

‘PUT YOUR PAWS UP’: CONEXÕES PARASSOCIAIS E O SENTIMENTO DE PERTENCER A UM *FANDOM*

Tyson Antonio Alves da Silva¹ e Eduardo Luis Cândido Bezerra²

^{1,2} Mestrandos em Gestão, inovação e consumo (PPGIC) – UPFE/Campus Caruaru

tyssonantonio@gmail.com, eduardo.candido@ufpe.br

Palavras-chave: Celebidades. Comunidades. Fãs. *Fandom*. Relação Parassocial.

1 INTRODUÇÃO

A adoração às celebridades é um fenômeno em constante crescimento ao redor do mundo (Yan e Yang, 2021). Demi Lovato (2018), em sua música '*Sober*', expressa uma vulnerabilidade que ressoa profundamente com seus fãs nos versos: "*And I'm sorry for the fans I lost / Who watched me fall again / I wanna be a role model, but I'm only human*". Esse reconhecimento da imperfeição humana destaca como os fãs colocam os artistas em pedestais, esperando que sejam exemplos a serem seguidos, enquanto buscam conforto e inspiração em suas trajetórias.

As relações parassociais (RPs) que se estabelecem entre os fãs e seus ídolos são moldadas por essas mensagens de aceitação e vulnerabilidade (Madison, 2024). A teoria foi introduzida pelos sociólogos Horton e Richard Wohl (1956), em um mundo onde a televisão emergia como a principal forma de entretenimento e informação, os espectadores desenvolviam uma sensação de proximidade com apresentadores de programas, celebridades, e personagens de ficção, apesar de nunca terem vivenciado um contato direto com essas figuras. As Relações Parassociais são caracterizadas pela formação de laços emocionais unilaterais que os indivíduos desenvolvem com figuras da mídia, que podem atender às necessidades psicológicas, como companheirismo e formação de identidade e comunidades (Madison, 2024).

Diante do que foi exposto, surgiu à oportunidade de estudar a produção científica internacional em relação a estudos que trazem a teoria da relação parassocial, proposta deste estudo, a qual é guiada pela seguinte questão-problema: **Como a Teoria das Relações Parassociais se aplica ao conceito de *Fandom* a partir de estudos empíricos internacionais?** Dessa maneira, esta pesquisa teve como objetivo explorar como a Teoria das Relações Parassociais se relaciona com o *Fandom*, a partir de estudos empíricos internacionais.

2 METODOLOGIA

Esta pesquisa se classifica como qualitativa e exploratório-descritiva, uma vez que se busca o entendimento do significado que indivíduos atribuem a um fenômeno (Creswell e Creswell, 2021). Para alcançar o objetivo estabelecido empregou-se o método de Revisão Sistemática da Literatura (RSL), o qual busca identificar, avaliar e sintetizar todas as evidências disponíveis sobre uma questão específica de pesquisa. Optou-se pela utilização da *Scopus*, gerenciada pela *Elsevier* a escolha dessas bases de dados se deu pelo fato de serem multidisciplinar e abranger estudos em várias áreas do conhecimento (Ferenhof e Fernandes, 2016).



Outro passo que deve ser executado ao se construir uma RSL é a determinação dos termos-chaves para filtro dos artigos. Para este estudo, empregaram-se "*Parasocial Relationship*" e "*Fandom*" e "*Fan*", os quais foram filtrados na dimensão do *article title* (título do artigo), *abstract* (resumo) e nas *Keywords* (palavras-chaves), utilizando o operador booleano "*and*" e "*or*". Em relação ao tempo, não foi definido um corte temporal com o intuito de localizar desde trabalhos mais antigos até as pesquisas mais recentes dentro da temática. Ademais, delimitou-se para que a base retornasse apenas com documentos cadastrados como "*Article*" e das áreas *Social Science, Psychology e Business, Management and Accounting*.

O procedimento de filtro adotado trouxe um resultado com 53 artigos. A etapa inicial foi de realizar a leitura dos seus respectivos resumos, tendo o intuito de retirar do rol de análise, os artigos que não tratassem diretamente da temática, levando em consideração os critérios de inclusão e exclusão. Os critérios de inclusão contemplaram: (1) Tratar da relação entre as relações parassociais e o *fandom* e (2) estudos escritos em inglês, logo nos critérios de exclusão estiveram (1) artigos que não tratassem da relação entre a teoria e o *fandom* e (2) estivessem escritos em outros idiomas. Após essa leitura inicial, constatou-se que apenas 36 dos artigos preenchiam os pré-requisitos para se enquadrar na temática investigada.

Para a realização da leitura exploratória dos artigos, definiu-se um conjunto de categorias objetivando levantar informações que atendessem aos objetivos do estudo. Essas categorias contemplaram informações metodológicas, elaboração do instrumento de coleta de dados e os principais resultados. As informações extraídas dos artigos foram tabuladas em um arquivo de Excel e serviram para auxiliar a construção da RSL deste estudo. Os achados ora encontrados com a adoção desses procedimentos metodológicos passam a ser apresentados a seguir.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Observando as características metodológicas dos estudos que contemplaram o corpus, o qual contou com pesquisas de vários países, tais como Alemanha e México (Schmid e Klimmt, 2021), Coreia do Sul, e Canadá (Donabedian, 2021), Estados Unidos (Millette, 2016; MacPherson e Kerr, 2021), China (Yan e Yang, 2021) e Bélgica (Ouvrein, 2020). Quanto à coleta de dados que os autores realizaram para construírem seus estudos notou-se o uso de questionários estruturados, distribuídos aos participantes de forma online e presencial (Schmid e Klimmt, 2021; Ulusoy *et al.*, 2022), alguns estudos utilizaram entrevistas aprofundadas para a coleta de dados (Ouvrein, 2020; MacPherson e Kerr, 2021; Yan e Yang, 2021).

Schmid e Klimmt (2021) discutem que, embora a 'arquitetura' das Relações Parassociais (RPs) seja transcultural, as percepções dos fãs sobre o personagem Harry Potter variam entre culturas, os fãs mexicanos, viam-no como mais sociável do que os alemães, refletindo uma ênfase cultural maior em características coletivistas, como a sociabilidade. De forma semelhante, Millette (2016) discute como Lydia Thompson, uma figura pública da era vitoriana, negociava sua identidade pública e privada para construir vínculos emocionais com seu público. Nesse caso, as fãs de Thompson, especialmente as mulheres, viam-na como uma 'estranha íntima', alguém com quem se identificavam profundamente, apesar da distância física e social. Barron (2016), por

outro lado, aborda a ambivalência de Neil Peart em relação às RPs. Embora seus fãs o enxergassem como uma figura íntima, Peart expressava desconforto com a fama e evitava encontros pessoais, considerando os fãs intrusivos.

De forma similar, Van den Bulck e Larsson (2019) destacam como o *Twitter* se torna um espaço tanto para a expressão emocional quanto para a disseminação de informações durante a morte de David Bowie, refletindo a relevância das relações parassociais em momentos de luto público e que o público o via como uma amigo/ente familiar. O estudo de Blady (2021) sobre a relação entre o *BTS* e seus fãs (*ARMY*) ressoa com as conclusões de Van den Bulck e Larsson ao explorar a influência emocional profunda gerada por interações parassociais. O *BTS* se destaca ao normalizar discussões sobre saúde mental, integrando temas importantes ao seu conteúdo de maneira autêntica fazendo com que seus fãs tenham empatia sobre o tema.

Em uma abordagem diferente, MacPherson e Kerr (2021) investigam as relações entre fãs e atletas nas redes sociais e como essas interações podem levar à humilhação pública quando normas são violadas. A identificação emocional dos fãs com os atletas, muitas vezes fortalecida pelas relações parassociais, torna-os propensos a reagir de forma negativa em casos de desapontamento. Esse comportamento de "quebra parassocial" se assemelha ao conceito de "*para-loveshock*" discutido por Jones, Cronin e Piacentini (2022), que descreve o choque emocional experimentado pelos fãs quando suas expectativas em relação a uma celebridade são quebradas, resultando em práticas como luto, remorso e indignação.

Mardon, Cocker e Daunt (2023) destacam que as relações parassociais com influenciadores de mídia social podem se transformar de positivas para negativas, algo subexplorado na literatura anterior. A erosão das intimidades que sustentam essas relações pode gerar comunidades de anti-fãs, alimentadas por sentimentos de descontentamento. Corroborando com essa visão, Ouvrein (2024) reforça o impacto das interações negativas, destacando que os influenciadores de mídia social frequentemente enfrentam o desafio de lidar com comentários críticos e anti-fãs. Esses comentários podem abrir feridas emocionais e desafiar a segurança psicológica dos influenciadores, mas também podem gerar crescimento pessoal e aumentar o capital social, mesmo quando essas interações são negativas.

A persona das celebridades nas redes sociais é crucial para a construção das relações parassociais com os fãs, especialmente quando as celebridades compartilham aspectos pessoais de sua vida (Zafina e Sinha, 2024). No caso de Taylor Swift, a imagem de autenticidade e vulnerabilidade gera uma conexão emocional intensa, fazendo os fãs se sentirem próximos, como se a conhecessem pessoalmente e essa interação, mesmo sem reciprocidade direta, fortalece o sentimento de pertencimento e a ligação emocional com o ídolo (Zafina e Sinha, 2024). A transparência de Swift sobre seus transtornos alimentares e sua luta pessoal com a imagem corporal inspiram os fãs a refletirem sobre suas próprias experiências e buscar ajuda (Pope e Rose, 2024).

Dentre os estudos analisados os autores sugerem ampliar o escopo das pesquisas para incluir diferentes grupos de fãs e tipos de celebridades, a fim de analisar como diferentes contextos influenciam as relações parassociais e suas implicações na saúde mental e os fatores que motivam os fãs a manter essas relações ao longo do tempo.



Além disso, seria relevante explorar se as estratégias de manutenção, como o uso de redes sociais ou o consumo contínuo de produtos da cultura pop, são adotadas de forma consistente pelos fãs e por que algumas delas são abandonadas.

4 CONCLUSÕES

Este estudo explorou como a Teoria das Relações Parassociais se relaciona com o *Fandom*, a partir de estudos empíricos internacionais nos principais periódicos ao longo dos anos. Os resultados apontam que as Relações Parassociais (RPs) possuem uma estrutura universal, mas são moldadas por fatores culturais que influenciam a forma como os fãs percebem e se relacionam com figuras midiáticas. Embora a arquitetura dessas relações seja semelhante em diferentes contextos, às normas culturais afetam a intensidade e a natureza da interação entre fãs e celebridades. Além disso, o papel ativo dos fãs, principalmente em plataformas digitais, tem intensificado a criação e manutenção dessas conexões emocionais, reforçando a sensação de proximidade com seus ídolos.

Contudo, esse envolvimento pode ser tanto positivo quanto negativo, à medida que expectativas não atendidas podem gerar frustrações, levando ao surgimento de comportamentos críticos, como o fenômeno dos anti-fãs. A gestão das RPs, portanto, se torna um desafio, especialmente no contexto das redes sociais, onde a interação constante e direta entre fãs e celebridades pode fortalecer vínculos ou provocar rupturas. Dessa forma, as RPs se revelam relações emocionais complexas, capazes de gerar tanto engajamento quanto distanciamento, dependendo da maneira como são conduzidas pelas figuras públicas e percebidas por seus seguidores. Como limitação do estudo, destaca-se que a utilização de apenas uma base de dados, sugere-se que estudos futuros realizem buscas em outras bases de dados e que combinem mais elementos na *string* de busca.

Órgão de Fomento: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

REFERÊNCIAS

BLADY, S. BTS from “NO” to “ON” and BEyond: Innovation in effective mental health messaging and modelling. **Asia Marketing Journal**, v. 22, n. 4, p. 8, 2021.

BARRON, L. Pulling down barriers: Neil Peart, autobiographical confession and negotiated rock celebrity. **Celebrity Studies**, v. 7, n. 3, p. 323-338, 2016.

CRESWELL, J. W.; CRESWELL, J. D. **Projeto de pesquisa-: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Penso Editora, 2021.

DONABEDIAN, T. “They’re Worth My Investment”: Cultivating Intimacy through Fan-lead Financial and Support Initiatives among BTS Fans. **Asia Marketing Journal**, v. 22, n. 4, p. 6, 2021.

FERENHOF, H. A.; FERNANDES, R. F. Passos para construção da Revisão Sistemática e Bibliometria. **Instituto de Gestão do Conhecimento e Inovação (IGC), versão**, v. 3, 2014.

HORTON, D.; RICHARD WOHL, R. Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. **psychiatry**, v. 19, n. 3, p. 215-229, 1956.

JONES, S.; CRONIN, J.; PIACENTINI, M. G. Celebrity brand break-up: Fan experiences of para-loveshock. **Journal of Business Research**, v. 145, p. 720-731, 2022.

LOVATO, D. **Sober**. Em *Tell Me You Love Me*. Island Records. 2018.

MADISON, T. P. Immersion: The New Frontier in Parasocial Relationships. **Korean Journal of Communication**, v. 1, n. 2, p. 166-171, 2024.

MACPHERSON, E.; KERR, G. Sport fans' perspectives of public shaming of professional athletes on social media. **Qualitative Research in Sport, Exercise and Health**, v. 13, n. 1, p. 146-165, 2021.

MARDON, R.; COCKER, H.; DAUNT, K. How social media influencers impact consumer collectives: An embeddedness perspective. **Journal of Consumer Research**, v. 50, n. 3, p. 617-644, 2023.

MILLETTE, H. G. 'Mad About the Blonde': Lydia Thompson's Transatlantic Celebrity and Fandom. **Comparative American Studies An International Journal**, v. 14, n. 1, p. 34-48, 2016.

OUVREIN, G. Followers, fans, friends, or haters? A typology of the online interactions and relationships between social media influencers and their audiences based on a social capital framework. **New Media & Society**, p. 14614448241253770, 2024.

POPE, L.; ROSE, K. L. "It's All Just F* cking Impossible:" The influence of Taylor Swift on fans' body image, disordered eating, and rejection of diet culture. **Social Science & Medicine**, v. 355, p. 117100, 2024.

SCHMID, H.; KLIMMT, C. A magically nice guy: Parasocial relationships with Harry Potter across different cultures. **International Communication Gazette**, v. 73, n. 3, p. 252-269, 2011.

VAN DEN BULCK, H.; LARSSON, A. O. 'There's a Starman waiting in the sky': Mourning David# Bowie on Twitter. **Convergence**, v. 25, n. 2, p. 307-323, 2019.

YAN, Q.; YANG, F. From parasocial to parakin: Co-creating idols on social media. **New Media & Society**, v. 23, n. 9, p. 2593-2615, 2021.

ZAFINA, N.; SINHA, A. Celebrity-fan relationship: studying Taylor Swift and Indonesian Swifties' parasocial relationships on social media. **Media Asia**, v. 51, n. 4, p. 533-547, 2024.

