
Ativismo de fãs - ontem, hoje e amanhã¹

Rebeca Cruz e Sousa²

Nealla Valentim Machado³

Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT

Resumo

O resumo a seguir deriva-se de um capítulo da monografia intitulada “Justiça por Ana”: fã-ativismo e senso de coletividade entre os swifties na The Eras Tour no Rio de Janeiro’. Por meio de uma abordagem qualitativa e interpretativa, a discussão busca analisar as pautas que engajaram politicamente as comunidades de fãs de música, de 2014 a 2024, dentro do Twitter/X. A partir dos conhecimentos de Jenkins, Green e Ford (2015); Sá (2010); e Shirky (2011) explora-se os princípios do fã-ativismo e os aspectos da participação na cultura de fãs. De Britney Spears à Linn da Quebrada, os resultados demonstram que após a observação do potencial para mudanças na sociedade, as temáticas das mobilizações passaram de causas diretamente ligadas aos ídolos para causas sociais e políticas.

Palavra-chave: fã-ativismo; mobilização; cultura pop; ativismo.

“Senta aqui comigo no sofá e vamos conversar”: introdução

Mobilizações sociais e movimentos ativistas de diversas causas ganharam novas configurações após a popularização do *Twitter* – atualmente conhecido como *X*⁴ – no Brasil. A partir do “poder” de agendamento de pautas na grande mídia, por meio da ferramenta de trending topics (Hrenechen; Gadini, 2018), o site de rede social⁵ promove a difusão rápida e ampla dos assuntos mais comentados no momento. Considerada, em 2022, a quarta maior base de usuários da plataforma no mundo, diversos tópicos no *Twitter/X*, levantados por bases de fãs, já se tornaram notícias em âmbito nacional e internacional.

Dado o contexto, é necessário destacar que este resumo se deriva de um capítulo da monografia “Justiça por Ana”: fã-ativismo e senso de coletividade entre os swifties na The Eras Tour no Rio de Janeiro. A pesquisa que teve como um dos objetivos compreender como o Swifties utilizam o Twitter/X para intencionar mudanças sociais, surgiu após a observação de intensas mobilizações coordenadas pela comunidade de fãs

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso. E-mail: rebeca.sousa@sou.ufmt.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poder (PPGCOM/UFMT) Professora do departamento de Comunicação (UFMT) e Doutora em Estudos de Cultura Contemporânea/PPGECCO, e-mail: nealla.machado@ufmt.br.

⁴ O site de rede social, lançado em 2006, teve seu nome alterado para X, após ser vendida ao empresário Elon Musk, em outubro de 2022.

⁵ O resumo utiliza o conceito de Site de Redes Sociais (Recuero, 2009) para referir-se as plataformas de interação entre redes sociais como *Instagram*, *Twitter*, *Facebook* e *Threads*.

da artista durante cinco dias seguidos. Nesse sentido o capítulo percorre, de 2017 a 2024, por mobilizações realizadas por *fandoms* de cantoras pop.

De maneira mais aprofundada, o resumo busca analisar os principais movimentos ativistas organizados por fãs de música, nos últimos dez anos (2014 a 2024) dentro do site de rede social supracitado e compreender as temáticas que fomentam essas mobilizações. Para isso, serão exploradas as movimentações organizadas por esses grupos, que foram destaque na plataforma e veiculadas como matéria por portais de notícias.

Para amparar a discussão, autores como Sá (2010), Amaral (2015) e Alves (2023) realizam a diferenciação entre as práticas de ativismo e fã-ativismo, detalhando semelhanças e divergências. Já Jenkins, Green e Ford (2015) e Shirky (2011) exemplificam como produtos de mídia podem fomentar o pensamento crítico entre as pessoas.

“Nós vamos invadir sua praia”: sobre ativismo e fã-ativismo

A ideia de que produtos de mídia dão margem para a criação de um pensamento político e social é o pontapé para o conceito de fã-ativismo: “não se trata aqui de afirmar que todo fã é ativista; ou que as intenções cívicas de um grupo de fãs e de ativistas são idênticas, mas sim de enfatizar a porosidade entre cultura e política” (Sá, 2016, p.58)

Embora o ativismo tradicional esteja geralmente associado à mobilização social com o objetivo de promover mudanças políticas, sociais ou ambientais, o fã ativismo surge como uma forma distinta de engajamento, no qual fãs se organizam em torno do objeto de admiração para defender causas relacionadas a seus ídolos ou interesses. Nesse sentido, Alves (2023) reflete que o contato constante deste grupo com a internet, aliada as ferramentas e técnicas que desempenham para promover os produtos de mídia, potencializa os movimentos políticos engajados por *fandoms*:

apesar de inicialmente esses grupos de pessoas se reunirem sem um caráter essencialmente político, quando decidem se engajar, eles já possuem ferramentas e estratégias próprias que acionadas pelo senso de pertencimento criado nos ambientes virtuais que fornecem meios para articulação e mobilização que podem tomar contornos políticos (Alves, 2023, p.23)

Seja na representação nas telas ou nas tendências da atualidade, quando sentem que seu objeto de admiração está ameaçado, fãs se organizam e se manifestam em defesa do *fandom* (Sousa, 2023). No entanto, no caso do fã-ativismo, as razões das mobilizações são mais complexas que a luta pela continuidade um casal fictício ou uma mobilização

contra o cancelamento de um seriado televisivo, nos apropriamos da definição desenvolvida por Vimieiro e Maia (2018) para dizer que o fã-ativismo é:

[...] um tipo de engajamento cívico que nasce no seio de comunidades de entusiastas, reunidas em torno de produtos midiáticos e/ou da cultura popular, como o futebol, e cujas reivindicações dialogam de alguma forma com esses universos e incluem, por exemplo, questões identitárias, de justiça social, igualdade e busca por direitos. (Vimieiro; Maia, 2017, p. 37)

Segundo Amaral (2015), as mobilizações de fã-ativismo podem ser classificadas em três categorias:

[...] (1) quando os “ídolos pedem ajuda dos fãs” para promover *single*/filme/jogo e o *fandom* colabora; (2) quando há mobilização para “campanhas sociais” onde *fandoms* disputam visibilidade e *status*. Alguns artistas fazem campanhas em que o *fandom* vencedor ganha um *chat* especial com seu ídolo.

Para isso, os fãs precisam colaborar em campanhas específicas, sendo a mais comum levar alimentos aos *shows*; (3) mobilização “contra o *bullying*”, uma “batalha de espaço/visibilidade entre fãs e antifãs/*haters*”. Fãs se mobilizam para defender seus ídolos diante daqueles que desgostam. É o caso, por exemplo, das *beliebers*, fãs de Justin Bieber, que utilizam *tags* como #EstamosContigoBieber, quando o cantor foi preso e virou piada na rede. (Amaral, 2015, p.149)

Desta forma, pode-se inferir que a primeira categoria reuni manifestações de engajamento aos produtos produzidos pelos ídolos, tais como *streamings parties* – quando fãs se reúnem para aumentar o número de *streamings* de uma música - e criação de *hashtags* para promover *turnês*. Na segunda categoria, manifestações de cunho social, mas organizadas pelo próprio ídolo. E na terceira manifestações em defesa do *fandom* e do artista.

Vistos majoritariamente apenas como produtos de entretenimento social, “para comunidades inteiras, filmes, livros e programas de televisão criam mais do que uma oportunidade de consumo; criam uma oportunidade para responder e discutir, argumentar e criar.” (Shirky, 2011, p.26). Falando especificamente da esfera da música, no Brasil, o movimento tropicalista realizava denúncias contra a ditadura militar através das letras das canções, que muitas vezes eram censuradas e os cantores exilados do país. Jenkins, Green e Ford (2015, p.359) complementam o pensamento do autor ao destacarem que produtos de mídia geram conversas que “podem fazer com que as comunidades sejam ativas ou levar à mudança social”. É com entendimento que esta pesquisa foca em analisar as práticas ativistas dos fãs de música.

“Por você eu dançaria tango no teto”: a força dos fandoms ao longo de uma década

Duas Copas do Mundo FIFA, o lançamento do pix, uma pandemia e a implosão de inteligências artificiais são alguns dos fatos históricos que separam o período de 2015 a 2025. No mundo da música não foi diferente, ascensões, quedas, lançamentos musicais, perdas de grandes artistas - Marília Mendonça, Liam Payne, Rita Lee - e outros acontecimentos marcaram este cenário do entretenimento. Desse modo, apresentamos as manifestações virtuais organizadas por comunidades de fãs, dentro do Twitter/X, que obtiveram destaque pelos sites de notícias nacionais.

Iniciando por 2014, a campanha #AnittaNaBatida foi um dos primeiros grandes marcos da carreira da cantora. Com o objetivo de impulsionar o lançamento do novo clipe, Anitta desafiou seus fãs a atingirem 500 menções da hashtag nos sites de rede sociais e assim que batessem a meta publicaria o vídeo no *YouTube*. A mobilização foi um sucesso e em 12 horas a meta foi alcançada⁶.

Seguindo para o ano de 2015, o anúncio da saída do Zayn Malik do One Direction pegou de surpresa a legião de fãs espalhados pelo mundo. Assolados pelo que parecia ser o início do desmantelamento do grupo, as hashtags #PleaseZaynBackForUs e #ByeZayn chegaram ao topo dos TT's no Brasil. Entre as reações mais exasperadas, alguns fãs levantaram a hashtag #cutforzayn e postaram fotos com os braços cortados como uma forma de fazer o cantor retornar a banda⁷.

No ano de 2016, a disputa pelo prêmio de maior fã-clube, no *European Music Awards* (EMA) levou fãs de Justin Bieber e Lady Gaga a um embate no *Twitter/X*. Determinados a fazerem seus ídolos levarem o prêmio para casa, as hastags # entraram para os *trending topics* mundiais⁸. Ao final, as *beliebers* ganharam a disputa.

De 2017 a 2021, fãs da cantora Britney Spears se mobilizaram pelo fim do controle de Jamie Spears, pai da artista, na tutela da artista, que foi considerada incapaz de gerenciar sua vida e finanças após a segunda internação em clínica psiquiátrica em 2008. A partir da hashtag #FreeBritney fãs buscavam chamar atenção para o bem-estar da cantora, com boatos que alegavam que Britney sofria abusos psicológicos e cárcere privado, as acusações ganharam força com o lançamento de documentários que

⁶ Disponível em <<https://www.aredacao.com.br/cultura/46515/apos-mobilizacao-de-fas-nas-redes-sociais-anitta-lanca-clipe-de-na-batida>>. Acesso em 22 jun. 2025.

⁷ Disponível em <<https://extra.globo.com/tv-e-lazer/musica/fas-lamentam-saida-de-zayn-malik-da-one-direction-15696166.html>>. Acesso em 21 jun. 2025.

⁸ Disponível em <<https://www.metropoles.com/entretenimento/musica/fas-de-justin-bieber-e-lady-gaga-brigam-no-twitter-por-titulo-do-ema>>. Acesso em 22 jun. 2025

comprovavam parte dos fatos. Em setembro de 2021, a pressão realizada pelos fãs contribuiu para o resultado do julgamento do caso a favor da suspensão da tutela⁹.

Outros casos de ativismo de fãs foram registrados ao longo dos anos no Brasil e no mundo. Em 2022, fãs da cantora Linn da Quebrada se uniram para defender a artista diante de uma situação de transfobia que sofreu dentro do reality show Big Brother Brasil, a tag LINN MERECE RESPEITO obteve mais de 77 mil tweets¹⁰. No dia seguinte, o impacto da ação levou o apresentador Tadeu Schmidt a conversar com os participantes do programa o tema.

Também em 2022, o movimento ‘FCS pela Democracia’ teve o fandom da Anitta (anitters) como um dos maiores apoiadores¹¹. A mobilização tinha como objetivo engajar a campanha do candidato Luis Inácio Lula da Silva, do Partido dos Trabalhadores (PT), nas eleições para a presidente e incentivar a presença dos jovens na política. No ‘Lula Day’, campanha realizada 10 dias antes, os anitters fizeram com que o perfil do candidato superasse a marca de 4 milhões de seguidores. Durante a live Brasil da Esperança, ocorrida no dia 26 de setembro, uma semana antes do primeiro turno, a influenciadora digital Leila Germano agradeceu o apoio do fandom: “agradecer todos os anitters, todos os *fandoms*. *Fandoms* vocês são sindicatos também, vocês alcançam muita gente” (Germano, 2022, 3h 08min 16s).

A união entre os fãs clubes de música se repetiu por diferentes causas em 2023 e 2024. No primeiro ano, em apoio a PL 2630, conhecida como Lei das Fakes News¹², perfis de fãs-clubes de artistas nacionais e internacionais (Jullitte, Anitta, Lady Gaga, Taylor Swift) participaram da campanha ‘2630 CONTRA A FAKE’¹³. O combate a disseminação de ódio e notícias falsas contra seus ídolos era a força motriz do engajamento desses grupos no movimento.

Já em 2024, o projeto de lei que dificultava o acesso ao aborto legal de gestações acima de 22 semanas mobilizou diversos *fandoms* de divas do pop. Impulsionados pela deputada federal Érika Hilton (PSOL/SP), fãs de Beyoncé, Rihanna, Olívia Rodrigo e de

⁹ Disponível em <<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/09/30/britney-finalmente-free-a-reacao-dos-fas-da-cantora-quando-suspensao-da-tutela-foi-anunciada.ghtml>>. Acesso em 22 jun. 2025

¹⁰ Disponível em <<https://gente.ig.com.br/colunas/musicjournal/2022-01-24/bbb2--hashtag-em-apoio-a-linn-da-quebrada-e-o-assunto-mais-comentado-no-twitter.html>>. Acesso em 22 de junho de 2025.

¹¹ Disponível em <<https://midianinja.org/fas-de-anitta-mobilizam-nova-acao-nas-redes-em-apoio-a-lula/>>. Acesso em 22 jun. 2025.

¹² Atualmente arquivado na Câmara dos Deputados, o PL 2630/20 visa promover a regulação das plataformas digitais no Brasil. Entre pontos defendidos no texto do PL encontra-se: o combate a disseminação de notícias falsas na internet, a proteção de dados pessoais dos usuários e fiscalização das atividades das plataformas digitais. Disponível em <<https://www.intercept.com.br/2024/04/10/arthur-lira-matou-o-pl-das-fake-news/>>. Acesso em 22 jun. 2025.

¹³ Disponível em <<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/05/15/de-juliette-a-anitta-fas-clubes-se-unem-no-twitter-em-apoio-ao-pl-2-630>>. Acesso em 22 jun. 2024.

outras cantoras se manifestaram contra a proposta a partir da hashtag #CriançaNãoéMãe. Ainda por meio de um site, o público era convidado a enviar e-mail padrão com argumentos contra sobre o assunto a deputados federais¹⁴.

Também em 2024, sendo um dos últimos movimentos de ativismo de fã observados dentro do Twitter/X antes do bloqueio da plataforma no país¹⁵, o FANDOMS PELA AMAZÔNIA¹⁶ atingiu os TT's no dia 26 de agosto. A campanha que teve como objetivo cobrar das autoridades ações mais eficientes de combate ao fogo no bioma e dar visibilidade à situação crítica da região¹⁷. Neste movimento em específico nota-se uma forte presença do fandom de Taylor Swift, uma vez que a logo da campanha é formada por pulseirinhas de miçangas, símbolo que representa o poder da amizade entre os integrantes do grupo. Outros fandoms de artistas do pop como Ariana Grande (arianators), Lana Del Rey (Lanafãs), Ludmilla (Ludmillers) e do grupo masculino de K-pop, BTS (ARMYS) também se destacaram na divulgação do movimento.

“No mais, estou indo embora”: considerações finais

Este resumo, teve como intuito explorar quais são as causas que fomentam ações de fã-ativismo no Brasil. A partir desta análise pode-se inferir, primeiramente, que o ativismo de fã influencia o público jovem a uma participação mais ativa, pelo menos online, na sociedade. Esta mobilização por causas humanitárias amplia o sentimento de coletividade, apoio mútuo e identificação entre alguns membros do fandom. Entretanto, deve-se destacar também que “o ativismo de fã não é intrinsecamente bom ou ruim; ele depende dos objetivos e das motivações que impulsionam essa mobilização” (Sousa, 2024).

Além disso, evidencia-se especialmente uma mudança nas temáticas que fomentam as mobilizações. Em um primeiro momento, de 2014 a 2021, os movimentos de fã-ativismo citados tinham como foco e objetivo defender pautas relacionadas com seus ídolos, mobilizações diretamente ligadas as classificações apresentadas por Amaral (2015). Todavia, com o passar dos anos, fãs perceberam que a união do grupo poderia

¹⁴ Disponível em <<https://www.poder360.com.br/midia/fa-clubes-de-divas-pop-fazem-acao-para-barrar-pl-contra-aborto/>>. Acesso em 22 jun. 2005

¹⁵ Devido a divergências de Elon Musk em relação as políticas de regulamentação para o funcionamento de sites de redes sociais no Brasil, o Twitter/X ficou fora do ar nos país de 31 de agosto a 8 de outubro de 2024. Disponível em <<https://g1.globo.com/politica/blog/gerson-camarotti/post/2024/10/08/moraes-autoriza-x-a-voltar-a-operar-no-brasil-apos-rede-cumprir-exigencias-legais.ghtml>>. Acesso em 21 jun. 2025.

¹⁶ O movimento ativista também criou o site próprio para difundir ações que podem ajudar na prevenção de incêndios e preservação da Amazônia. Disponível em <<https://fandomspelaamazonia.org/>>. Acesso em 21 jun. 2025.

¹⁷ Disponível em <<https://www.riosenoticias.com.br/com-maior-numero-de-queimadas-em-19-anos-fandoms-criam-ca/>>. Acesso em 21 jun

fomentar mudanças e se aproximaram das mobilizações do ativismo tradicional, como a luta pelas causas ambientais, a luta pela legalização do aborto no Brasil e discussões sobre os projetos de leis em tramitação.

Apesar da intenção de provocar mudanças nas bases da sociedade, do alto nível de engajamento nos sites de redes sociais e do potencial de despertar o jovem para a participação política ativa, é necessário lembrar que essas ações não transpõem em soluções de forma instantânea e que a verdadeira transformação depende do apoio de todo o corpo social.

Neste sentido, os resultados sugerem o surgimento de um novo panorama na cultura de fãs: a independência política dos *fandoms* e desprendimento dos fãs do posicionamento político e social de seus ídolos. As comunidades de fãs, que antes exigiam posicionamento político do ídolo (Martino, 2022), agora tomam as rédeas e definem por si sós as atitudes a serem tomadas sobre determinados assuntos. Sendo assim, talvez não seja exagero dizer, que a sociedade está cada dia mais próxima de presenciar uma revolução liderada por *fandoms*.

Referências

ALVES, Fillipe. FÃ-ATIVISMO E O ENGAJAMENTO DOS FANDOMS EM EVENTOS DE PROTESTOS. *Cadernos Cajuína*, [S. l.], v. 8, n. 3, p. e238308, 2023. DOI: 10.52641/cadcajv8i3.105. Disponível em:

<https://v3.cadernoscajuina.pro.br/index.php/revista/article/view/105>. Acesso em: 21 jun. 2025.

AMARAL, Adriana; SOUZA, Rosana Vieira; MONTEIRO, Camila. “De westeros no #vempraruá à shippagemdo beijo gay na TV brasileira”. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital. *Galáxia (São Paulo)*, [S.L.], n. 29, p. 141-154, jun. 2015.

FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542015120250>. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/gal/a/mjWCgwg4ftqccdpjdPy9HZy/?lang=pt>. Acesso em: 21 jun. 2025.

HRENECHEN, Vanessa Cristina de Abreu Torres; GADINI, Sérgio Luiz. O papel do Twitter no agendamento jornalístico em mídia regional no Paraná. *Novos Olhares*, São Paulo, Brasil, v. 7, n. 2, p. 64–77, 2018. Disponível em:

<https://revistas.usp.br/novosolhares/article/view/149140/149033>. Acesso em: 21 jun. 2025.

INSTITUTO LULA. Super Live Brasil da Esperança com Lula. YouTube, 26 set. 2022.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gzMDxecwtek>. Acesso em: 20 jun. 2025.

Duração: 5h06min. Fala de Leila Germano a partir de 3h08min16s.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. *Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2015.

MARTINO, Luís Mauro Sá. De quem você é fã? Entrevistadores: Daniel Vila Nova; Manuela Stelzer. *Gama Revista*, 10 abr. 2022. Disponível em: <https://gamarevista.uol.com.br/semana/de-quem-voce-e-fa/luis-mauro-sa-martino-pesquisador-que-estuda-a-cultura-de-fas-fala-sobre-fandon/>. Acesso em 21 jun. 2025.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SÁ, Simone Pereira de. Somos Todos Fãs e Haters?: cultura pop, afetos e performance de gosto nos sites de rede social. *Eco Pós*, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, p. 50-67, 23 dez. 2016. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/5421. Acesso em 20 jun. 2025.

SOUSA, Rebeca Cruz e. Ficção e atualidade: a cultura de fãs em "garota de fora". In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 46., 2023, Cuiabá. Anais [...] . Belo Horizonte: Intercom, 2023. p. 1-15. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0816202315190864dd131c59b3c.pdf. Acesso em 20 jun. 2025.

SOUSA, Rebeca Cruz e. “Justiça por Ana”: fã-ativismo e senso de coletividade entre os swifties na The Eras Tour no Rio de Janeiro. 2025. 87 f. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, 2024.

SHIRKY, Clay. A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Tradução Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

VIMIEIRO, A. C.; MAIA, R. C. M. Campanhas cívicas e protestos de torcedores: em análise, a politização do futebol. *Esferas*, v. 1, n. 10, 7 abr. 2018.