

## Motivações Do *Fandom* De Teatro Musical Para o Consumo de *Bootlegs*<sup>1</sup>

Caroline MORTARI<sup>2</sup>

Roberta Knapik BRUM<sup>3</sup>

Universidade Comunitária da Região de Chapecó - UNOCHAPECÓ, SC

### RESUMO

A presente pesquisa aborda os *bootlegs*, uma forma de se consumir teatro musical sem estar no teatro. Enquanto questão-problema tem-se a seguinte problemática: Como se dá o consumo de *bootlegs* dentro da comunidade brasileira? Visa enquanto objetivo geral analisar o consumo de *bootlegs* dentro do *fandom* de teatro musical brasileiro. A coleta de dados foi feita a partir de uma pesquisa quantitativa no *Facebook*. Os conceitos utilizados foram “teatro”, “teatro musical”, “*bootlegs*”, “Indústria Cultural”, “fãs e cultura participativa”, “formação de nicho”, “tribos urbanas” e “globalização com a internet” a pesquisa contribuiu para delimitação de características de um nicho dentro do *fandom*.

**PALAVRAS-CHAVE:** *bootlegs*; consumo; estudo; *fandom*; teatro musical.

O presente trabalho é um recorte do resultado da pesquisa realizada para um Trabalho de Conclusão de Curso em Publicidade e Propaganda, que teve como objetivo geral analisar o consumo de *bootlegs* dentro do *fandom* de teatro musical brasileiro e como objetivos específicos teve: a) investigar as percepções de uma comunidade que compartilha *bootlegs* b) identificar as características da comunidade brasileira de *bootlegs*. Buscou-se identificar as características e motivações do *fandom* através de uma pesquisa quantitativa. Cujo objetivo é quantificar algum aspecto do comportamento humano, buscando reduzir incertezas e ambiguidades (MARTINO, 2018 p. 95). A coleta de dados foi realizada com membros do grupo “Broadway Meme Fórum” no *Facebook*, onde havia oito perguntas relacionadas ao perfil e consumo da comunidade, que foram disponibilizadas através do *Google Forms*. O questionário ficou disponível entre 24 de agosto e 04 de outubro de 2022 (39 dias), recebendo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ 02 – Publicidade e Propaganda do 22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de junho de 2023.

<sup>2</sup> Egressa do Curso de Publicidade e Propaganda da Unochapecó, e-mail: carolinemortari@unochaeco.edu.br.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da Unochapecó, e-mail: betabrum@unochapeco.edu.br

95 respostas. A pesquisa se baseou no fato de o campo do teatro musical ser afastado da população brasileira. Segundo dados de 2014 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), no Brasil, apenas 23,4% dos municípios possuem salas de teatro ou espetáculos e no que se refere a pontos de acesso à cultura, o país atinge apenas 3.422 espaços (SEPÚLVEDA, 2018). Ou seja, o teatro não é acessível a todos. Mas, existem fãs que buscam por métodos alternativos para conseguirem assistir aos musicais, como é o caso dos *bootlegs*. Os *bootlegs* são gravações feitas por fãs, que são disponibilizadas através da internet para outros fãs. Dentre os meios de compartilhamento, podemos dar destaque aos grupos fechados no *Facebook*, as publicações no *Youtube* com *links* privados, ou até mesmo com outros nomes, para tentar dificultar que sejam removidos. Para explicar os *bootlegs*, podemos utilizar o conceito de reprodutibilidade pensado por Walter Benjamin, segundo o qual a reprodução faz com que o produto perca sua aura, autenticidade, unicidade e tradição. Mas, pode-se interpretar que isto torna a obra de arte mais acessível, o que se configura algo positivo. Tendo em vista o que foi percorrido e os olhares do *fandom* brasileiro em relação aos *bootlegs*, esta pesquisa baseia-se na questão problema: **Como se dá o consumo de *bootlegs* dentro da comunidade brasileira?** Justifica-se pelos altos custos para se consumir teatro musical no Brasil e pela falta de pesquisas acadêmicas sobre o tema, sobretudo no Brasil, uma vez que as pesquisas existentes em sua maioria são em língua estrangeira, o que dificulta a leitura para não fluentes. Para exemplificar, em musicais como “A Pequena Sereia”, em cartaz no Teatro Santander, os ingressos para um sábado custam entre R\$37,50 - na frisa balcão B até R\$300,00 - na platéia VIP PS<sup>4</sup>. **Fundamentação Teórica:** A pesquisa baseou-se e teve seus dados analisados a partir dos conceitos de “teatro”, pensado a partir de Mengelberg de Paula e Thalita dos Santos; “*bootleg*”; “Indústria Cultural”, cunhado e desenvolvido inicialmente por Theodor Adorno e Max Horkheimer; “reprodutibilidade técnica”, a partir de Walter Benjamin; “fãs” e “cultura participativa”, a partir de Henry Jenkins e Luís Mauro de Sá Martino; “nicho”, pensado a partir de Chris Anderson; “tribos urbanas”, sob as lentes de Michel Maffesoli; “globalização com a Internet”, pensada a partir de Manuel Castells. **Coleta de dados:** A pesquisa quantitativa mostrou dados sobre o *fandom* que consome os *bootlegs*: dentre eles destacam-se na faixa etária pessoas de 21 a 30 anos. 80% delas residem no Sudeste e 36,8% estão cursando ensino superior; 61,1% dos respondentes afirmam consumir *bootlegs*

---

<sup>4</sup> Informações sobre precificação retiradas da aba de vendas do Sympla para o musical “A Pequena Sereia” no ano de 2022, durante o período da realização da pesquisa. Disponível em: [https://bileto.sympla.com.br/event/73199/d/137921?gclid=Cj0KCCQjw39uYBhCLARIsAD\\_SzMQuo8fAOgZcTWiFXtNQBHasuoF1b93T-TyF2vpyFQZCMN5j4WL6sQaAhQTEALw\\_wcB](https://bileto.sympla.com.br/event/73199/d/137921?gclid=Cj0KCCQjw39uYBhCLARIsAD_SzMQuo8fAOgZcTWiFXtNQBHasuoF1b93T-TyF2vpyFQZCMN5j4WL6sQaAhQTEALw_wcB) Acesso em 06 set. 2022.

há 5 anos ou mais e também dizem consumir “quase sempre” e “poucas vezes”, já que as duas alternativas empataram com 23,2%. Os musicais mais citados como motivos dos fãs começarem a buscar por *bootlegs* foram, em ordem: *Wicked* (29), *Fantasma da Ópera* (9), *Hamilton* (8), *O Despertar da primavera* (7) e *Heathers* (5). Para entender se os *bootlegs* são benéficos ao teatro musical ou não, utilizou-se da Escala Likert, sendo 0 para não benéficos e 5 para benéficos. O que pode-se inferir é que a maior parte da comunidade considera os *bootlegs* benéficos, pois a maior parte dos fãs ficou entre 5 (47,4%) e 4 (37,9%). A última pergunta do formulário foi sobre as motivações para consumir *bootlegs*, sendo possível que os participantes marcassem mais que uma alternativa e adicionassem motivações além das citadas, que eram: a) *Morar longe de onde os musicais estão em cartaz*; b) *Questões financeiras*; c) *Ser fã de teatro musical*; d) *Para assistir peças que não estão mais em cartaz*. Assim, para além das motivação pré-definidas, os fãs apresentaram justificativas como, a utilização dos *bootlegs* para estudo, ver produções internacionais, apresentar aos amigos. Também levantou-se o ponto de que, com *bootlegs*, conseguimos ver mais que somente um elenco, possibilitando ver diferentes atores/atrizes em papéis de destaque e não somente os protagonistas. **Contribuições da pesquisa:** A partir dos resultados, pode-se afirmar que, apesar dos *bootlegs* terem sua legalidade contestada, eles não somente ajudam na divulgação e popularização do teatro musical, como também proporcionam aos fãs a oportunidade de construir laços, assistir, comentar e debater sobre musicais. Mostrou-se também que os *bootlegs* são um recurso para quem quer assistir peças que não estão mais em cartaz, seja para relembrar a experiência que teve em um teatro, pois para eles este ato “aquece o coração” entrando em um campo de memória afetiva, onde ao assistir o determinado musical novamente desencadeia lembranças dos momentos passados, assistir produções internacionais, apresentar a um amigo e ver se um musical é bom para posteriormente assisti-lo no teatro. Alguns fãs relatam utilizar os *bootlegs* como forma de estudo, um deles falou sobre utilizá-los para estudar sotaques e para entender a letra por trás da música, outro disse utilizar como recurso acadêmico, já que é compositor e o fato de não ter gravações profissionais de musicais importantes o leva a buscar pelos *bootlegs*, algo inesperado e rico ao mesmo tempo. Para Vieira (2017, p.5) Benjamin acreditava que a reprodutibilidade proporcionaria à população às obras de arte, nesse sentido, a reprodução foi compreendida como processo que possibilitaria a democratização do saber artístico. Porém, com essa reprodutibilidade, para Benjamin (2018, p.44) a obra de arte perde a sua autenticidade. Que é o que ocorre com os *bootlegs*. A peça está lá no teatro e deve ser vista lá sim, pois a produção,

os atores e todas as pessoas envolvidas precisam disso, mas o ponto é que, nem sempre quem quer estar lá consegue, e barrar esta pessoa de consumir cultura por esse fato não deve ser o mais adequado. Com as gravações é possível perceber detalhes que ao vivo poderiam ser dificultados, tanto pelo local que o público estiver sentado e por serem diversas pessoas no palco, onde é difícil prestar atenção em todas e em uma gravação se tem a possibilidade de assisti-la novamente quantas vezes forem necessárias para se ter mais detalhes. **Conclusão:** É importante ressaltar que a pesquisa em nenhum momento teve como foco a comparação ou mesmo equiparação entre as experiências de assistir um *bootleg* ou de assistir as peças em um teatro. O foco foi entender o consumo dos *bootlegs* e o que leva um fã à busca por eles, entendendo o lugar que cada uma ocupa e as diferentes experiências que elas podem causar: são duas maneiras distintas de consumir teatro. Os *bootlegs*, seguem sendo a única forma de muitos fãs terem acesso ao teatro musical, pois os ingressos são caros e para muitos é longe. Por mais que seja possível viajar e assistir, será possível assistir os musicais que estão em cartaz no momento, não o que já se passou e nem o que está por vir, e entende-se porque um ingresso para o teatro é caro: tem os atores, direção, camareiras, técnicos de som, luz, uma infinidade de pessoas que dependem da venda para conseguir continuar trabalhando. Mas a pesquisa demonstra que o *bootleg* não veio para tirar o público do teatro, ele veio para dar a oportunidade de mais pessoas conseguirem assistir, mesmo que de outra forma, inclusive fortalecendo um pré-existente desejo de assistir à peça ao vivo. O *bootleg* mantém o musical vivo, mesmo após o fim da sua temporada em cartaz, a gravação permanece, possibilitando que novas pessoas também consigam assisti-lo. Para musicais menores, os *bootlegs* podem trazer mais visibilidade para ele, fazendo com que mais pessoas assistam e conheçam a história.

## REFERÊNCIAS

ANDERSON, C. Cultura de Nicho. In: ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Campus, 1961. Cap. 11. p. 176-190.

BENJAMIN, W. 1892-1940 A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica / Walter Benjamin; organização e apresentação Márcio Seligmann-Silva; tradução Gabriel Valladão Silva. – 1. ed. – Porto Alegre, RS: L&PM, 2015.

HEYLIN, C. **Bootleg! The Rise And Fall Of The Secret Recording Industry**. Londres: Omnibus Press, 2010. Disponível em:  
<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=h905B3S78ocC&oi=fnd&pg=PT5&dq=bootleg+clinton&ots=bKsWT81n7K&sig=35MB2dpEcho4N-7qWHKIoNz7x3U#v=onepage&q&f=false>.  
Acesso em: 27 ago. 2022.

JENKINS, H. Capítulo 3: em busca do unicórnio de origami: matrix e a narrativa transmídia. In: JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2015. p. 476.

MAFFESOLI, M. Da Proxemia. In: MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987. Cap. 5. p. 169-208.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Parte III - Os tipos de pesquisa. In: MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de pesquisa em comunicação: projetos, ideias, práticas**. Digital. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2018. Cap. 3. p. 90-95.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Cultura: as formas das mídias digitais: da audiência ativa à audiência produtiva: a cultura dos fãs e fandom. In: MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2014. Cap. 5. p. 157-162.

MELOTTI, Alann A. **O bootleg e os direitos autorais no Brasil**. Revista Jus Navigandi, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 18, n. 3509, 8 fev. 2013. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/23675>. Acesso em: 27 ago. 2022.

PAULA, Renata M. de. **Teatro e público: a comunicação como aliada do consumo de cultura**. 2017. 81 f. TCC (Graduação) - Curso de Publicidade e Propaganda., Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná., Curitiba, 2017.

RUBIM, M. Teatro Musical Contemporâneo no Brasil: sonho, realidade e formação profissional. **Revista Poiésis**, v. 11, n. 16, p. 40-51, 31 dez. 2010.

SEPÚLVEDA, L. **Sem apoio, teatro se afasta cada vez mais dos brasileiros**. 2018. Brasil de Fatos. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2018/06/15/sem-apoio-teatro-se-afasta-cada-vez-mais-dos-brasileiros>. Acesso em: 16 jun. 2022.

VENEZIANO, N. É brasileiro, já passou de americano. **Revista Poiésis**, v. 11, n. 16, p. 52-61, 31 dez. 2010.

VIEIRA, Demóstenes D. WALTER BENJAMIN, A OBRA DE ARTE E O DECLÍNIO DA AURA. **Revista Ciência e Conhecimento**, Rio Grande do Norte, v. 11, n. 1, p. 93-100, 10 dez. 2017. ISSN: 2177-3483. Disponível em: <https://docente.ifrn.edu.br/demostenesvieira/publicacoes/walter-benjamin-a-obra-de-arte-e-o-declinio-da-aura.-in-revista-ciencia-e-conhecimento>. Acesso em: 21 nov. 2022.