunidade de fãs.

Ao ressaltar que as comunidades de fãs surgem do fascínio e frustração para/com a mídia, Jenkins (2009), apenas reafirma o papel dos afetos dentro das comunidades de fãs. A conexão entre os fãs e o objeto de devoção possui lugar de destaque nos *fandoms*, a clareza das relações de afeto não são apenas sobre unir grupos, mas também aumentar a potência de agir desses indivíduos, através de ações organizadas por eles ou por seus objetos de apreciação, como celebridades, artistas ou até mesmo empresas.

Partindo dessa compreensão, esse artigo discute sobre as comunidades de fãs, *fandoms*, mídias digitais e relações de afetos com a vida social através do movimento #FreeBrittney no Twitter. Com isso, o objetivo é refletir sobre esses conceitos e analisar algumas postagens da *hashtag* e identificar se os meios digitais mudam a experiência e comportamento dos sujeitos na vida cotidiana.

1 Comunidades de fãs virtuais

Os seres humanos sempre foram seres gregários, continuamente, optando por viver em comunidades, desde o início das civilizações. Bauman (2003), compreende estar em comunidade como viver junto. Para o autor, a comunidade representa a família e tem motivação afetiva, viver em comunidade é viver em segurança, com sujeitos confiáveis e que se ajudam mutuamente. A palavra comunidade sugere algo bom, e desperta a sensação de segurança e conforto nos sujeitos. Desse modo, é quase sempre seguro estar em comunidade, caso algo de ruim aconteça, o sujeito sempre terá a comunidade para ajudar a se reerguer.

No entanto, “o golpe mortal na ‘naturalidade’ do entendimento comunitário foi desferido” (BAUMAN, p. 18, 2003), através da internet e das mídias digitais. As informações passaram a correr mais rápido que os meios de transportes convencionais, e as fronteiras entre estar dentro de uma comunidade ou fora dela, não pode mais ser estabelecida e muito menos mantida.

A alteração no entendimento comunitário se dá, principalmente, porque surgiram as comunidades virtuais. Nesse tipo de comunidade não existe espaço geográfico, embora estejam localizadas em espaços digitais como sites e mídias digitais. Recuero (2001), faz

uma análise do conceito de comunidade virtual e discute em que medida esse conceito pode ser utilizado quando aplicado a relações entre as pessoas de maneira online.

Para Recuero (p. 7, 2001), “a comunidade virtual possui, deste modo, uma base no ciberespaço, um senso de lugar, um *locus* virtual. Este espaço pode ser abstrato, mas é "limitado", [...] São fronteiras simbólicas, não concretas.”. Levando em consideração esse contexto, para estar em uma comunidade virtual, não se faz necessário viver fisicamente juntos, apesar de existir um senso de lugar na internet. Os membros das comunidades virtuais podem mudar de acordo com seus interesses e participar de mais de uma comunidade ao mesmo tempo.

Nesse sentido, as comunidades virtuais podem atuar seguindo dois fundamentos principais, que são a comunicação livre e o valor compartilhado. De acordo com Castells (2003), algumas especificidades e valores sociais, podem ter sido transmitidos das comunidades sociais para as comunidades virtuais, na medida em que os sujeitos se relacionavam em rede. Castells (2003) ressalta que as comunidades virtuais surgiram de forma semelhante aos movimentos contraculturais⁴ e do estilo de vida alternativo da década de 1960. Porém, o alcance dessas comunidades cresceu e suas semelhanças com a contracultura enfraqueceram, elas são extremamente diversas e não seguem padrões unificados.

Entretanto, é possível identificar dois fundamentos, segundo Castells (2003), que são os valores da comunicação livre e horizontal e a formação autônoma de redes. A comunicação livre e horizontal, é atribuída devido a prática de livre arbítrio enfatizado nas mídias digitais. Por certo tempo, os veículos de comunicação como TV, rádio, jornais e revistas impressas geraram, possivelmente, um maior controle da notícia, compreendendo assim, uma comunicação restrita e unilateral, na qual, apenas um dos lados poderia noticiar. Com o surgimento da internet e das mídias digitais, esses veículos de comunicação podem ter perdido o domínio das notícias, gerando um movimento de livre expressão dos sujeitos quando estão conectados. Tornando-os assim, a própria fonte de informações, como acontece na rede social *Twitter*.

O segundo atributo é a formação autônoma das redes. A possibilidade de qualquer sujeito possuir a liberdade de procurar por algo que se identifique, e caso não encontre, a

⁴ Movimentos contraculturais, segundo Castells (2003), estão relacionados a movimentos como o desenvolvimento de comunidades virtuais para experimentos, que surgiram em São Francisco, em meados de 1970, como o projeto Homebrew Computer Club e a Community Memory.

possibilidade de criar uma comunidade virtual, gerar conteúdo, divulgar sua própria informação e criar uma rede, um exemplo disso são as comunidades de fãs. Desse modo, embora seja possível identificar diversas fontes de informações, as comunidades virtuais e as mídias digitais se caracterizam como um espaço propenso a liberdade de expressão horizontal e formações autônomas de redes sociais entre os sujeitos.

As comunidades virtuais podem ser um espaço onde as pessoas consomem e produzem juntas. Segundo Jenkins (2009), atualmente, as comunidades virtuais são definidas principalmente pela forma coletiva de compartilhamento das informações e produção mútua. Partindo dessa compreensão, as comunidades virtuais podem tornar-se meios para que os sujeitos partilhem de interesses em comum e produzam conteúdos relacionados aos seus interesses, a partir da interação gerada pela internet.

É interessante notar que para entender sobre as comunidades de fãs virtuais as formas de interações entre os sujeitos são elementos essenciais. Através das interações é possível despertar interesse, criar ou fortalecer vínculos e gerar relações de afetos. Alex Primo (2003) sugere uma tipologia para essas interações pela internet. As tipologias estão segmentadas em interação reativa e interação mútua. A interação reativa, “é marcada por um automatismo estímulo-resposta” (PRIMO, 2003, p. 10) ou seja, as reações desse tipo de interação são sempre esperadas, como salvar um documento no computador.

Para as interações reativas não importa como está sendo feito, mas sim, se é feito. Salvar um documento não causa reações, além da interação reativa do computador de salvar de fato o documento. Já a interação mútua, é definida por uma relação recíproca mediada pela internet. Primo (2003, p. 62) define a interação mútua como “aquela caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada da relação, afetando-se mutuamente.” Para Primo (2003) a interação mútua se dá através das reações.

A interação mútua é aquela em que dois sujeitos são responsáveis pela relação e cada resposta leva a uma reação diferente do outro e assim sucessivamente. Eles se afetam mutuamente, o que dá aos sujeitos que participam dessas comunidades virtuais a sensação de pertencimento. Nesse sentido, a interação mútua é contextual e contínua e pode ser alterada e evoluir através das interações contínuas dos sujeitos. Além desse intercâmbio de informações, durante uma interação mútua, as comunidades virtuais também são um ambiente de total cooperação, em que pode se desenvolver o sentimento de pertencimento e promover a preocupação com o bem-estar do grupo, de acordo com Primo, (2003).

Logo, o sujeito não é obrigado a integrar uma comunidade virtual, a escolha é seletiva com base em afinidades.

Mas diferente das comunidades virtuais, nas quais, se encontram amigos, parentes, colegas e conhecidos, há outras denominações de comunidades virtuais, como as comunidades de fãs ou *fandom*. Elas podem ser espaços virtuais, nos quais, sujeitos que compartilham de interesses em um determinado objeto podem se unir e formar uma comunidade de fãs. O diferencial está justamente na materialidade do *fandom*, pois compartilham do mesmo referencial simbólico, que são seus objetos de devoção.

2 Comportamento social e mídias digitais

Para Recuero (2001), os laços sociais são os componentes que conectam os sujeitos nas comunidades virtuais, e permite que através deles transmitam recursos materiais e sociais. Esse laço social, é, portanto, formado de interações, trocas realizadas em conversas sociais, como quando o sujeito costuma interagir frequentemente em um perfil em alguma mídia digital, e sua presença diária e interações com outros sujeitos, faz com que haja uma troca de informações, que com o tempo possam ser aprofundadas, compartilhando-se amizades (RECUERO, 2001). Nesse contexto, essas interações podem gerar um vínculo entre os sujeitos, que pode evoluir continuamente através das interações.

Como pode ser o caso de alguns movimentos de fãs na internet. Como exemplo pode ser citado o movimento *#FreeBritney*, criado pelos fãs da cantora Britney Spears. A *hashtag* foi usada pela primeira vez como nome de um episódio de um *podcast* criado pelas fãs da Britney, nesse *podcast* são discutidos ações do cotidiano da cantora entre os próprios fãs. Em 2019 depois de meses de suspeitas e teorias sobre a liberdade e direitos de Britney as fãs copilaram todo o conteúdo que possuíam sobre uma suposta internação forçada da cantora e todo o material foi transformado em um episódio nº #75 chamado *Free Britney*, do *Britney's Gram*⁵. Foi nesse episódio que a *#FreeBritney* foi utilizada pela primeira vez no *podcast* e nas mídias digitais das fãs organizadoras.

Desde então, o tema da conservadoria surgiu e foi debatido incansavelmente pelos fãs da cantora, profissionais da área judicial, celebridades e veículos de imprensa e até o início de 2022, Britney junto com seus fãs, reaveram direitos da cantora que haviam sido negligenciados. Atualmente, a conservadoria de bens está sendo administrada por um

⁵ Podcast Britney's Gram: A versão das fãs sobre a conservadoria. Disponível online em: [Britney's Gram | Ouça grátis na SoundCloud](#)

empresa. Tudo isso sendo amplamente discutido e divulgado pelos próprios fãs da cantora e pela mídia.

Figura 1: Movimento #FreeBritney protestando em audiência



Fonte: BritneyOnline (2020)

A partir de audiências realizadas em 2020, Britney recebeu o apoio dos fãs em protestos silenciosos em frente ao tribunal no qual as audiências aconteceram. Desde que o movimento #FreeBritney teve início, Britney já conseguiu reaver judicialmente alguns de seus direitos, bem como, responder publicamente por questões que sua família trouxe a público. Com isso, a história da conservadoria de Britney Spears ganhou alguns documentários, que abordam a visão dos fãs da cantora em todo o processo de liberdade para Britney. A hashtag já recebeu destaques no *Trend Topics* do *Twitter* durante audiências e durante o lançamento do documentário *Framing Britney Spears* no Brasil.

Assim, alguns perfis pessoais e profissionais podem ser uma representação do sujeito, utilizando elementos identitários e voltados para a representação de si dentro desses espaços. Todas as interações humanas com esses perfis, são realizadas partindo dessa noção de identidade, moldadas a partir do senso de com quem se interage (SMITH; KOLLOCK, 1999, p. 08). Com essa compreensão, os sujeitos agem e interagem de maneiras distintas a depender da situação ou pessoa que está interagindo.

Meyrowitz (1985) ressalta que a mídia⁶ pela qual o sujeito interage, pode afetar o comportamento social porque acontece um rearranjo diferente dos estágios sociais aos quais os sujeitos estão adaptados. Meyrowitz (1985) define os estágios aos quais os sujeitos estão adaptados, levando em consideração que os sujeitos possuem reações esperadas para determinadas situações, como as regras de comportamento implícitas em ambientes e eventos de socialização. Como exemplo, o autor cita quando situações particulares e privadas são expostas ao público alterando a dinâmica, a partir daí o

⁶ Para Meyrowitz a mídia é considerada como o sinônimo de meios de comunicação como TV, rádio, jornais e revistas. (1985, p.5).

comportamento possivelmente será adaptado e sofrerá alterações para se adequar a nova situação. Seria o que Schatzki (2002) define como componentes de arranjos sociais.

De acordo com Schatzki (2002) os componentes dos arranjos sociais estão diretamente ligados a um emaranhado de relações causais, espaciais, intencionais e preconfiguracionais e cada relação social possui um significado relevante para a ordem social, ou seja, para as ações do cotidiano. A relação causal, segundo Schatzki (2002) se divide em dois tipos. A primeira pode ser entendida como tudo que causa algo à alguma entidade⁷, afetando os sujeitos sem intensidade, como exemplo, um grito que assusta outra pessoa. O segundo tipo de causa, acontece quando algo sobre uma pessoa resulta em uma reação a outra entidade, resultando em uma reação intensa. Como exemplo, quando uma notícia sobre alguém faz uma pessoa reagir positiva ou negativamente, com sorrisos ou com lágrimas, ou seja, as relações causais são aquelas que afetam os sujeitos e possui intensidade.

Há ainda a relação espacial, na qual as entidades que compõem um arranjo social são entidades físicas, e elas compõem uma ordem espacial como perto de, vizinho a, próximo a etc., criando uma relação espacial para localizar essa entidade física. Enquanto que na relação intencional, as entidades podem se relacionar intencionalmente e de acordo com Schatzki (2002) a relação é intencional quando associada a arranjos sociais, pois, o sujeito estabelece um vínculo e direciona suas emoções, pensamentos, e demais características para, não apenas, outros seres humanos, mas também para coisas, artefatos e organismos que interagem em seu cotidiano.

A preconfiguração também se configura como uma relação social, que segundo Schatzki (2002) pode ser comparada a fenômenos mais conhecidos como relações de restrição e capacitação. A preconfiguração pode ser entendida sobre como o sujeito canaliza as atividades, restringindo ações ou capacitando-as para as atividades futuras. Os arranjos sociais não podem ser limitados as relações sociais, pois, há infinitas possibilidades de alinhamentos dessas relações, inclusive, uma série de fatores podem interagir e interferir no futuro e no resultado de um fato. Deste modo, identificar qual a causa do fato é uma interpretação do contexto em que a pessoa está inserida e cada um pode interpretar de uma forma diferente.

⁷ Segundo Schatzki (2002) entidade pode ser entendido como sujeitos, organismos, animais e objetos. É tudo aquilo que compõem um arranjo social.

Com isso, o acesso a diferentes mídias pode afetar o comportamento social do sujeito, partindo do pressuposto que as relações e comportamentos por meio de cada mídia podem ser variáveis e portanto, estimular diferentes reações. As redes sociais digitais é um exemplo, elas podem contribuir para a construção da realidade e rearranjo do comportamento social, uma vez que os usuários possuem ferramentas de interação e constroem comunidades virtuais que podem intensificar as relações de afeto, possibilitando uma maior identificação com causas e posicionamentos. Além do rearranjo social para atuação em determinadas situações, as interações sociais e compartilhamento de experiências, possibilitam novas situações e novas reações, assim como um novo comportamento resultante.

Assim como a TV, o rádio ou o jornal impresso, as redes sociais digitais permitem ruídos na comunicação entre os sujeitos, isso porque, há limitações na interpretação do que é dito nesses espaços. Como exemplo, comentários e textos mal compreendidos podem levar a desentendimentos ou reações em quem os lê, afetando-os negativamente ou positivamente. Pensando nisso, e associando a teoria das fachadas sociais de Goffman (1985), na qual o autor afirma que a reação do sujeito pode ser alterada a depender da situação, quando se pensa acerca das redes sociais digitais, a forma como o sujeito interpreta essas interações, afeta diretamente sua resposta, alterando ou intensificando o comportamento social.

Entretanto Meyrowitz (1985) ressalta que essas alterações no comportamento do sujeito também dependem de outros fatores, pois diferentes lugares permitem diferentes identidades, baseada em diferentes experiências. No digital pode não ser diferente, visto que, essas modificações no desempenho do sujeito estimulam novas situações e diferentes comportamentos (MEYROWITZ, 1985). Porém, alguns fatores podem estimular essas modificações, como as interações sociais no digital, isso pode levar vários grupos sociais para o mesmo espaço, no caso, para uma mesma rede social digital, gerando a possibilidade da formação espontânea de comunidades virtuais, com sujeitos que se relacionam e se afetam por meio de interesses em comum.

O comportamento nas mídias digitais é um assunto debatido pelo poder de influência que esses meios possuem, principalmente, as mídias digitais como *Instagram* e *Twitter*. O *Instagram* por ter ferramentas de interação como comentários e *stories* que duram 24h. O *Twitter* por se encontrar com um maior número de usuários que buscam por informações ou notícias imediatas, no qual através da ferramenta *Trend Topics*, por

exemplo, os usuários podem utilizar a *hashtag* (#) para comentar assuntos atuais e relevantes em sua rede social quando os fatos estão acontecendo.

O Twitter é um site que simula um microblog, no qual, os perfis cadastrados podem realizar postagens em até 280 caracteres. Possui diversas ferramentas de interação, sendo o @ e a *hashtag* muito utilizados pelos usuários. Através do @ é possível mencionar e responder menções aos seu *nickname* no site. Se a conta for privada apenas seus seguidores possuem a possibilidade de resposta e visualização dos seus posts, mas se a conta for aberta ao público em geral, os usuários podem interagir e responder aos seus posts, inclusive, mencionando outros usuários. No *Twitter* os *posts* são chamados de *tweet*.

Através da *hashtag* é possível acompanhar e compartilhar opiniões de maneira mais generalizada. Essa ferramenta não menciona uma conta, mas sim algum assunto do momento. Por meio da *hashtag* é plausível acompanhar os assuntos mais comentados pelos usuários da plataforma, que são listados pela ferramenta *Trend Topics*. As notícias e informações são compartilhadas de forma rápida no *Twitter*, e através do anos a plataforma vem se adaptando aos seus milhões de usuários.

Em seu surgimento em 2008, a plataforma permitia que os *tweets* fossem feitos em até 140 caracteres. Atualmente, esse número dobrou, oferecendo aos usuários um maior número de caracteres para se expressarem ou divulgarem informações que consideram convenientes. Diferente de outras mídias digitais como *Tiktok* e *Instagram*, o algoritmo do *Twitter*⁸ não seleciona quais conteúdos os usuários terão acesso no *feed*, os *tweets* são entregues a todos os seguidores, independente se ele interage ou não com o usuário.

3 Análise de dados

Com o objetivo de discutir sobre comunidade de fãs e rearranjos do comportamento digital, por meio do movimento *Free Britney* no *Twitter*, foram analisados dois perfis administrados por fãs da cantora. Os perfis foram selecionados por serem as contas com maior influência e administradores engajados no movimento, de

⁸ **Tire todas suas dúvidas sobre o que é Twitter e comece a usá-lo na sua estratégia de marketing.** Disponível em: <<https://www.mlabs.com.br/blog/twitter>>. Acesso em: 15 jul. 2022.

acordo com pesquisas informais com fãs da Britney Spears. As análises são de tuítes que mencionam a tag *#FreeBritney* a partir de 2020, que é o ano de lançamento no Brasil e no mundo do primeiro documentário que aborda sobre o movimento de fãs, intitulado *Framing Britney Spears: a vida de uma estrela*.

4 Análise do movimento *#FreeBritney* no *Twitter*

O movimento *#FreeBritney* surgiu em meados de 2019, criado pelos fãs da cantora Britney Spears, em prol da liberdade de uma tutela que estava sendo imposta a mesma desde 2008. Em 2008 os bens pessoais e carreira da cantora foram legalmente confiados a uma tutela de vida e de propriedade, administrados por seu pai Jamie Spears. Após o cancelamento de uma turnê e a ausência de Britney das mídias digitais e imprensa, seus fãs começaram a criar teorias sobre seu suposto desaparecimento e foi então, após supostas denúncias a um podcast de fãs da cantora, que teve início o movimento *#FreeBritney*⁹.

O tutor possuía o direito de fiscalizar as finanças, a carreira e a vida pessoal de Britney, incluindo sua saúde física e mental. Ele ainda possuía poder sobre as decisões da cantora em relação aos próprios filhos, ela não poderia tomar decisões sozinha¹⁰. O movimento *#FreeBritney* surge então para questionar e pressionar as autoridades e a família de Britney, convidando a todos que gostam da cantora questionarem os ocorridos nos últimos anos. Desde então, o movimento cresceu em apoiadores e celebridades como Paris Hilton e Miley Cyrus que apoiaram o movimento de fãs em suas contas no *Twitter*.

Figura 2: *Tweet* de Miley Cyrus apoiando o movimento *#FreeBritney*



Fonte: *Twitter* (2022)

⁹ O que significa o movimento “Free Britney”? Aqui está tudo o que você precisa saber. Disponível em: <<https://vogue.globo.com/atualidades/noticia/2021/06/o-que-significa-o-movimento-free-britney-aqui-esta-tudo-o-que-voce-precisa-saber.html>>. Acesso em: 17 jul. 2022.

¹⁰ CRISTINA, B. *#FreeBritney*: entenda o movimento que pede a liberdade de Britney Spears. Disponível em: <<https://revistamarieclaire.globo.com/Mulheres-do-Mundo/noticia/2021/02/freebritney-entenda-o-movimento-que-pede-liberdade-de-britney-spears.html>>. Acesso em: 19 jul. 2022.

As contas que serão analisadas são administradas por fãs da cantora Britney Spears. O primeiro perfil é do maior *fanpage* da cantora no Brasil o @BRbritneyonline. O segundo perfil é o @freebritneyLa, considerados pelos fãs como centro de organização do movimento. O Britney Online é administrado por Alan Mangabeira e Gabriel W., ambos fãs da cantora. Atualmente possuem cerca de 7.045 seguidores e estão no *twitter* desde 2020. Já o Free Britney LA não divulga quem são seus administradores, possuem cerca de 15.475 seguidores e possui conta na plataforma digital desde 2009.

Inicialmente observar-se que os fundamentos principais sobre comunidade virtuais que foram transmitidos de comunidade sociais, citados por Castells (2003), podem ser encontrados nos perfis. O primeiro é a comunicação livre, sendo o perfil @BRbritneyonline e @freebritneyLA fontes de informações para os fãs da Britney Spears, configurando assim, uma comunicação horizontal, na qual, todos que tiverem acesso aos perfis podem se comunicar, respondendo aos *tweets* e oferecendo outras informações.

O segundo fundamento é a formação autônoma na rede, como o nome já diz, essa formação se constitui sozinha. Os fãs da cantora ao se identificarem com seu universo, e não encontrando nenhuma comunidade, na qual, criassem laços sociais, decidem eles próprios criar uma comunidade, produzir conteúdo e interagir com outros fãs.

Figura 3: *Tweet* do perfil Britney Online



Fonte: Twitter (2022)

Essas interações podem ser caracterizadas como interações mútuas, na qual, os fãs se afetam mutuamente. No caso do movimento #FreeBritney, os fãs compartilham informações sobre o caso e cooperaram uns com os outros, além disso, desenvolvem o sentimento de pertencimento, uma característica desse tipo de interação. O objeto de devoção é o centro das informações, na figura 3, o perfil demonstra preocupação sobre o silêncio da Britney, porém, sente-se aliviado, pois os fãs finalmente foram considerados.

Ao serem notados por um *Streaming*, os fãs da cantora também alteram um comportamento que poderia ser considerado comum. Levando em consideração que são os fãs quem geralmente enaltecem o objeto de culto, quando um *streaming* como a *Netflix* se interessa pelos argumentos dos fãs e busca mais informações sobre o assunto, gera uma relação causal, que acontece quando algo sobre uma pessoa resulta em uma reação a outra entidade. Visto que, na maioria dos casos os veículos de mídia podem pautar os acontecimentos, observar-se um movimento contrário, no qual, os fãs podem pautar a notícia, instigando um documentário.

Desse modo, os componentes dos arranjos sociais que estão diretamente ligados as relações sociais, segundo Schatzki (2002), acabam tornando-se relações causais. Essas relações são essenciais, pois, impactam diretamente nas ações do cotidiano dos fãs e da empresa de *streaming*, causando reações positivas ou negativas nos sujeitos afetados.

Figura 4: *Tweet* do perfil *Free Britney L.A*



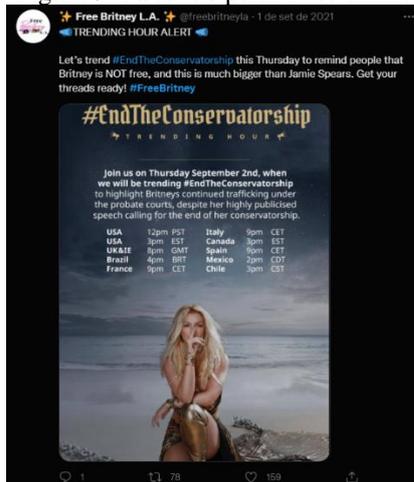
Fonte: Twitter (2022)

Na figura 4, os fãs demonstram apoio incondicional pela cantora, reafirmando o papel de fã e tendo Britney como referencial simbólico. De acordo com Primo (2003), essa materialidade do *fandom* é justamente o que os diferencia das comunidades sociais não virtuais, por possuírem um objeto de devoção em comum, a comunidade transforma-se em um movimento que defende os direitos de seu objeto, o que pode conectá-los com outros fãs ou com outros sujeitos, que mesmo não sendo fãs da cantora, posicionam-se contra ou a favor do movimento e dos acontecimentos que envolvem o nome da Britney Spears.

Partindo dessa compreensão, a maneira que ambos os perfis escolheram por divulgar e dialogar sobre o movimento *#FreeBritney* pode-se ter uma relação intencional, que Schatzki (2002) sustenta como a maneira que os fãs concentram suas ações em uma

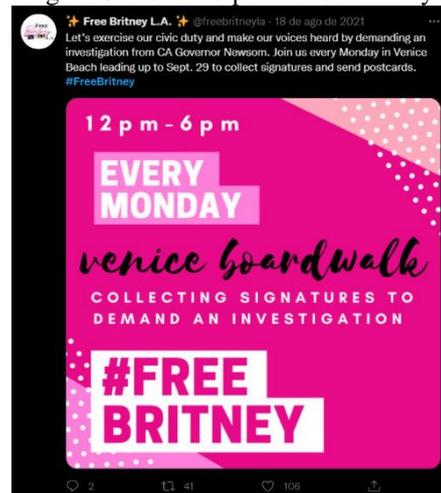
hashtag, promovendo a unidade, divulgação e compartilhamento de informações e estabelecendo um símbolo a ser elevado entre todos, para além do nome da cantora. Através desse símbolo, possivelmente, podem instituir e direcionar fatos, opiniões, últimos acontecimentos e designar emoções, pensamentos e relações de afetos entre fãs e demais públicos.

Figura 5: *Tweet* do perfil *Free BritneyL.A*



Fonte: Twitter (2021)

Figura 6: *Tweet* do perfil *Free BritneyL.A*



Fonte: Twitter (2021)

Os autores, Meyrowitz, (1985) e Schatzki (2002), relacionam a mudança no comportamento social nas mídias digitais à rearranjos sociais. Partindo dessa compreensão, as relações sociais no virtual podem acontecer de maneiras diferentes das relações sociais no presencial. Porém, isso não significa que algumas ações e interações sociais face-a-face sejam eliminadas, pelo contrário, segundo Castells (2003), essas interações podem ser repetidas nas mídias digitais.

As figuras 5 e 6 são do perfil *Free Britney L.A* e chamam atenção por serem convocações. Na figura 5 os fãs pretendem levar uma *hashtag* ao *Trend Topics* e convidam outros usuários a se juntarem a eles. Na figura 6, estão organizando uma coleção de assinaturas para solicitação de uma investigação. Em ambos os casos, seja com ações apenas para o digital ou ações que podem incluir encontros presenciais, os fãs utilizam de atividades já conhecidas pelo seu público para aumentar o engajamento e visibilidade do movimento.

Considerações finais

Por meio dos fãs da cantora Britney Spears é possível realizar estudos acerca do comportamento social dos sujeitos tanto nas redes sociais digitais, por meio de estratégias digitais que levaram o movimento ao *Trend Topics* do *Twitter*, quanto por meio da organização de ações realizadas no digital, voltadas para aumentar o engajamento do movimento no presencial, através de protestos silenciosos em frente ao tribunal.

O objetivo é discutir sobre comunidade de fãs e possíveis rearranjos do comportamento digital, por meio do movimento de fãs que utiliza a tag *#FreeBritney* no *Twitter*. Dentro da análise, constatou-se que o comportamento dos fãs podem variar de acordo com a necessidade das ações, formulando rearranjos sociais diversos, atribuindo a tag um símbolo de resistência dos fãs, em prol da defesa de Britney Spears. Considerar como e por que iniciaram o movimento e continuaram interagindo e criando estratégias para elevar a tag é essencial, pois, se não houvesse essa mobilização e persistência o movimento poderia ter sido esquecido por sujeitos que não são fãs da cantora e, conseqüentemente, não ter contribuído para a liberdade de Britney.

Por fim, a relação entre as mídias digitais e o comportamento dos sujeitos é uma área de pesquisa que ainda pode ser explorada, principalmente, quando se refere as relações de afeto que essas redes sociais digitais podem gerar nos usuários. O movimento *#FreeBritney* pode ter gerado uma nova perspectiva para a conservadoria da cantora, fazendo pressão pública nas autoridades e exigindo que os direitos da Britney Spears fossem respeitados, alterando drasticamente os acontecimentos que se sucederam, constituindo um rearranjo social por meio das ações dos fãs.

Referenciais

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: A busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2003

BROUGH, Melissa M., SHRESTHOVA, Sangita. **Fandom meets activism: Rethinking civic and political participation**. In: Transformative Works and Fan Activism, California, Transformative Works and Cultures, no. 10, 2012. Disponível em: [Fandom encontra ativismo: Repensar a participação cívica e política | Obras e Culturas Transformadoras \(transformativeworks.org\)](https://transformativeworks.org/). Acesso em: 05 de jun. 2021

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003

DONATH, Judith S. **Identity and deception in the virtual communitie**. In: Smith, Marc A.; Kollock, Peter. *Communities in Cyberspace*. London: Routledge, 1999.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1985.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Aleph, 2009

MEYROWITZ, Joshua. **No sense of Place: The impact of electronic media on social behavior**. Oxford University press, 1985

MONTEIRO, Tiago José Lemos. **Autenticidade juvenil: consumo midiático, investimento afetivo e disputa simbólica no interior de uma comunidade de fãs**. Revista Eco Pós, Rio de Janeiro, n. 8, 2005. Disponível em: [Autenticidade juvenil: consumo midiático, investimento afetivo e disputa simbólica no interior de uma comunidade de fãs. | Revista ECO-Pós \(ufrj.br\)](#) Acesso em: 11 de ago. 2021

PRIMO, A. **Interação Mediada por Computador: A comunicação e a educação a distância segundo uma perspectiva sistêmico-relacional**. Tese de Doutorado. Apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Informática na Educação em março de 2003

RECUERO, Raquel. **Comunidades virtuais: Uma abordagem teórica**. Seminário Internacional de Comunicação, Porto Alegre, n. 5, p. 7, 2001. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/recuero-raquel-comunidades-virtuais.pdf>. Acesso em: 27 mai. 2021

SCHATZKI (2002), Theodore R. **The site of the social: a philosophical account of the constitution of social life and chance**. Pennsylvania State University Press, 2002.

SMITH, M. A. KOLLOCK, P. **Communities in cyberspace**. London: Routledge, 1999.