

Tiago José Lemos Monteiro

**DA PATOLOGIA À CELEBRAÇÃO: representações de gênero e o discurso dos fãs no filme
“Quase famosos”**

Trabalho de conclusão de curso submetido ao corpo docente da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação radialismo.

Orientador: João Freire Filho

Rio de Janeiro
2004

Monteiro, Tiago José Lemos.

Da patologia à celebração: representações de gênero e o discurso dos fãs no filme “Quase famosos” / Tiago José Lemos Monteiro. Rio de Janeiro, 2004.

103 f.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2004.

Inclui vídeo “Quase famosos”

Orientador: João Freire Filho

1. Estudos Culturais. 2. Fãs. 3. Cultura da Mídia. I. Freire Filho, João (Orient.). II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação. III. Título.

Tiago José Lemos Monteiro

**DA PATOLOGIA À CELEBRAÇÃO: representações de gênero e o discurso dos fãs no filme
“Quase famosos”**

Trabalho de conclusão de curso submetido ao corpo docente da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação radialismo.

Rio de Janeiro, 13 de dezembro de 2004.

Prof. Dr. João Freire Filho, Doutor em Literatura Brasileira pela PUC-RJ, ECO/UFRJ

Prof. Dr. Eduardo Granja Coutinho, ECO/UFRJ

Prof. Dr. Micael Herschmann, ECO/UFRJ

Prof. Dra. Fátima Sobral Fernandes, D. Sc., ECO/UFRJ

**Este trabalho é dedicado a José Sobral e Maria
Amelia. Por compartilharem da minha obsessão.
Pela tolerância ao ruído quase constante. Pela
vida. Por tudo.**

And for those about to rock: we salute you.

AGRADECIMENTOS

Ao professor João Freire Filho, pelo apoio incondicional e efetiva orientação ao longo desta jornada de seis meses.

A Sergio Duran e Thaís Ravicz, pela paciência. As primeiras lembranças da nossa amizade estão diretamente relacionadas ao tema deste trabalho.

À Ana Julia, pela idéia.

*My my, hey hey
Rock and roll is here to stay
It's better to burn out
Than to fade away
My my, hey hey.*

*Out of the blue and into the black
They give you this, but you pay for that
And once you're gone, you can't come back
When you're out of the blue and into the black.*

*The king is gone but he's not forgotten
This is the story of a Johnny Rotten
It's better to burn out than it is to rust
The king is gone but he's not forgotten.*

*Hey hey, my my
Rock and roll can never die
There's more to the picture
Than meets the eye.
Hey hey, my my.*

My my hey hey (Out of the blue)

Letra e música: Neil Young & Jeff Blackburn. Do
álbum *Rust never sleeps*, Reprise Records, 1978.

RESUMO

MONTEIRO, Tiago José Lemos. **Da patologia à celebração**: representações de gênero e o discurso dos fãs no filme “Quase famosos”. Rio de Janeiro, 2004. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004

Estudo sobre as representações dos fãs dos sexos masculino e feminino no filme “Quase famosos”. A partir de duas representações estereotipadas da figura do fã – a massa de garotas histéricas e sexualmente promíscuas ou o misantropo obsessivo de tendências homicidas – esta análise investiga de que forma o filme pretende ir além do clichê ao incorporar, no discurso de seus personagens, algumas das contradições envolvidas na prática dos fãs de rock. Esta concepção patológica do fã é entendida no contexto de uma postura crítica frente aos efeitos desagregadores da Era Moderna, que fragmentou a idéia de comunidade no sentido tradicional e produziu uma sociedade tecnologicamente avançada, porém carente de valores morais. Decorrem deste posicionamento tanto a imagem da *groupie* quanto a do fã solitário, nas quais estará fundamentada a análise do filme de Cameron Crowe. Neste projeto, rejeita-se qualquer explicação essencialista ou reducionista do fenômeno da idolatria, em nome de uma abordagem alinhada com as propostas dos Estudos Culturais britânicos. Sob essa perspectiva, a relação fã-ídolo é pensada como um elemento fundamental na dinâmica dos processos identitários contemporâneos, cada vez mais influenciados pelas imagens e símbolos provenientes da Cultura da Mídia, e mediante os quais os indivíduos buscam rearticular um sentido de pertencimento à determinada comunidade.

ESTUDOS CULTURAIS, FÃS, CULTURA DA MÍDIA

ABSTRACT

MONTEIRO, Tiago José Lemos. **Da patologia à celebração**: representações de gênero e o discurso dos fãs no filme “Quase famosos”. Rio de Janeiro, 2004. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Social) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004

The study of gender representations of fandom in Cameron Crowe’s *Almost famous*. Beginning from two stereotypes of fandom – the hysterical crowd and the obsessed loner – this study investigates how the film characters go beyond the stereotype and incorporate some of the contradictions of being a rock fan. Fandom as pathology is a consequence of some critical assumptions about the effects of Modern Age. Modernity shattered the idea of community and came up with a society materially advanced but spiritually threatened. Hence, the analysis of *Almost famous* is based on these two images usually associated with fandom: the *groupie* and the lonely fan. This study rejects any superficial or simple-minded explanation of fandom. According to British Cultural Studies, fandom must be seen as a meaningful practice in the way people shape their identities today, in face of the growing influence of images and symbols from Media Culture: against the shattered background of Modernity, people try to restore a sense of community and the feel of belonging.

CULTURAL STUDIES, FANDOM, MEDIA CULTURE

SUMÁRIO

1.	“DA PATOLOGIA...”: UMA INTRODUÇÃO	11
1.1	Contexto do tema: o fã como um “outro patológico”	11
1.2	Delimitação do tema: “Quase famosos”, o objeto de estudo	13
1.3	Objetivos	15
1.4	Hipóteses de trabalho	16
1.5	Justificativas de relevância do tema	17
1.6	Quadro de referências teóricas e metodologia	19
1.6.1	A Semiologia aplicada à Comunicação: pensando as estruturas	20
1.6.2	Os Estudos Culturais: pensando o receptor	22
1.7	Organização do estudo	25
2.	BEM-VINDOS AO MUNDO MODERNO: UNIVERSALISMO E FRAGMENTAÇÃO	27
2.1	A dissolução das comunidades tradicionais: surge a massa	30
2.2	As massas e a mídia: o risco da manipulação	32
2.3	Sozinho na multidão: a gênese do misantropo	33
2.4	Dois clichês e uma proposta	35
3.	ALÉM DA HISTERIA: CONTRADIÇÕES E CONFLITOS NA REPRESENTAÇÃO DAS <i>GROUPIES</i> EM “QUASE FAMOSOS”	38
3.1	Rock’n’roll: um gênero masculino por excelência?	39
3.2	Mulheres no rock: entre a fragilidade e a fúria	40
3.3	A tentação do reducionismo: o mito da <i>groupie</i> histérica	41
3.4	Beatlemania: um exemplo de conflito entre discursos	43
3.5	As garotas da banda: um olhar sobre os personagens femininos de “Quase famosos”	45
3.5.1	Uma questão de terminologia: <i>groupies</i> ou <i>band-aids</i> ?	47
3.5.2	Uma questão de justificativa: a dimensão heróica do rock	51
3.5.3	Uma questão de hierarquia: distinção e liderança	56
4.	ALÉM DA MISANTROPIA: O DISCURSO DOS FÃS MASCULINOS EM “QUASE FAMOSOS” ...	60
4.1	Cameron Crowe: considerações sobre o autor-personagem de “Quase famosos”	61
4.2	O mito do misantropo obsessivo: decupando o estereótipo	63
4.3	Representações do fã masculino em “Quase famosos”: três perfis	66
4.3.1	Lester Bangs: entre a solidão e o sarcasmo	67
4.3.2	William Miller: “ <i>too sweet for rock’n’roll</i> ”	71
4.3.3	Vic: o passageiro do zepelim de chumbo	73
4.4	A Ideologia do Rock: uma apropriação crítica	74
4.4.1	Autenticidade <i>versus</i> artificialismo	76
4.4.2	Criatividade <i>versus</i> comercialismo	78
4.4.3	Comunidade <i>versus</i> massa	83

5.	“...À CELEBRAÇÃO”: CONSIDERAÇÕES FINAIS E UMA PERSPECTIVA	86
	REFERÊNCIAS	90
	ANEXO A – TRANSCRIÇÃO DOS DIÁLOGOS DE “QUASE FAMOSOS” NA VERSÃO ORIGINAL EM INGLÊS	96

1. “DA PATOLOGIA...”: UMA INTRODUÇÃO

1.1 Contexto do tema: o fã como um “outro patológico”

Até o advento dos Estudos Culturais, em meados da década de 70, o fã¹ ocupava um lugar marginal nas pesquisas sobre o universo da cultura de massa. Os estudos sobre recepção trazem à tona esta figura que, até o momento, era vista com reserva pela área acadêmica. Ao longo da década de 80, o fã deixa de ser visto como a personificação máxima do receptor manipulado e passivo, para assumir um papel de destaque nas pesquisas dos Estudos Culturais (JENSON, 2001).

A atenção que tais estudos dedicavam à figura do fã, entretanto, nem sempre era acompanhada por um esforço efetivo no sentido de compreender os discursos e as práticas que envolviam as atividades dessa categoria de consumidores. Por um lado, é inegável que tais estudos pioneiros tiveram o mérito de inserir o fã na lista de temas relevantes para o Campo da Comunicação. Por outro lado, essa barreira invisível estabelecida entre o pesquisador e o objeto de estudo tendia a promover uma compreensão distorcida do fenômeno da idolatria² (STOREY, 1996).

A imagem do fã que emerge dessas pesquisas pioneiras é o resultado de uma tensão entre o desejo de compreender o fenômeno da idolatria sob uma nova perspectiva (alinhada com a proposta dos Estudos Culturais) e a influência que tais estudos sofreram da

¹ Segundo Shuker (1999, p. 127-128), são considerados fãs “aqueles que acompanham todos os passos da música e da vida de determinados artistas, e também as histórias dos gêneros musicais, com diferentes níveis de envolvimento”. As práticas do fã estarão quase sempre relacionada ao consumo de produtos oriundos da cultura da mídia, em oposição a manifestações artísticas consideradas eruditas (JENKINS, 1992, p. 53; JENSON, *op.cit.*, p. 18-23).

² Optou-se, aqui, pela utilização do termo **idolatria** no lugar de **tietagem**, considerando que as práticas relacionadas ao primeiro possuem uma dimensão mais ampla do que as associadas a este último. Além disto, admite-se que o próprio termo idolatria, usado indiscriminadamente, também sugere uma posição submissa do fã em relação ao ídolo. A substituição, entretanto, é puramente terminológica, e o conceito de idolatria aqui utilizado está em sintonia com o conceito de tietagem empregado por Shuker (*op.cit.*, p. 127-128).

Teoria Crítica de Frankfurt, segundo a qual o fã era encarado como a representação máxima do receptor passivo e manipulável. Ao mesmo tempo em que a necessidade de compreender os discursos e as práticas dos fãs se impunha, a imagem que tais estudos conservavam do fã ainda estava bastante condicionada pela concepção negativa que dominou a discussão ao longo das últimas décadas (STOREY, 1996).

Diante da dificuldade em compreender as contradições que envolvem determinada prática ou discurso, a tendência é que se opte por uma representação mais linear e aparentemente livre de conflitos. Dessa forma, a imagem do fã apresentada por alguns desses estudos oscilava quase sempre entre duas representações extremas – a multidão de garotas histéricas e sexualmente promíscuas ou o misantropo obsessivo de tendências homicidas (JENSON, 2001, p. 9-27; LONGHURST, 1995, p. 226-248; NIKUNEN, 2004; STOREY, *op.cit.*, p. 123-131).

Em ambas as representações, a explicação para o comportamento socialmente desviante do fã era justificada por conceitos oriundos da psicanálise, que acabavam confundindo o princípio de identificação com a idéia de perda do sentido de auto-identidade. O fã seria, então, um indivíduo em constante crise de identidade e valores, que projeta, na figura do ídolo³, tudo aquilo que ele gostaria de ser mas não é, gerando um sentimento misto de dependência (o fã precisa do ídolo para sustentar essa imagem de idealidade) e frustração (uma vez que o fã toma consciência de que essa idealidade não passa de uma construção mental). O fenômeno da idolatria é compreendido, de acordo com essa linha de argumentação, como um **sintoma** da sociedade atual, “uma forma de se lidar com os sentimentos de vazio e o narcisismo que caracterizam a experiência do sujeito contemporâneo” (COELHO, 2003, p. 417; HINERMAN, 2001; THOMPSON, 1995).

³ A definição de **ídolo** adotada pelo projeto corresponde ao conceito de *star/stardom* empregado por O’Sullivan *et al* (2002, p. 296-298), segundo o qual os ídolos são ícones tipicamente modernos, que personificam uma série de ideais e valores em consequência de sua projeção midiática e, portanto, assumem um papel simbólico de incontestável relevância na sociedade contemporânea.

Por mais que essa concepção reducionista do fenômeno da idolatria seja alvo de inúmeras críticas, é inegável o poder de influência do estereótipo da massa histérica ou do misantropo obsessivo nas representações da figura do fã, veiculadas pelo cinema e pela televisão. No entanto, é possível identificar, em alguns produtos midiáticos contemporâneos, um esforço no sentido de contornar essa representação estereotipada, em nome de uma abordagem que incorpore algumas das contradições e dos conflitos envolvidos nos discursos e nas práticas dos fãs.

1.2 Delimitação do tema: “QUASE FAMOSOS”, o objeto de estudo

“Quase famosos” (*Almost famous*, EUA, 2000⁴), escrito e dirigido por Cameron Crowe, pode ser resumido como uma incursão nostálgica pelo universo do rock’n’roll. O roteiro do filme é baseado das memórias do próprio diretor, que, com apenas 15 anos de idade, foi convidado pela revista Rolling Stone para acompanhar a banda de *hard rock* Led Zeppelin em turnê pelos Estados Unidos (BRAGA, 2000).

O ano é 1973, época em que grandes bandas de rock faziam sucesso em escala planetária, lotando estádios e mobilizando uma infra-estrutura monumental; também é a época em que o rock começa a ser alvo de críticas, em virtude de seu caráter comercial e da perda da autenticidade, valorizada durante a década anterior pelos movimentos de contracultura; finalmente, 1973 marca um período de convulsão política nos Estados Unidos, motivado pelo Escândalo de Watergate e o fracasso no Vietnã (JANOTTI JR., 2003a).

⁴ A versão de “Quase famosos” na qual está baseada a análise é a lançada nos cinemas brasileiros e no formato VHS pela Columbia Pictures, com 121 minutos de duração. Apesar de existir disponível no mercado uma versão intitulada *Almost famous – the bootleg cut*, com 160 minutos de duração, acredita-se que a versão para cinema do filme contemple de forma satisfatória as questões que este trabalho pretende discutir. Entretanto, recomenda-se aos interessados que procurem assistir à versão integral do filme, disponível no Disco 2 do DVD de “Quase famosos”, como forma de aprofundar a discussão proposta neste projeto.

O protagonista do filme, William Miller, é um jovem tímido e superprotegido pela mãe que entra em contato com um universo repleto de contradições, ao aceitar o convite da Rolling Stone para acompanhar a (fictícia) banda em ascensão Stillwater durante uma turnê. Influenciado por cineastas como François Truffaut e Billy Wilder, Cameron Crowe jamais perde de vista o objetivo de seu filme, que é retratar o processo de amadurecimento vivido pelo protagonista. Em virtude dessa opção narrativa, “Quase famosos” se detém apenas brevemente na parte **sexo e drogas**: o foco do filme está no papel do **rock’n’roll** (e da música, de forma mais ampla) nesse processo.

William é, acima de tudo, um fã de rock. Seu primeiro dilema está justamente na dificuldade de conciliação entre a postura jornalística exigida pelos editores da revista Rolling Stone e sua condição de fã. Nesse sentido, são valiosas, para o protagonista, as contribuições do personagem Lester Bangs, crítico veterano e uma espécie de mentor de William. Mesmo declarando sua admiração pelo trabalho da Stillwater, o rapaz é visto pelos membros da banda como um inimigo a ser combatido ou mantido à distância.

No universo retratado em “Quase famosos”, além dos músicos de rock, empresários, técnicos de som e *roadies*, destaca-se a figura da *groupie*⁵. A maior parte dos personagens femininos do filme que possuem uma relação direta com o universo do rock é enquadrada nessa categoria. Shuker (1999, p.127) descreve a *groupie* como “uma forma extremada de fã, que procura se identificar com o artista e usa o sexo como meio para se aproximar de seu ídolo – mesmo se o encontro é fugaz”. No entanto, assim como a imagem da massa de garotas histéricas, a figura da *groupie* tal e qual descrita por Shuker se reduz a uma representação estereotipada, e, por isso mesmo, desprovida de qualquer vestígio de contradição.

⁵ Ainda de acordo com a definição de Shuker (*ibid.*, p. 127), o termo *groupie* poderia ser traduzido para o português como **tiete**. Optou-se, no entanto, pela manutenção da expressão em seu idioma original.

A opção pelo filme “Quase famosos” como objeto desta pesquisa decorre, em primeiro lugar, da relação entre as questões discutidas no início deste capítulo e as representações dominantes da figura do fã nos produtos da cultura da mídia (KELLNER, 2001). É possível identificar, em “Quase famosos”, uma tentativa de superação de ambos os estereótipos relacionados à imagem do fã – tanto no que diz respeito à massa de garotas históricas e sexualmente promíscuas quanto no que se refere ao misantropo obsessivo de tendências homicidas.

Em segundo lugar, verifica-se, no filme de Cameron Crowe, um desenvolvimento aprofundado de personagens que tenderiam a ser representados apenas em sua dimensão estereotipada, não fosse o envolvimento do diretor/roteirista com o universo retratado. É interessante perceber como “Quase famosos” parte de duas representações de gênero bastante consagradas – a *groupie* e o indivíduo solitário – para revelar as dimensões contraditórias do discurso desses fãs, muito além da histeria ou da misantropia.

1.3 Objetivos

Constituem objetivos desta pesquisa:

- a) Investigar de que forma as representações estereotipadas dos fãs masculinos e femininos na cultura da mídia decorrem de uma postura crítica em relação aos efeitos desagregadores da Modernidade ocidental.
- b) Problematizar a concepção essencialista segundo a qual a massa histórica assume uma configuração predominantemente feminina e o misantropo obsessivo é quase sempre representado como um indivíduo do sexo

masculino. No caso específico do rock, questionar a noção de que este seria um gênero musical essencialmente masculino.

- c) Analisar os elementos de conflito e as contradições presentes no discurso e nas práticas dos fãs representados em “Quase famosos”, a partir do perfil de alguns personagens e de trechos de diálogos do filme.
- d) Verificar de que forma os fãs retratados em “Quase famosos” realizam uma apropriação crítica dos valores da Ideologia do Rock, motivados por um desejo de pertencimento a uma comunidade nos moldes tradicionais.

1.4 Hipóteses de trabalho

Este projeto é norteado pelas seguintes hipóteses:

- a) Tanto a imagem da massa histórica quanto a do misantropo homicida, bem como as concepções essencialistas a que essas representações se referem, são discursos socialmente construídos no contexto de determinado cenário histórico. O mesmo se aplica ao sistema de valores e contradições que constitui a Ideologia do Rock.
- b) No caso específico de “Quase famosos”, a tentativa de superação do estereótipo é mais satisfatória no que diz respeito aos fãs do sexo masculino, já que a representação das fãs do sexo feminino ainda parte do pressuposto de que toda jovem no universo do rock será, necessariamente, uma *groupie*. Isso

se deve, em parte, ao caráter autobiográfico do filme e à função de alter-ego desempenhada pelo protagonista William Miller.

1.5 Justificativas de relevância do tema

O interesse pelo fenômeno da idolatria e pela dinâmica da relação fã-ídolo pode ser considerado relativamente recente. Os primeiros estudos acadêmicos sobre a questão do fã foram realizados há aproximadamente 20 anos, na Inglaterra e nos Estados Unidos. No Brasil, discussões sobre este assunto ainda são bastante escassas.

Se, por um lado, essa escassez não causa nenhuma surpresa, por outro lado é de se estranhar que isso aconteça de forma tão sistemática. Um país como o Brasil – em que as telenovelas fornecem padrões de comportamento há mais de três décadas, e cuja música popular fabrica (sem qualquer conotação pejorativa) uma quantidade avassaladora de novos ídolos por temporada – possui um vasto repertório de referências e símbolos midiáticos a serem utilizados como matéria-prima de análise. E, no entanto, estudos consistentes sobre a relação entre ícones da nossa cultura da mídia e as questões de identidade e consumo são praticamente inexistentes. Quando ocorrem, geralmente estão fundamentados nas consagradas explicações psicanalíticas que concebem o fã como um “outro patológico” (COELHO, 2003).

Por mais que este projeto não se dedique à investigação do fenômeno da idolatria aplicado ao contexto sociocultural brasileiro, acredita-se que esta pesquisa possa contribuir no sentido de estimular um debate sobre tais questões. A opção por uma produção cinematográfica norte-americana como objeto de estudo decorre da influência que músicas, filmes e programas de TV provenientes dos Estados Unidos possuem junto ao público consumidor brasileiro.

Este projeto, portanto, compreende a importância das representações veiculadas pela mídia nos processos identitários contemporâneos. Em outras palavras, propõe-se que a Cultura da Mídia seja pensada como uma fonte de referências, ícones e representações simbólicas a partir das quais os indivíduos orientam e constroem suas identidades, em sintonia com as idéias do norte-americano Douglas Kellner, que entende a Cultura da Mídia e seus produtos como uma arena de conflitos atravessada por discursos potencialmente contraditórios (KELLNER, 2001).

O filme “Quase famosos” é compreendido como um produto legítimo desta cultura. Para além do impulso autobiográfico do diretor/roteirista Cameron Crowe, “Quase famosos” deve ser entendido no contexto de uma tendência revisionista-nostálgica motivada pelo distanciamento crítico em relação às diversas etapas da história do rock’n’roll como gênero musical. Indivíduos nascidos no bojo dos movimentos contraculturais, ou que eram adolescentes durante esta que é considerada a época de ouro do rock (caso do diretor Cameron Crowe), agora chegam à maturidade e começam a olhar de volta para o passado. Tanto a reedição de célebres festivais de música (como Woodstock, por exemplo) quanto a reciclagem de subgêneros e tendências musicais até então relegados ao (quase) esquecimento (vide o êxito das bandas de *new-metal*, *new-pós punk* e congêneres) são exemplos desse sentimento revisionista, que tanto é capaz de proporcionar homenagens sinceras ao gênero quanto servir de pretexto para jogadas de marketing visivelmente oportunistas. O mesmo se aplica às produções cinematográficas que abordam o rock’n’roll sob uma perspectiva histórica, mas nem sempre o fazem de forma crítica, como é o caso do filme “Rock star” (*Rock star*, 2001).

Nem todo retorno ao passado do rock, entretanto, é feito sob o signo da celebração nostálgica. O distanciamento temporal em relação às diversas fases e ciclos do rock ao longo dos últimos 50 anos, somado à emergência de uma mentalidade pós-moderna⁶ bastante

⁶ O conceito de pós-modernismo aqui empregado, bem como suas principais características e os autores a ele relacionados, correspondem à definição utilizada por Featherstone (1995, p. 139) e Hall (2004).

desconfiada em relação à pertinência de valores como autenticidade e atitude nos dias de hoje, deu origem a um certo tipo de crítica que tende a enxergar o rock como uma mera manifestação da ideologia liberal travestida de elemento transgressor. Por trás do aparente choque com os ideais conformistas burgueses, o rock apenas proporcionaria a ratificação desses valores, por meio de um “descontrole controlado das emoções”, em que a transgressão seria permitida dentro de certos limites, impedindo uma ruptura efetiva com a ordem vigente e o *status quo* (BLOOMFIELD, 1991; FEATHERSTONE, 1995, p. 71-72; LONGHURST, 1995, p. 93-111; MIDDLETON, 1999, p. 14-16; SHUKER, 2002, p. 35-45).

Atualmente, é comum ouvir sentenças que proclamam a morte definitiva do rock, o esvaziamento de seu componente ideológico e a ascensão de novos gêneros à condição de “voz autêntica dos nossos tempos”, como o hip hop e o rap (FREIRE FILHO, 2003; KELLNER, 2001, p. 228-252) e a música eletrônica (BLOOMFIELD, *op.cit.*, p. 75-79). No entanto, é possível pensar na Ideologia do Rock como um discurso bastante eficaz mesmo nos dias hoje, principalmente junto aos jovens. Proclamar essa validade do discurso do rock não é fazer uma apologia acrítica do sistema de valores e contra-valores que constitui essa ideologia, mas sim pensar de que forma esse sistema pode ser apropriado de forma reflexiva pelo público consumidor. Novamente, o filme “Quase famosos” oferece algumas pistas nesse sentido, ao apresentar personagens que se utilizam do discurso do rock como forma de articular um sentido de pertencimento a determinada comunidade.

1.6 Quadro de referências teóricas e metodologia

Esta pesquisa foi eminentemente influenciada por duas correntes teóricas que dialogam entre si ao longo de todo o trabalho: os Estudos Culturais britânicos, de forma mais proeminente, e a Semiologia aplicada à Comunicação, que serviu de base para boa parte das

discussões sobre a representação estereotipada da imagem do fã nos produtos da cultura da mídia.

1.6.1 A Semiologia aplicada à Comunicação: pensando as estruturas

Ao lançar mão de expressões como “o mito do misantropo obsessivo” ou “o estereótipo da *groupie*”, este projeto revela uma forte influência do pensamento de Roland Barthes, teórico francês que se dedicou a efetuar uma semiologia geral do mundo burguês, mais especificamente dos mitos produzidos no universo da cultura de massa. Essa apropriação do termo “mito” pela Teoria da Comunicação, entretanto, começa muito antes de Barthes lançar sua célebre obra “Mitologias”, em 1954. Os primeiros estudos de Semiologia aplicados à Comunicação podem ser identificados em boa parte da obra de Umberto Eco, sob influência da lingüística estrutural de Saussure e da antropologia de Levi Strauss, que introduziu os conceitos e métodos do estruturalismo em seu estudo dos mitos presentes nas sociedades pré-industriais (BARTHES, 1987).

Ao contrário dos teóricos da Escola de Frankfurt, que consideravam cada modalidade da Indústria Cultural como uma manifestação única e representativa da ideologia que a produziu, a Semiologia analisa cada modalidade separadamente (a música, o cinema, a TV). Dessa forma, os estudos de Eco e Barthes revelam a possibilidade de se pensar o universo simbólico da Indústria Cultural como um espaço produtor de mitos, igualmente sujeitos à decupagem estruturalista (ECO, 1991).

O objetivo de uma análise semiológica é identificar as estruturas universais e constantes a que determinado mito pode ser reduzido. Em outras palavras, a Semiologia trata os mitos como uma espécie de linguagem. Os mitos podem ser decompostos em unidades individuais (os **mitemas**) que só adquirem significado quando combinadas de determinada

forma, e as regras que governam essas combinações podem ser consideradas um tipo de gramática, um conjunto de relações subjacentes à superfície da narrativa que constitui o “verdadeiro significado” do mito. Tais combinações são inerentes à própria mente humana, de forma que a análise semiológica se preocupa menos com o conteúdo do que está sendo narrado do que com as operações mentais e universais que estruturam a narrativa em questão (STRINATI, 1999).

No entanto, sabe-se que a análise semiológica ortodoxa corre um sério risco de se perder na própria rigidez de seus métodos, ao desconsiderar a possibilidade de uma interpretação diferenciada da mensagem ser efetuada no instante da recepção da mesma. Considerar o receptor como um indivíduo livre para atribuir à mensagem o sentido que ele bem entender também é alimentar outro mito em si – análises desse tipo costumam vir carregadas de uma euforia desmedida em relação às múltiplas possibilidades dos meios de comunicação de massa.

Entre a catástrofe e a euforia, entre a manipulação de mentes e a liberdade irrestrita de interpretação, estão situadas as pesquisas de Mikhail Bakhtin (1895-1973) e o trabalho de Robert Stam, este último mais voltado para o estudo dos meios de comunicação de massa (mais especificamente o cinema). Bakhtin, ao cunhar termos como **heteroglossia**, **dialogismo** e **polifonia**, “chama atenção para a coexistência, em qualquer situação textual ou extratextual, de uma pluralidade de vozes que não se fundem numa consciência única, mas existem em registros diferentes, gerando entre si um dinamismo dialógico” (STAM, 1993, p. 164). Essa pluralidade de vozes, entretanto, não significa a existência de uma infinita liberdade interpretativa que sempre levaria a uma suposta igualdade de pontos de vista: reconhece-se a supremacia de uma voz dominante e de vozes igualmente marginalizadas, mas também a possibilidade de o diálogo, o contato entre essas vozes dissonantes, produzir uma espécie de “terceira margem” interpretativa, diferenciada tanto de uma como de outra.

As pesquisas de Robert Stam ampliam as questões levantadas por Bakhtin e atentam para a necessidade de se considerar as especificidades de linguagem do objeto que está sendo analisado. Stam aponta que um dos maiores equívocos da análise semiótica de um filme é considerá-lo em seu aspecto puramente literário (o roteiro, os diálogos), ignorando todos os aspectos essencialmente filmicos (enquadramento, montagem, fotografia) que, afinal de contas, configuram uma obra cinematográfica enquanto tal. Apesar de a análise de “Quase famosos” estar centrada no que é revelado ao espectador por meio dos diálogos, os recursos de montagem e fotografia utilizados pelo filme serão destacados quando isto se mostrar relevante para o tema em discussão (STAM; SHOHAT, 1995).

1.6.2 Os Estudos Culturais: pensando o receptor

A influência dos Estudos Culturais britânicos se reflete, de forma mais imediata, no próprio tema desta pesquisa. A questão do fã só se torna relevante para o campo da Comunicação quando a concepção dominante do que, em si, constituiria o processo comunicativo, começa a ser questionada pelos Estudos Culturais britânicos, a partir das décadas de 60 e 70.

Os estudos desenvolvidos nos primeiros anos do pós-Segunda Guerra Mundial (sob influência do pensamento marxista de Adorno, Horkheimer e outros expoentes da Escola de Frankfurt) supunham a existência de um receptor absolutamente passivo na outra extremidade do processo comunicacional. Assim, o surgimento de ícones no interior dessa sociedade cada vez mais orientada pela publicidade e pela transformação da arte em mercadoria era, quase sempre, encarado do ponto de vista da alienação e da padronização (KELLNER, 1984; KELLNER, 2001, p. 43-47; LONGHURST, 1995, p. 3-10, 195-198; MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 40-42; NEGUS, 1996, p. 8-12, 37-39).

Alguns estudos realizados entre as décadas de 40 e 60 começaram a apontar rumo a uma relativização dessa passividade do receptor, valorizando as práticas cotidianas e as leituras “minoritárias”, como as pesquisas do sociólogo americano David Riesman e os trabalhos pioneiros de Richard Hoggart, Raymond Williams, Edward Thompson e Stuart Hall (MATTELART; NEVEU, 2004, p. 40-54; NEGUS, 1996, p. 12-13).

Na segunda metade da década de 70, os Estudos Culturais se consolidam na Inglaterra, propondo que o processo comunicacional seja pensado como um circuito contínuo (em oposição à linearidade do esquema emissor→mensagem→receptor, que pressupunha a esfera da produção como um momento isolado dos demais), e o terreno cultural, como um espaço de luta pela hegemonia, sob influência das idéias de Antonio Gramsci. Reconhecendo a existência de uma conexão entre a codificação da mensagem, no âmbito da produção, e sua decodificação, no âmbito da recepção, a existência do tal “espectador passivo” começa a ser questionada. A cultura de massa é reconhecida em sua dimensão contraditória, capaz de promover o conformismo e, também, oferecer possibilidades de resistência (ESCOTEGUY, 2001; HALL, 1981; HALL, 2003, p. 131-216; MATTELART; MATTELART, 2004, p. 111-130; MATTELART; NEVEU, *op.cit.*).

O desprezo que os frankfurtianos nutriam pelos produtos da Indústria Cultural cede espaço a um interesse cada vez maior por manifestações antes consideradas “vulgares” pelo saber erudito, como a música popular, as telenovelas e os folhetins. As subculturas jovens, os grupos feministas e as minorias raciais se tornam objetos de estudo, uma vez que diferentes universos socioculturais teoricamente proporcionariam diferentes formas de apropriação e uso de determinados códigos (GRIMSON; VARELA, 2002; HALL; JEFFERSON, 1976; HEBDIGE, 1979; MATTELART; MATTELART, *op.cit.*, p. 131-137; STOREY, 1996).

O consumo passa a ser visto como uma etapa fundamental no processo de socialização e formação identitária dos indivíduos, uma forma regulada de demarcação de fronteiras no interior da sociedade, transcendendo a antiga concepção segundo a qual a esfera do consumo era associada a gastos inúteis e compulsões irracionais (BOURDIEU, 1983; CANCLINI, 1996, p. 51-68; MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 61-64; MOORES, 1993; ROSAS MANTECÓN, 2002, p. 255-264; SLATER, 2002; STOREY, 1996, p. 113-117; SUNKEL, 2002, p. 287-294).

O interesse pela figura do fã está inserido em um contexto de revalorização das práticas cotidianas, verificado ao longo da década de 80, cujo maior referencial teórico ainda é a obra “A invenção do cotidiano”, do francês Michel deCerteau. DeCerteau pressupunha a existência de um receptor eminentemente ativo, capaz de retirar de determinado texto apenas os significados que lhe seriam úteis ou prazerosos (DeCERTEAU, 1984). Jenkins (1992), por sua vez, realiza uma apropriação das idéias de DeCerteau, pensando o fã não apenas como um consumidor ativo, mas também como um co-produtor de sentidos, engajado na produção de artigos midiáticos diretamente relacionados ao objeto de culto, tais como *fanzines*, vídeos e poesias.

A metodologia empregada neste projeto combina pressupostos teóricos de ambas as correntes acima descritas, aplicados à análise textual do filme “Quase famosos”. A intenção é estabelecer uma ponte entre a base teórica que sustenta esta pesquisa e as conclusões obtidas a partir do estudo de caso, sem estabelecer nenhum tipo de clivagem entre a “parte teórica” e a “parte prática” do projeto. Ao contrário, teoria e prática devem estabelecer entre si um diálogo constante, já que é somente na articulação entre elas que o verdadeiro conhecimento é capaz de surgir.

1.7 Organização do estudo

Em virtude do que foi apresentado ao longo desta introdução, o projeto “**DA PATOLOGIA À CELEBRAÇÃO: representações de gênero e o discurso dos fãs no filme “Quase famosos”**” obedece à seguinte estrutura.

No capítulo 2, “**Bem-vindos ao mundo moderno: universalismo e fragmentação**”, tem-se como objetivo identificar as origens da representação patológica do fã em um posicionamento crítico frente aos efeitos desagregadores da Modernidade ocidental. No capítulo 2, é refeito o percurso das rupturas provocadas pelos tempos modernos, como a separação entre tempo e espaço, para demonstrar de que forma tanto a imagem da massa histórica quanto a do misantropo obsessivo estão relacionados à dissolução das comunidades tradicionais.

No capítulo 3, “**Além da histeria: contradições e conflitos na representação das *groupies*** em “Quase famosos””, problematiza-se a noção de que o rock’n’roll seria um gênero essencialmente masculino, considerando que as representações do sexo feminino no universo do rock estarão amplamente condicionadas por essa concepção reducionista. A partir desse questionamento, no capítulo 3 apresenta-se a análise das representações da fã de rock em “Quase famosos”, com destaque para os personagens do filme enquadrados sob a categoria de *groupies*, seus discursos e suas práticas.

No capítulo 4, “**Além da misantropia: o discurso dos fãs masculinos** em “Quase famosos””, parte-se de algumas considerações sobre o estereótipo do indivíduo solitário, obsessivo e de tendências homicidas, para investigar de que forma o filme de Cameron Crowe procura conferir uma dimensão mais complexa ao fã do sexo masculino, convertendo seus personagens em porta-vozes dos valores da Ideologia do Rock.

Por fim, a conclusão desta pesquisa reforça a importância dos estudos sobre a questão do fã para o campo da Comunicação, bem como alerta para os riscos de uma celebração populista das práticas desta classe de consumidores, verificada em algumas pesquisas contemporâneas. O projeto se encerra com uma proposta para futuros estudos, que considere as múltiplas perspectivas envolvidas na análise do fenômeno da idolatria.

2. BEM-VINDOS AO MUNDO MODERNO: UNIVERSALISMO E FRAGMENTAÇÃO

Os primeiros estudos a abordarem a questão do fã, ainda na década de 80, freqüentemente recorriam a duas imagens bastante estereotipadas ao definir e representar seus objetos de investigação. Em ambos os casos, verifica-se uma concepção quase patológica da relação fã-ídolo: não é à toa que a maior parte desses estudos lançará mão de teorias psicanalíticas para tentar compreender o fenômeno da idolatria (COELHO, 2003; HINERMAN, 2001; LONGHURST, 1995, p. 226-229).

A imagem mais difundida era a da massa de adolescentes histéricas e incontroláveis, gritando loucamente diante do ídolo e dispostas a (quase) tudo para se aproximar dele. A outra imagem, menos popular mas ainda assim bastante recorrente, era a do misantropo obsessivo e assexuado, que mantém uma relação conflituosa de amor e ódio em relação ao ídolo, e é capaz de elaborar os planos mais mirabolantes para eliminar o alvo de sua admiração (STOREY, 1996).

Tal concepção patológica do fã decorre, entre outros fatores, de um posicionamento crítico em relação aos efeitos desagregadores da modernidade ocidental. Nas sociedades tradicionais (ou pré-modernas), a identidade de um indivíduo era determinada pela posição ocupada por essa pessoa na sociedade a partir do instante de seu nascimento. Era praticamente impossível que alguém nascido no seio de uma comunidade camponesa viesse a ascender socialmente, chegando ao ponto de se converter em um poderoso senhor de terras, por exemplo (GIDDENS, 2002; JENSON, 2001).

Os laços de sangue e parentesco acompanhavam esse indivíduo até o dia de sua morte, determinando o seu posicionamento na sociedade. O casamento, diferentemente do que acontece hoje em dia, não se dava de acordo com a livre e espontânea vontade das partes envolvidas. Nobres se casavam com nobres; plebeus, com plebeus. Dessa forma, o casamento

se configurava como um poderoso instrumento de manutenção da hierarquia social e controle de mobilidade entre as classes (GIDDENS, 2002, p. 17-38).

Nesse contexto, além dos laços de sangue e parentesco, era o pertencimento a determinada comunidade que garantia a esse indivíduo pré-moderno um senso de estabilidade. As comunidades pré-modernas se organizavam em torno de interesses comuns; compartilhavam o mesmo espaço físico e dividiam os mesmos recursos. A religião funcionava como um elemento agregador, que superava as diferenças individuais em nome da crença em uma mesma entidade transcendente. A identidade não constituía um problema nas sociedades tradicionais justamente por ser tão firmemente sedimentada em torno dessa idéia de comunidade (SLATER, 2002).

A Modernidade, que tem suas principais bases no Capitalismo como sistema econômico, e no Industrialismo como modo de produção, provoca uma fratura nessa estabilidade vivenciada pelas comunidades tradicionais. O Estado-Nação, principal base política da Modernidade, contrasta com a maior parte dos tipos de ordem tradicional: se antes o indivíduo se sentia pertencente à comunidade na qual vivia e de onde extraía os recursos necessários à própria sobrevivência, agora as fronteiras dessa comunidade foram ampliadas e abrangem uma dimensão territorial muito maior (GIDDENS, *op.cit.*).

Uma cultura nacional é um discurso, um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto as ações de um indivíduo quanto a concepção que este mesmo indivíduo tem de si próprio. O discurso do Estado-Nação vem, em certa medida, substituir a religião naquilo que ela tinha de mais fundamental para a sobrevivência de uma determinada comunidade: agregar os indivíduos em torno de uma idéia de pertencimento a uma ordem transcendente. Os símbolos nacionais e a exaltação das conquistas dos heróis da Pátria, por exemplo, são elementos fundamentais para que o discurso do Estado-Nação una os indivíduos em torno de um objetivo comum (HALL, 2004, p. 47-57).

A questão, entretanto, não se restringe à dimensão territorial do Estado-Nação. Essa ampliação de fronteiras provoca mudanças na própria idéia de comunidade. Fazer parte de uma mesma comunidade era, acima de tudo, compartilhar com os outros membros um conjunto de referências simbólicas que davam sentido e ordenavam a vida de todos. Agora, esse mesmo indivíduo é obrigado a compartilhar referências simbólicas com pessoas que, eventualmente, vivem a quilômetros de distância e com as quais ele provavelmente jamais terá algum tipo de contato presencial.

Esse compartilhamento não-presencial de referências simbólicas se refere a uma das grandes rupturas provocadas pela Modernidade na ordem tradicional, que é a separação entre tempo e espaço. Nas sociedades pré-modernas, tempo e espaço estavam conectados pela situacionalidade do lugar em que os eventos ocorriam. As conseqüências de determinado evento (uma enchente, por exemplo) só seriam experimentadas pelos indivíduos que vivessem na comunidade onde o ocorrido se deu – as comunidades vizinhas, a menos que fossem diretamente atingidas pelos efeitos do acontecido, provavelmente nem tomariam conhecimento do fato (GIDDENS, 2002, p. 22-23).

O mesmo se aplica à questão da moeda. Os sistemas de troca utilizados pelas sociedades pré-modernas, em grande parte determinados a partir de referências locais, precisam ser unificados para que as trocas possam ser feitas ao longo de toda a extensão do território nacional. A moeda que circula dentro das fronteiras de um país, por sua vez, também tem o seu valor determinado em referência a um padrão universal (o ouro, por exemplo). Em outras palavras, o isolamento e a autonomia das comunidades tradicionais cede espaço a um senso de conectividade que liga cada pequena fração do território de uma Nação ao restante do mundo (*Ibid.*, p. 24-25).

2.1 A dissolução das comunidades tradicionais: surge a massa

Para fins deste trabalho, importa salientar a idéia de que os processos iniciados com a crise do Sistema Feudal adquirem uma intensidade cada vez maior, de forma que a industrialização acelerada, o desenvolvimento dos meios de comunicação e a expansão do capitalismo pelo mundo permitem que a Modernidade viva seu ápice no século XIX. Para compreender de que forma o esfacelamento das comunidades tradicionais está relacionado com a concepção patológica do fã, cabe investigar de que forma a idéia de **povo** vai, progressivamente, cedendo espaço a uma noção muito mais perigosa, sob a ótica das camadas dominantes: a idéia de **massa**.

Com a expansão do capitalismo e o aumento da industrialização, verifica-se um processo contínuo de desvalorização (e posterior apropriação pelos empresários capitalistas) das áreas rurais. Os agricultores de subsistência, por exemplo, incapazes de competir com a agricultura moderna e voltada para o mercado internacional, não encontram outra alternativa que não deixar suas terras e partir rumo às cidades. Acredita-se que a atividade industrial dará conta de absorver todas as vítimas desse processo de expropriação rural, seja por meio do trabalho nas fábricas ou no comércio (GIDDENS, 2002).

Por mais acelerado que tenha sido o processo de urbanização dos grandes centros, a infra-estrutura da maioria das cidades européias nos séculos XVIII/XIX não era capaz de suportar um afluxo tão grande de pessoas. As condições de habitação, saúde, esgoto e alimentação eram precárias. A indústria, por sua vez, não conseguia absorver toda a mão de obra disponível. Como resultado desse quadro caótico, os centros urbanos começaram a ser ocupados por uma multidão de indivíduos pobres e desempregados. Famílias inteiras circulavam pelas ruas da cidade, afrontando a elite dominante com seu comportamento

vulgar, sua falta de modos e seus hábitos de higiene nada exemplares. Os cortiços recolhiam boa parte dessa população durante a noite, mas ao longo do dia, não lhes restava outra alternativa que não perambular pela cidade, pedindo esmolas ou mendigando por um serviço qualquer (GIDDENS, 2002).

A idéia de povo, que era uma das bases do discurso do Estado-Nação, começa a ser confrontada com a realidade assustadora dos grandes centros urbanos. As elites começam a questionar se é esse o povo do qual falam o Hino Nacional e as conquistas do passado narradas nos livros de História. A elevação das taxas de criminalidade, o desemprego e a violência nas grandes cidades semeiam junto às elites um medo cada vez mais profundo de que esse povo, em circunstâncias adversas e movido por um interesse comum, decida se apropriar à força daquilo que a cidade lhes negou. A fome e a falta de condições de higiene provavelmente limitavam a já reduzida capacidade de raciocínio dessas pessoas (SLATER, 2002). Não seria possível que um agitador qualquer conseguisse mobilizar essa multidão para a realização de atos irracionais de vandalismo e violência contra a ordem estabelecida?

De povo a multidão, de multidão a massa. O que diferencia basicamente o povo da massa é, em primeiro lugar, o sentido de individualidade ausente deste e contido naquele. Para além da imagem de unidade que o conceito de povo deixa transparecer, ainda é possível discriminar a identidade de cada indivíduo que compõe o todo. Já a massa é uniforme, homogênea, desprovida de individualidade: um indivíduo que seja absorvido pela massa perde sua condição de indivíduo e se torna apenas mais um tijolo na parede. Em segundo lugar, a massa é concebida como algo essencialmente irracional e, por isso mesmo, facilmente manipulável. Não é surpresa nenhuma que um escritor como Edgar Allan Poe, que viveu no contexto dessa ocupação das cidades pelas massas em meados do século XIX, tenha composto um poema cujo protagonista tem horror à possibilidade de se perder em meio à multidão (HUYSSSEN, 1996).

A massa é vista, então, como o produto mais perverso dessa Modernidade que prometeu o progresso e ofereceu o caos, e em que os avanços tecnológicos foram acompanhados pela decadência das esferas socioculturais. Todo o movimento romântico do final do século XIX deve ser entendido nesse contexto de crítica aos efeitos da Modernidade, sendo, portanto, intensamente nostálgico em relação à possibilidade de um retorno à ordem tradicional, pré-moderna (MARTÍN-BARBERO, 2002; SLATER, 2002).

2.2 As massas e a mídia: o risco da manipulação

Outro fator que contribuiu para o pânico das elites em relação às massas foi o aperfeiçoamento dos meios de comunicação. Cada “etapa” da Modernidade pode ser relacionada a uma mídia específica – é impossível pensar a conectividade entre as comunidades locais e o restante do mundo sem considerar o papel da imprensa nesse processo. Assim como a imprensa ajudou a dinamizar o fluxo de informações e difundir o capitalismo pelo mundo, o sinal eletrônico desempenhou uma função semelhante no século XIX. O desenvolvimento e expansão das instituições modernas estão diretamente relacionados ao aumento na mediação da experiência que formas de comunicação como o telégrafo, o rádio, o cinema, a televisão e o computador propiciaram (GIDDENS, 2002, p. 29-31).

Quanto maior o alcance do meio, maior a possibilidade de determinada mensagem ser veiculada para o maior número de pessoas. Somando essa capacidade quase irrestrita de disseminação de mensagens, de um lado, à existência dessa massa absolutamente manipulável e dada a atitudes irracionais, de outro, é possível ter uma vaga noção do pavor que a expressão “meios de comunicação de massa” provocou, quando cunhada pela primeira vez, por volta da década de 1930. Vale lembrar que a década de 1930 testemunhou a ascensão do nazi-fascismo

na Alemanha e na Itália – regimes autoritários que fizeram uso intensivo dos meios de comunicação de massa com fins de persuasão e manipulação ideológica das massas (HUYSSSEN, 1996).

A Indústria Cultural funciona como uma verdadeira fábrica de ícones e representações simbólicas. O emprego dos termos “indústria” e “fábrica” não é indiscriminado: o surgimento de ídolos no interior da lógica da cultura de massa era, quase sempre, encarado do ponto de vista da padronização, da repetição de fórmulas e modelos comercialmente bem-sucedidos. Dentro dessa perspectiva, a diferença entre Mussolini e um cantor campeão de vendas não é tão grande quanto possa parecer, à primeira vista: ambos foram (ou são) capazes de se utilizar dos mecanismos da Indústria Cultural e dos meios de comunicação de massa para difundir sua mensagem da forma mais satisfatória possível (GONZALES, 1984; KELLNER, 1984; LONGHURST, 1995, p. 3-10; NEGUS, 1996, p. 37-39).

2.3 Sozinho na multidão: a gênese do misantropo

A imagem do misantropo obsessivo também é uma consequência do surgimento dessa sociedade de massas. O indivíduo solitário, confinado nos limites de seu quarto, deve ser entendido como uma reação ao processo de homogeneização da sociedade, que acompanhou a dissolução das comunidades tradicionais na transição para a Modernidade. A Modernidade fragmentou o sentido de comunidade presente nas sociedades tradicionais e, em virtude disso, inaugurou uma era carente de valores morais, apesar de todo o avanço na área tecnológica (JENSON, 2001).

Para esse indivíduo, tudo aquilo que era possível dentro da lógica das sociedades tradicionais (o compartilhamento de referências simbólicas, a solidariedade entre as pessoas

de uma mesma comunidade, o estabelecimento de objetivos comuns) é inviabilizado pela pretensão universalizante da vida moderna. Ele enxerga o discurso do Estado-Nação, o capitalismo e a industrialização como os responsáveis pelo abismo que se estabeleceu entre um indivíduo e seus semelhantes (STOREY, 1996).

A massa seria a principal conseqüência desse processo de esfacelamento dos valores que, em outros tempos, garantiam uma certa estabilidade de referências morais. O medo de ser assimilado por essa massa faz com que o indivíduo voluntariamente se retire da sociedade, cortando os laços com a família e os amigos, e se trancando em um mundo particular onde esses valores considerados ultrapassados pela cartilha da Modernidade possam ser preservados (JENSON, 2001).

O indivíduo solitário e com tendências à misantropia geralmente se vê confrontado com problemas de identidade, algo que era totalmente impensável nas sociedades tradicionais e estáveis. A identidade, agora, se configura como um problema, porque o indivíduo se descobre “solto” no mundo, uma vez que os laços de sangue e o compartilhamento das mesmas referências simbólicas não mais determinam a posição ocupada por esse sujeito na sociedade. Ao ser confrontado com uma pluralidade de opções de estilo de vida e modelos de comportamento a partir dos quais ele poderá construir sua identidade, o indivíduo geralmente se vê questionando o sentido da própria existência (GIDDENS, 2002).

A imagem do ídolo surge, nesse momento, como um referencial absoluto em um mundo carente de referências estáveis. O ídolo reúne, em torno de sua figura, uma série de características que o indivíduo, imerso no vazio existencial da vida moderna, percebe como se fossem suas. O ídolo é aquele que soube, diante da pluralidade de referências e estilos disponíveis, fazer as escolhas certas e construir uma identidade coerente em si mesma. Uma vez que é essa coerência que o indivíduo almeja para si, como forma de superar os abismos de

sentido abertos pela Modernidade, a fixação pela imagem do ídolo surgiria como consequência desse vazio existencial experimentado pelo indivíduo em questão (COELHO, 2003; HERMES, 1999; THOMPSON, 1995).

O conflito vivido pelo fã obsessivo decorre justamente dessa contradição: ao mesmo tempo em que o ídolo é visto como um referencial de valores estável e um modelo de comportamento, o fã tem consciência, de certa forma, que o ídolo também é um produto dessa mesma sociedade que manipula e massifica. E a relação fã-ídolo, nesse sentido, é quase sempre unilateral: a admiração que o fã nutre pelo ídolo não encontra correspondência na atenção que esse mesmo ídolo dedica ao fã (STOREY, 1996).

Essa não-correspondência de sentimentos (a exemplo do amor platônico descrito por Goethe em “Os sofrimentos do jovem Werther”) canaliza os esforços do fã para um comportamento cada vez mais destrutivo, que pode se voltar contra o próprio fã (e aí ele se suicida, por julgar que a vida sem o amor do ídolo não faz o menor sentido) ou ser dirigido para o objeto de sua admiração (e aí o fã concebe um plano delirante para eliminar o ídolo, a fim de que ele não brinque com os sentimentos de mais ninguém).

2.4 Dois clichês e uma proposta

Este capítulo teve como objetivo tentar compreender de que forma a concepção patológica do fã decorre de uma postura crítica em relação aos efeitos desagregadores da Modernidade. Isso não significa, entretanto, que o fato de tentar entender as razões de ocorrência dessa concepção patológica do fã seja uma forma de concordar com ela ou mesmo justificá-la academicamente. No entanto, a imagem da massa de garotas histéricas ou a figura do misantropo obsessivo se tornou tão recorrente em algumas abordagens da relação fã-ídolo que é praticamente impossível ignorar o impacto e a relevância desses conceitos. É necessário

compreender as circunstâncias que envolvem determinado fenômeno para que seja possível transcendê-la, superá-la e, finalmente, propor uma abordagem diferenciada.

A proposta deste trabalho é, justamente, partir das representações estereotipadas do fenômeno da idolatria com o objetivo de problematizar essa noção reducionista da relação fã-ídolo. Em um segundo momento, investigar de que forma o discurso e a prática do fã envolvem uma multiplicidade de discursos e práticas muitas vezes contraditórias entre si, que vão além da imagem da massa de garotas histéricas e do homem solitário e obsessivo acima descritas.

O capítulo 3 desta pesquisa tem como objetivo investigar, a partir de uma análise do filme “Quase famosos”, de que forma se dão as representações do gênero feminino no universo do rock’n’roll, principalmente no que diz respeito à fã de rock, quase sempre retratada como a histórica adolescente no meio da multidão ou como a *groupie* sexualmente liberada. Partindo do estereótipo acima descrito, pretende-se mostrar de que forma o filme procura incorporar as contradições envolvidas no discurso das *groupies*, oferecendo ao espectador uma imagem que transcende (em parte) a representação mais usual da fã de rock.

O capítulo 4, por sua vez, é dedicado à análise das representações do fã do sexo masculino no filme “Quase famosos”. De forma análoga ao capítulo 2, o objetivo é investigar como o roteiro de Cameron Crowe procura oferecer ao espectador uma imagem que transcenda os estereótipos relacionados ao universo do rock’n’roll.

No caso da representação do fã do sexo masculino, essa superação fica ainda mais evidente. Se as fãs do sexo feminino presentes em “Quase famosos” ainda estão presas à imagem da *groupie* sexualmente liberada (ainda que o filme não se limite a reproduzir essa imagem de forma convencional e acrítica), o fã do sexo masculino representado no filme está totalmente distanciado do estereótipo do misantropo homicida descrito anteriormente. Mais do que isso: o roteiro de Cameron Crowe parte de elementos que possivelmente configurariam

seus personagens masculinos como estereótipos (a solidão, o confronto com os valores da sociedade), para que, ao longo do filme, esses elementos sejam reorientados na criação de personagens mais ricos e complexos do que os encontrados na maioria de filmes sobre o universo do rock'n'roll.

Com isso, prepara-se o caminho para que uma abordagem crítica e multiperspectiva da relação fã-ídolo possa ser elaborada, na conclusão deste projeto. A proposta é conceber a prática do fã como um processo eminentemente ativo, que envolva não apenas o consumo como também a produção de artigos midiáticos – um processo contínuo de investimento de sensibilidade e afeto vivido pelo fã a partir da mediação operada pela imagem do ídolo.

3. ALÉM DA HISTERIA: CONTRADIÇÕES E CONFLITOS NA REPRESENTAÇÃO DAS *GROUPIES* EM “QUASE FAMOSOS”

A associação entre a figura do fã e a imagem da turba histérica e incontrolável deve ser entendida no contexto da emergência de uma sociedade de massas nas primeiras décadas do século XX. O temor das elites em relação ao potencial destrutivo e manipulável das multidões deu origem a essa concepção negativa da massa. O êxito persuasivo das técnicas de propaganda utilizadas em tempos de guerra, somado ao desenvolvimento dos meios de difusão coletiva, reforçaram as suspeitas de que a massa, conduzida pelas mãos erradas, poderia oferecer um perigo efetivo à ordem vigente e ao *status quo* (GIDDENS, 2002; SLATER, 2002).

O fato de essa representação da turba histérica e incontrolável ser composta, quase que unicamente, por membros do sexo feminino, denuncia a existência de uma mentalidade dualista que associa o sexo masculino à racionalidade e ao controle, e o sexo feminino ao lado emocional e à exacerbação dos sentimentos. Essa concepção dualista dos sexos pressupõe, então, a existência de uma lista de características essencialmente masculinas e essencialmente femininas, inerentes a qualquer indivíduo nascido homem ou mulher (HUYSSSEN, 1996).

Isso não significa que a massa não possa assumir uma configuração eminentemente masculina, como é o caso das torcidas organizadas de futebol que ocasionalmente freqüentam os tablóides ingleses em virtude de suas demonstrações de violência e vandalismo. Mas, nesse caso, a exceção acaba por confirmar a regra: a massa masculina tende a encontrar na agressividade sua forma de expressão, enquanto a massa feminina se limitaria a reproduzir o estereótipo da mulher histérica, hormonalmente descontrolada, que extravasa seus sentimentos, principalmente, através do grito e dos movimentos corporais frenéticos. Os homens que eventualmente fizerem parte dessa massa

demonstração, muito provavelmente, um comportamento considerado efeminado (JENSON, 2001).

3.1 Rock'n'roll: um gênero masculino por excelência?

A representação da mulher no universo do rock'n'roll é enormemente influenciada por essa concepção essencialista dos sexos. Soma-se a isso o fato de o rock'n'roll ser considerado um gênero musical essencialmente masculino, e o resultado é um modelo que reduz as possibilidades de representação da mulher a pouco mais de três “papéis” possíveis.

Assim como a associação automática entre “massa histórica” e “mulher” deve ser questionada, é preciso problematizar a idéia de que o rock'n'roll seria um gênero masculino por excelência. Alguns autores, como Simon Frith e Angela McRobbie, tentaram compreender essa questão analisando a esfera da produção: uma vez que a sociedade patriarcal reservou aos homens o papel de executivos e diretores das grandes gravadoras, o controle sobre as decisões de produção estaria, dessa forma, fora do alcance das mulheres (NEGUS, 1996, p. 123-127).

O mesmo se aplica aos estudos que lançam mão de estratégias herdadas da Semiologia com o objetivo de interpretar desde capas de disco até performances de palco, passando pela análise de letras de música e congêneres. Tais estudos, na maioria das vezes, caem no equívoco de partir de um pressuposto firmemente consolidado para, em seguida, buscar nos textos analisados a comprovação daquilo que eles desejam provar. Então, se o objetivo é denunciar o caráter essencialmente masculino do rock, uma capa de disco que apresente a imagem de um guerreiro medieval empunhando uma espada ou até mesmo o movimento de erguer o microfone sobre a cabeça durante um concerto pode ser prontamente interpretado como uma evidência da dominação fálica no universo do rock'n'roll.

Tal associação, no mínimo, fornece evidências a partir das quais é possível considerar que o rock foi construído a partir de decisões tomadas por homens. Ao contrário, pensar o rock como um gênero musical que foi construído como sendo masculino, em vez de algo que seja, em si, essencialmente masculino, permite que estratégias alternativas sejam elaboradas no sentido de ampliar o papel da mulher nesse universo. É o caso do Riot Grrrl, movimento *underground* de jovens feministas que buscam desafiar, através de sua música e de seu comportamento, o caráter supostamente misógino do rock'n'roll (LONGHURST, 1995, p. 120-123).

3.2 Mulheres no rock: entre a fragilidade e a fúria

Em virtude dessa concepção essencialista, que só recentemente começou a ser questionada, é possível afirmar que a representação da mulher no universo do rock oscila entre quatro papéis básicos – dois deles relativos à esfera da produção e os outros dois, à esfera do consumo.

Se fosse possível reunir todas as *bandleaders*, compositoras e instrumentistas surgidas ao longo das últimas cinco décadas, elas certamente poderiam ser divididas em dois grandes grupos de representações mais freqüentes da mulher na esfera da produção. Ambos refletem dois papéis atribuídos ao sexo feminino na cultura *hippie* – a Dama Frágil e a Mãe Terra. Não é à toa que os principais exemplos dessas representações surgem justamente nas décadas de 60 e 70, quando os movimentos contraculturais influenciavam boa parte da música produzida no período (*Ibid.*, p. 217).

O equivalente musical da imagem da Dama Frágil seriam as cantoras de voz cristalina e delicada, em geral ligadas à tradição do *folk-rock*, como Joni Mitchell, Joan Baez e Marianne Faithfull. Essas artistas não ocasionalmente ostentavam uma aparência etérea, e

faziam questão de sustentar, no palco, a imagem de sensibilidade e romantismo que suas músicas expressavam (LONGHURST, 1995, p. 217).

No extremo oposto, o equivalente musical da imagem da Mãe Terra seriam as cantoras de voz rascante, comportamento auto-destrutivo e postura de palco mais agressiva – herdeiras das grandes divas do *blues* e do *jazz*, como Billie Holliday, cujas biografias eram marcadas por episódios de violência e sofrimento. O exemplo mais flagrante dessa categoria é Janis Joplin, ainda que as posteriores Patti Smith e Courtney Love também constituam figuras expressivas nesse sentido (*Ibid.*, p. 217).

3.3 A tentação do reducionismo: o mito da *groupie* histórica

À fã de rock cabe escolher entre ser representada como uma adolescentes perdida e desindividualizada em meio à massa de garotas históricas, ou como a *groupie* sexualmente liberada, capaz de tudo para levar o astro de rock preferido para a cama. Ambas as representações começam a se fazer evidentes a partir do final dos anos 50, com o sucesso estrondoso de Elvis Presley nos Estados Unidos, em um primeiro momento, e com a explosão da Beatlemania na Inglaterra, já no início da década de 60 (NIKUNEN, 2004).

A nossa proposta, aqui, não é simplesmente condenar tais representações, por mais que elas sejam preconceituosas e reducionistas, mas antes tentar entender suas condições de ocorrência, bem como possibilidades de superação que elas porventura apresentem. Se afirmar que **toda fã de rock é uma *groupie* histórica** constitui um equívoco, também não deixa de ser uma forma de populismo cultural advogar que **essa história de *groupie* histórica não passa de uma conspiração da sociedade patriarcal para desmoralizar a condição feminina.**

Diante da imagem de centenas de adolescentes na faixa dos 13-15 anos, aglomeradas no saguão do Aeroporto JFK em uma espécie de transe coletivo, enquanto os Quatro Rapazes de Liverpool desembarcam do avião para sua primeira turnê nos Estados Unidos, é preciso ter uma confiança monumental na habilidade da tal sociedade patriarcal em criar uma ficção tão bem construída (EHRENREICH *et al*, 2001).

O mesmo se aplica à questão das *groupies*. Uma descrição como a apresentada por Longhurst (1995, p. 231) contraria qualquer expectativa de que todas as histórias relacionadas a esse tipo de prática não passem de um delírio de mentes pervertidas. No entanto, os depoimentos analisados por Longhurst não podem ser generalizados para toda e qualquer fã de rock do sexo feminino.

As reflexões acima têm como objetivo evidenciar que o principal problema das representações midiáticas da fã de rock é o seu caráter estereotipado. Uma vez que determinada mulher se declare fã de rock (ou esteja de alguma forma envolvida com esse universo – uma jornalista ou fotógrafa, por exemplo), então ela necessariamente estará enquadrada em uma dessas duas categorias (ou até nas duas categorias ao mesmo tempo, quem sabe). Uma vez que ela esteja devidamente “enquadrada”, suas atitudes, seu discurso e sua prática de fã necessariamente corresponderão ao que se espera de uma *groupie* ou de uma adolescente histórica no meio da multidão (CLINE, 2001).

A concepção essencialista-reducionista, como o próprio nome já denuncia, não reconhece a possibilidade de discursos conflitantes no seio de determinada prática, uma vez que ela busca revelar uma suposta essência inerente ao objeto representado. O estereótipo denuncia uma série de preconceitos e julgamentos de valor que a sociedade possui em relação ao comportamento da fã de rock. Sob essa perspectiva, tanto a *groupie* quanto a massa histórica acabam se configurando como mitos no sentido barthesiano, ou seja, desprovidos de seu caráter contraditório e, portanto, histórico (BARTHES, 1987; STRINATI, 1999).

3.4 Beatlemania: um exemplo de conflito entre discursos

A Beatlemania é considerada um dos melhores exemplos para ilustrar essa questão. Quando os Beatles surgiram na Inglaterra, no início dos anos 60, e quase que instantaneamente se converteram no fenômeno de comunicação de massa mais expressivo do século XX, o mundo jamais tinha experimentado comoção semelhante. A contribuição dos Beatles para o rock'n'roll transcende o aspecto meramente musical do quarteto. É impossível não considerar o impacto comportamental provocado pelos Beatles junto a uma sociedade que, após a prosperidade econômica dos anos do pós-guerra, voltava a abraçar o conservadorismo como forma de preservar as conquistas da última década (EHRENREICH *et al*, 2001).

Pode-se identificar aproximadamente quatro discursos diretamente relacionados à questão da Beatlemania: o discurso dos pais, o discurso (crítico, que aqui será chamado de) frankfurtiano⁷, o discurso feminista e o discurso dos fãs. O discurso dos pais condenava a Beatlemania em virtude de seu caráter sexualmente libidinoso, capaz de corromper os valores morais da juventude. O discurso frankfurtiano, por sua vez, via na Beatlemania o efeito mais perverso da Indústria Cultural atuando em uma sociedade de massas: centenas de jovens alienados de seu papel na sociedade, sendo cooptados por uma música reduzida à condição de mercadoria e produzida em uma espécie de linha de montagem, o que a tornava rigorosamente igual a tantas outras músicas produzidas em circunstâncias semelhantes.

Nos anos 70, com o advento dos Estudos Culturais britânicos, e a partir do momento em que pesquisadores acadêmicos oriundos dos movimentos feministas começam a se interessar pelas questões de gênero dentro da lógica da cultura de massa, o enfoque em

⁷ Relativo às idéias da Escola de Frankfurt e os autores a ela associados, em consonância com as críticas feitas por Kellner (1984).

relação a um fenômeno como a Beatlemania muda radicalmente. A idéia agora não é mais pensar o que a Beatlemania fazia com as audiências, mas sim o que as audiências faziam com a Beatlemania. As centenas de adolescentes delirantes à espera dos Beatles no aeroporto não eram vistas por esses estudos como um sintoma da alienação da sociedade contemporânea, ou mesmo como aprendizes de *groupie* que, daqui a cinco ou seis anos, provavelmente estariam se atirando na cama de algum astro do rock em troca de um pouco de atenção (EHRENREICH *et al*, 2001).

Ao contrário, tais pesquisas compreendem a participação das adolescentes em um fenômeno desse porte como um embrião do movimento pela liberação feminina, que se estabelecerá definitivamente alguns anos mais tarde. Ser fã dos Beatles e, principalmente, demonstrar esse sentimento de forma explícita, era o meio que essas adolescentes encontravam para desafiar as regras da sociedade patriarcal na qual estavam inseridas. Ostentar um cartaz com os dizeres “*Paul, I love you*” não era um indicativo de que a fã em questão desejava se casar ou mesmo fazer sexo com o Beatle, mas podia significar uma forma de protesto inocente contra o percurso namoro → noivado → casamento → cozinha que todas elas deviam percorrer até o fim da vida.

É certo que alguns desses estudos cometiam exageros na hora de exaltar o componente transgressor das subculturas jovens, desconsiderando solenemente o fato de os Beatles serem um produto submetido às regras do jogo da Indústria Fonográfica, em nome da defesa de um suposto potencial revolucionário-libertador da Beatlemania. Um caso extremo de populismo cultural nessa área, por exemplo, seria considerar as *groupies* como um protótipo da feminista radical, que exercem seu poder contra a opressão masculina utilizando o próprio corpo como instrumento de dominação e reduzindo o astro do rock, no caso, à condição de objeto (*Ibid.*, p. 90).

Uma possibilidade de contornar essa tendência ao radicalismo que tanto se faz presente nos estudos sobre a cultura de massa é tentar dar voz ao receptor – no caso, à fã de rock. O acesso aos elementos de conflito e consenso que caracterizam a condição da fã, longe das especulações moralistas sobre manipulação e resistência, só se torna possível a partir do momento em que o pesquisador se dispuser a ouvir o que a fã tem a dizer a respeito de sua vivência.

Este projeto não se configura, entretanto, como um estudo de recepção. A proposta deste capítulo é investigar as representações da fã de rock no filme “Quase famosos”. No entanto, parece impossível desconsiderar a contribuição dos estudos de recepção na análise do filme em questão: pretende-se rejeitar qualquer concepção dualista sobre o fenômeno da idolatria e a condição do fã, em nome de uma abordagem que revele a multiplicidade de camadas e discursos que constituem a imagem da fã de rock no filme dirigido por Cameron Crowe. Dessa forma, parte-se do estereótipo da *groupie* para analisar de que forma “Quase famosos” consegue ir além da opinião do senso comum sobre o universo do rock’n’roll.

3.5 As garotas da banda: um olhar sobre os personagens femininos de “Quase famosos”

“Quase famosos” possui dez personagens femininos de destaque⁸. Dentre esses dez personagens, dois estão envolvidos de forma estritamente profissional com o universo do rock’n’roll. Elaine Miller (a mãe do protagonista), por sua vez, sustenta uma postura de desprezo em relação ao rock. À exceção da namorada do guitarrista da Stillwater (para quem as fãs representam um desafio à suposta fidelidade de Russell Hammond) e da irmã do protagonista (apresentada como uma fã no sentido intelectual do termo, que coleciona discos,

⁸ São considerados personagens femininos de destaque aqueles que apresentam alguma relevância dramática dentro da lógica narrativa do filme – extras e figurantes ficam de fora dessa classificação, portanto.

acredita no potencial transformador da música e utiliza o rock como instrumento de libertação), todas os demais personagens femininos de “Quase famosos” com menos de 30 anos podem ser enquadrados na categoria de *groupies*.

Em outras palavras, todas as representações do sexo feminino em “Quase famosos” acabam sendo avaliadas em comparação direta ou indireta com a figura predominante da *groupie*. Cinco dos dez personagens femininos do filme são *groupies*, e é em torno do universo dessas jovens que se desenvolverá a maior parte da ação narrativa de “Quase famosos”.

A concepção reducionista segundo a qual a fã de rock tende a ser absorvida pela massa histérica e tornar-se desindividualizada não é aplicável em “Quase famosos”. Ao contrário, em nenhum momento as cinco *groupies* são apresentadas ao espectador no meio da multidão, junto aos fãs “tradicionais”. Mesmo nas cenas de show, as *groupies* ocupam posições de destaque, seja nos bastidores ou no palco, ao lado dos *roadies* e técnicos de som.

A idéia da massa frenética e incontrolável, aliás, não se faz presente no filme como um todo – talvez, pelo fato de “Quase famosos” radiografar um momento da história do rock posterior à Beatlemania, em que a imagem das adolescentes históricas foi (ou pode ter sido) substituída justamente pela figura da *groupie*.

Essa hipótese, entretanto, carrega consigo um pressuposto reducionista arriscado: o de que, em certa medida, as adolescentes históricas que gritavam pelos Beatles cresceram e viraram *groupies* libidinosas, cujo interesse atual estaria mais para *Satisfaction* do que para *I want to hold your hand*. De qualquer forma, “Quase famosos” não se detém em especulações nesse sentido. O fato é que o filme contém raríssimas cenas de assédio coletivo, e nessas cenas a massa de fãs permanece quase sempre sob controle.

3.5.1 Uma questão de terminologia: *groupies* ou *band-aids*?

No trecho deste capítulo dedicado à Beatlemania, verificou-se como os discursos sobre a questão do fã podem conter, simultaneamente, elementos de conflito e de consenso. A própria definição do que faz de determinado indivíduo um fã é atravessada por diversas interpretações nem sempre harmônicas entre si. Não é surpresa nenhuma, portanto, que um fã de rock, ao ser questionado sobre seu *status* de fã, reaja negando veementemente a condição que lhe foi atribuída, e prefira ser considerado um mero **admirador** ou **aficionado** pelo gênero.

Assim como o pressuposto de que o rock é essencialmente masculino e a massa histórica, essencialmente feminina, a distinção entre **fãs**, **admiradores** e **aficionados** também deve ser problematizada. Seguindo a definição utilizada por Shuker (1999, p. 127-128), a admiração do **fã** estaria mais relacionada à imagem do ídolo do que aos aspectos musicais ou técnicos do artista, enquanto o **aficionado** desenvolveria uma prática de consumo mais intelectual (*Ibid.*, p. 16-17). Em outras palavras, enquanto o fã corre atrás de um autógrafo ou da toalha utilizada pelo ídolo durante um show, o aficionado persegue o CD daquela apresentação raríssima na Polinésia Francesa ou se envolve em discussões intermináveis (com outros aficionados, logicamente) sobre a relevância de determinado álbum para a expansão dos limites musicais do gênero em questão.

Um tanto quanto deslocado em meio a tanta devoção, o **admirador** se restringiria a uma apreciação distanciada da obra desse artista – adquirir coletâneas, ou apenas os álbuns legitimados pela crítica oficial como sendo essenciais para a compreensão da obra em questão, se configuram como práticas “típicas” de um admirador.

O problema de estabelecer fronteiras rígidas entre a categoria do fã, do aficionado e do admirador é que, na prática, é impossível comprovar onde termina uma atividade “típica” de fã e onde começa uma atividade “típica” de aficionado. A relação que os consumidores de música popular mantêm com seus objetos de admiração não pode ser resumida em três categorias estanques. Em virtude desse fato, talvez seja mais adequado utilizar a postulação teórica de Lawrence Grossberg, segundo a qual o que diferencia essas três modalidades de consumo musical é menos o tipo de consumo praticado e mais o grau de afetividade envolvida em determinada prática (LONGHURST, 1996, p. 233; PUOSKARI, 2004).

Sob essa perspectiva, o que caracteriza a atividade do fã é um alto investimento de sensibilidade em relação tanto à imagem quanto à obra do ídolo. O conceito de “investimento de sensibilidade”, bem como a suposta distinção entre fãs, aficionados e admiradores, serão fundamentais para a compreensão dos elementos contraditórios presentes no discurso das *groupies* em “Quase famosos”.

Assim como o fã que reage negativamente à condição que lhe foi atribuída, as *groupies* do filme de Cameron Crowe também não aceitam ser chamadas de *groupies*, optando preferencialmente pelo termo *band-aids*⁹. Essa recusa fica patente no seguinte diálogo, entre os personagens William, Estrella e Penny Lane, logo no início do filme:

26 EXT BASTIDORES DO ESTÁDIO DE SAN DIEGO (TOPO DA RAMPA)

ESTRELLA
Com quem você está?

WILLIAM
Eu? Comigo mesmo.

ESTRELLA
Não, com quem você está? Com que grupo?

WILLIAM
Vim entrevistar o Black Sabbath. Sou jornalista. Não sou... você sabe...

⁹ “Ajudantes da banda”, em tradução aproximada. A exemplo do que se fez com o termo *groupie*, optou-se pela manutenção da expressão no idioma original.

PENNY LANE
Não é o quê?

WILLIAM
Oh, eu só... eu não sou... você sabe...

PENNY LANE
Não é o quê?

WILLIAM
Você sabe... uma *groupie*.

ESTRELLA
Ohhh!

WILLIAM
Desculpem, eu...

PENNY LANE
Nós... não somos... *groupies*.

ESTRELLA
Esta é Penny Lane, cara. Mais respeito.

WILLIAM
... desculpem.

PENNY LANE
Groupies dormem com astros do rock para ficarem perto de alguém famoso. Nós estamos aqui por causa da música. Somos *band-aids*.

ESTRELLA
Ela até dava aulas pras garotas.

PENNY LANE
Nós não transamos com os caras. Nós inspiramos a música. Estamos aqui por causa da música.

ESTRELLA
Foi ela que mudou tudo. Foi ela que disse: “Chega de sexo. Chega de explorar nossos corpos e nosso coração”.

WILLIAM
Legal.

ESTRELLA
Só boquete, nada mais.¹⁰

O diálogo evidencia a primeira de uma série de contradições no discurso das *groupies*. Em primeiro lugar, a fala de Penny Lane revela uma total auto-consciência do que o termo *groupie* significa, e exatamente quais práticas estão relacionadas ao fato de ser uma

¹⁰ Tradução nossa, a partir da versão legendada do filme. O diálogo original em inglês pode ser encontrado no Anexo desta pesquisa (p. 96, parte A).

groupie. A opção pelo termo *band-aid* seria uma forma de enobrecer a atividade desempenhada por elas dentro do universo do rock'n'roll, e afastar a imagem de escrava sexual que o termo *groupie* deixa transparecer. Essa distinção entre *groupie* e *band-aid*, de certa forma, reproduz a oposição entre fã e aficionado, principalmente no trecho em que Penny Lane afirma: “Nós estamos aqui por causa da música”.

Além disto, há o trecho em que Estrella revela que o contato físico das *band-aids* com os astros de rock não mais envolve a exploração de seus corpos e corações, restringindo-se unicamente à prática do sexo oral. A fala de Estrella é seguida por uma sonora gargalhada das demais jovens, o que, ao mesmo tempo em que invalida toda a declaração anteriormente enunciada, acaba por insinuar que a prática da *groupie* envolve uma série de sentimentos e atitudes contraditórias.

Em vários momentos ao longo do filme, as contradições entre a opção pelo termo *band-aids* e atitudes usualmente atribuídas às *groupies* se tornam evidentes. Quando Penny Lane e algumas garotas do grupo são “vendidas” para outra banda em troca de uma caixa de cerveja, após uma partida de pôquer entre músicos e empresários, a reação de Penny reforça a tensão existente entre o desejo de estabelecer laços de pertencimento em relação àquela banda e as contingências que a vida de *groupie* acaba impondo.

O mesmo se aplica ao triângulo amoroso que se estabelece entre Russell Hammond, o guitarrista da Stillwater; sua namorada oficial, Leslie; e Penny Lane, a líder das *groupies*. Se a relação entre astros do rock e *groupies* pressupõe o elogio do sexo casual, como forma de preservar ambas as partes do sofrimento que um relacionamento estável acaba por provocar, então não haveria razão para o ciúme que Penny sente no momento em que Leslie se junta à turnê. Da mesma forma, a tentativa de suicídio empreendida por Penny Lane no terço final de “Quase famosos”, de certa forma, materializa a contradição existente entre ser uma *groupie* e desejar um relacionamento estável ao lado de determinado astro do rock.

3.5.2 Uma questão de justificativa: a dimensão heróica do rock

Por ora, a seguinte questão permanece: afinal de contas, quais as razões que levaram os personagens femininos de “Quase famosos” a optar por uma vida no universo do rock’n’roll? Os parágrafos que se seguem são dedicados à investigação desse problema, a partir de evidências contidas no discurso dos personagens do filme.

Os diálogos de “Quase famosos” fornecem pistas que permitem elucidar algumas das possíveis respostas a essa questão. De imediato, é possível descartar a hipótese segundo a qual essa opção pelo rock decorre de um desejo inaplacável por aventuras sexuais dos mais variados tipos ou da possibilidade de um consumo farto de drogas e substâncias afins. O fato de os personagens de “Quase famosos” não sustentarem esse discurso, entretanto, não significa que o ingresso de alguns indivíduos no universo do rock não possa ter sido motivado pelo sexo e pelas drogas.

A partir de evidências contidas no próprio filme, é possível identificar duas prováveis justificativas para as escolhas de vida feitas pelos personagens de “Quase famosos”: uma diz respeito à opção pelo rock como meio de escapar à banalidade da vida cotidiana; a outra, por sua vez, compreende a *groupie* como consequência de um lar desfeito e/ou carente de valores morais.

Começa-se pela última justificativa, até porque ela se configura como uma das raras concessões do roteiro de Cameron Crowe ao estereótipo. Tal posicionamento não chega a ser desenvolvido em profundidade ao longo do filme, mas há um breve diálogo ao telefone entre a *groupie* Sapphire e Elaine Miller, a mãe do protagonista, em que tais questões se tornam evidentes.

67 INT QUARTO DE HOTEL DE WILLIAM
 INTERCUT:
 INT CASA DE WILLIAM – NOITE

ELAINE

Pode dar um recado para William? Peça que ele me ligue imediatamente, e diga também que eu sei o que está acontecendo.

SAPPHIRE

Só quero deixar clara uma coisa: você deveria se orgulhar dele. Eu conheço os homens, e a senhora também, aposto... Ele respeita as mulheres, e gosta delas. Vamos admirar alguém assim. A senhora fez um milagre, educou-o muito bem. Ele está se divertindo, fazendo um bom trabalho e... não se preocupe, continua virgem, estamos cuidando bem dele. *(pausa)* Sabe? Nem com meus pais eu me abro assim. *(pausa)* Aliás, aqui quem fala é a arrumadeira.¹¹

A frase “Nem com meus pais eu me abro assim” evidencia duas coisas: primeiro, que a relação de Sapphire com os pais nunca foi marcada pelo diálogo e pela compreensão mútua, o que pode explicar sua atração pelo universo do rock como uma forma de substituir essa entidade familiar ausente. Acompanhar uma banda em turnê pelo país, acordar todo dia com as mesmas pessoas e fazer as principais refeições na companhia dos artistas implicava, sem sombra de dúvida, o estabelecimento de laços afetivos entre as pessoas envolvidas. A cumplicidade que surgia a partir desse contato acabava por transcender o distanciamento implícito na relação fã-ídolo e criar um senso de comunidade (no sentido tradicional) entre artistas, *roadies* e *groupies*.

Em segundo lugar, o fato de William ser um rapaz que “respeita as mulheres” estabelece uma diferença entre o modelo familiar de Sapphire e o do protagonista do filme. As inflexões na voz de Sapphire não escondem uma certa inveja do fato de William ter uma mãe que se preocupa com ele, como se a liberdade conquistada por Sapphire ao ingressar no universo do rock não tivesse sido suficiente, e no fundo ela ansiasse por um retorno ao seio familiar. É possível perceber um vestígio de moralismo nesse discurso, o que enfraquece o argumento proposto pelo filme.

¹¹ Tradução nossa, a partir da versão legendada do filme. O diálogo original em inglês pode ser encontrado no Anexo desta pesquisa (p. 97, parte B).

Já a opção pelo rock como forma de escapar à banalidade da vida cotidiana oferece aos personagens de “Quase famosos” uma dimensão bem mais complexa. A oposição entre rock e vida cotidiana encontra correspondência na exaltação da vida heróica pelo movimento romântico do século XIX – com o qual, aliás, o rock da década de 70 possui uma infinidade de pontos em comum.

Sob essa ótica, a vida cotidiana é banal, composta de rotinas sem significado cujo único objetivo é manter o sistema capitalista em pleno funcionamento e fortalecer a burguesia dominante. A opção pela alteridade, por uma vida de excessos, intimamente relacionada à boêmia, à bebida e aos prazeres do sexo, se configura como uma alternativa a esse cotidiano mecânico e burocrático (BOLLON, 1993, p. 53-65).

Só recentemente, a partir do final dos anos 70, a vida cotidiana passou a ser encarada não apenas sob o prisma da reprodução da ideologia burguesa, mas também como esfera de resistência. Os estudos de Michel deCerteau, na década de 80, e Mike Featherstone, nos anos 90, propõem que a vida cotidiana seja pensada em sua dimensão contraditória, possibilitando tanto o conformismo quanto o desenvolvimento de táticas que visem a superação desse estado (DeCERTEAU, 1994; FEATHERSTONE, 1997).

Em 1973, ano em que a ação do filme se desenrola, os movimentos contraculturais da década anterior já haviam perdido boa parte do seu impacto original, e a contracultura propunha justamente uma revalorização das práticas cotidianas como forma de combater o sistema. Basta comparar quem eram as figuras mais proeminentes do rock no final dos anos 60 (cantores *folk* e politicamente engajados como Bob Dylan e Joan Baez) com as bandas megalomaniacas da década seguinte (Led Zeppelin, Black Sabbath) para que se tenha uma idéia da transformação sofrida pela utopia contracultural na esfera do rock (BLOOMFIELD, 1991).

O discurso com o qual os personagens de “Quase famosos” se alinham, portanto, está inserido nesse retorno à exaltação da vida heróica e repleta de feitos extraordinários no início da década de 70, que, no universo do rock’n’roll retratado pelo filme, corresponderá à ascensão meteórica da banda Stillwater ao estrelato.

Em uma das primeiras seqüências do filme, Anita (a irmã do protagonista) é vista deixando a casa da mãe para morar com o namorado e se tornar aeromoça, ao som de uma canção da dupla Simon & Garfunkel. O rock, no contexto dessa cena, simboliza o impulso de se libertar da opressão da vida familiar e “cair no mundo” à procura de aventuras.

Dois diálogos entre William e Penny Lane ilustram perfeitamente essa oposição entre rock e vida ordinária. O primeiro diálogo ocorre no terço inicial do filme, dentro do carro de Penny Lane:

35 INT CARRO DE PENNY – NOITE

PENNY LANE

Sempre digo às meninas: não levem nada a sério, assim não sofrerão e sempre se divertirão. E, caso se sintam solitárias... vão para uma loja de discos e visitem os amigos.¹²

A fala de Penny Lane não apenas funciona como uma “declaração de princípios” da líder das *groupies*, como também sugere a idéia de que a opção pelo rock decorre de um vazio existencial experimentado pelo indivíduo. Esse vazio precisa ser preenchido de alguma forma, de preferência sem que isso provoque algum tipo de sofrimento ou desilusão. Qualquer semelhança desse discurso com a imagem do indivíduo em crise com os valores da sociedade e incapaz de confiar no seu semelhante não é mera coincidência.

O surpreendente é que esse discurso, quase sempre associado à figura masculina, seja proferido por um personagem feminino que, de acordo com a imagem-clichê da fã, ou estaria sendo assimilado pela massa histérica ou atirando-se acriticamente nos braços de

¹² Tradução nossa, a partir da versão legendada do filme. O diálogo original em inglês pode ser encontrado no Anexo desta pesquisa (p. 98, parte C).

algum cantor de rock. Dessa forma, “Quase famosos” fornece elementos para que o espectador, concordando ou não com os argumentos apresentados, pelo menos compreenda as condições de ocorrência de determinado comportamento.

O papel do ídolo nesse processo de busca existencial (intimamente relacionado às questões de identidade na sociedade moderna) também é evidenciado em outro diálogo entre William e Penny Lane:

98 INT BANHEIRO DO HOTEL EM GREENVILLE, TENNESSEE

WILLIAM

Você não tem nenhum amigo normal?

PENNY LANE

Os famosos são mais interessantes.

WILLIAM

Bem, eu teria receio de ser usado por eles. (*pausa*) Não que você esteja sendo usada, eu...

PENNY LANE

Rapaz, se isso fosse a vida real e alguém me dissesse isso...¹³

Por trás da frase “Os famosos são mais interessantes”, identifica-se a imagem do ídolo servindo de modelo de comportamento e padrão de referência para Penny Lane, como forma de suprir a carência de valores morais inerente à sociedade moderna. Da mesma forma, é possível projetar o significado dessa frase (que, no contexto do filme, é proferida em 1973) alguns anos no futuro e utilizá-la como um instrumento para compreender a lógica da sociedade atual, na qual as celebridades e os ícones da cultura da mídia desempenham um papel cada vez mais significativo nos processos identitários contemporâneos (HERMES, 1999; HERSCHMANN; PEREIRA, 2003; KELLNER, 2001; THOMPSON, 1995).

¹³ Tradução nossa, a partir da versão legendada do filme. O diálogo original em inglês pode ser encontrado no Anexo desta pesquisa (p. 98, parte D).

3.5.3 Uma questão de hierarquia: distinção e liderança

Se “Quase famosos”, indiretamente, acaba por reiterar a idéia de que toda fã de rock é uma *groupie*, por outro lado o filme oferece ao espectador uma visão complexa e cheia de nuances desse universo. Essa riqueza na descrição das *groupies* decorre, em parte, do conhecimento que o diretor Cameron Crowe possui dos bastidores do rock’n’roll (dada a sua experiência como jornalista da conceituada revista Rolling Stone) e se reflete, principalmente, em dois aspectos revelados pelo filme.

O primeiro desses aspectos é a distinção que as próprias *groupies* retratadas no filme fazem entre o que supostamente seria uma boa *groupie* e uma má *groupie* – ou, em outras palavras, entre uma boa fã e uma má fã de rock. Isso fica claro no diálogo final entre Sapphire e o guitarrista da Stillwater, Russell Hammond.

157 INT BASTIDORES – REFEITÓRIO

SAPPHIRE

Dá pra acreditar nessas garotas novas? Não usam anticoncepcional, e comem toda a carne... *(pausa)* Elas nem saber o que é ser fã: amar de verdade uma canção boba ou um grupo, tanto, que chega a doer.¹⁴

Tal diálogo revela uma auto-consciência profunda, por parte das *groupies*, daquilo que as configura como tais. A distinção entre *groupies* boas e más não é muito diferente da distinção feita pelos fãs “convencionais” (i.e., que não se envolvem de forma tão íntima com o universo do artista), a partir da comparação entre práticas específicas relacionadas ao culto à imagem do ídolo.

Se Grossberg postula que a diferença entre fãs e aficcionados, longe de demarcar modos de consumo distintos, reside no grau de envolvimento e investimento de sensibilidade demonstrado pelo consumidor em questão (LONGHURST, 1996, p. 233-234), então o

¹⁴ Tradução nossa, a partir da versão legendada do filme. O diálogo original em inglês pode ser encontrado no Anexo desta pesquisa (p. 98, parte E).

estabelecimento de uma hierarquia dentro do grupo de fãs acaba surgindo como consequência natural desse processo de distinção operado no seio do próprio grupo.

Fãs-clubes, por exemplo, apesar de serem entidades de livre associação (qualquer um que deseje participar pode tornar-se um membro, desde que compartilhe com os demais integrantes um interesse comum pelo objeto de culto), geralmente possuem uma estrutura hierárquica bem definida. É comum que os fãs-clubes apresentem um presidente, um vice-presidente, um tesoureiro e alguns secretários, o que configura o fãs-clubes como uma espécie de empresa, nos moldes de uma corporação capitalista tradicional (FISKE, 2001).

Mas o que determina que um indivíduo em especial seja considerado presidente do fãs-clubes, e outro, reduzido à mera condição de secretário? Será possível medir o nível de investimento de sensibilidade empregado pelos membros de determinado fãs-clubes, como forma de estabelecer a posição ocupada por cada indivíduo dentro da estrutura hierárquica da entidade?

No caso de “Quase famosos”, essa idéia de hierarquia fica ainda mais evidente. Apesar de o filme não trabalhar com a noção de fãs-clubes, no sentido convencional da expressão, as *groupies* retratadas em “Quase famosos” acabam por formar uma entidade cuja estrutura se assemelha a de um fãs-clubes, pelo menos no que diz respeito às relações de poder e hierarquia.

Dentro dessa lógica, Penny Lane é saudada não apenas como a líder do grupo de garotas retratado pelo filme, mas também como “a líder das legendárias band-aids” – título que transcende as fronteiras da pequena comunidade de *groupies* ilustrada por “Quase famosos”. A influência de Penny Lane se estende para além de sua relação com as demais garotas que acompanham a Stillwater. A rede de relações que Penny construiu, ao longo de anos de serviços prestados ao universo do rock, autorizam-na a decidir quem é digno de fazer parte do grupo e quem deve ficar de fora.

Em uma cena na qual William conversa com a mãe ao telefone, nos corredores de um estádio onde a Stillwater acabou de se apresentar, vê-se Penny Lane parada na porta de um camarim, olhando com desprezo para duas garotas que passam pelo local e ordenando que elas “circulem” para longe dali. O olhar de reprovação das duas garotas denota um reconhecimento da autoridade de Penny: elas imediatamente se retiram, sem hesitar.

Dizer que Penny Lane se tornou a líder das *groupies* única e exclusivamente por causa do excesso de sensibilidade investido por ela no culto aos astros de rock (ou, trocando em miúdos, em virtude da quantidade de astros de rock que ela conseguiu levar para a cama ao longo de sua prolífica carreira), entretanto, não justifica plenamente sua condição. No máximo, explica por que Penny Lane é capaz de provocar inveja nas demais garotas: afinal de contas, ele esteve na companhia de astros com os quais as outras fãs, *groupies* e não-*groupies*, só podem sonhar em estar perto. Por outro lado, os jornalistas de rock também tem acesso à intimidade dos astros e nem por isso são elevados à condição de líder pelos fãs.

É interessante verificar como o conceito de **capital cultural**, utilizado por Pierre Bourdieu em seus ensaios, pode ser aplicado a essa questão. Bourdieu pensa o consumo cultural como um processo cujo objetivo primordial é a busca pela distinção. O acúmulo de capital cultural permite, na sociedade contemporânea, o demarcamento de fronteiras no interior da sociedade, de forma análoga ao que o acúmulo de capital econômico permitia em um momento anterior da História. Se o indivíduo assiste aos filmes, ouve as músicas, lê os livros e degusta os pratos legitimados como possuidores de *status*, isso fornece elementos para que ele adquira capital cultural e se destaque perante os demais (BOURDIEU, 1983; GIDDENS, 2000, p. 80).

Desenvolvida pela inglesa Sarah Thornton, a noção de **capital subcultural** preserva a essência do pensamento de Bourdieu, mas aplica o conceito do sociólogo francês em relação aos processos de distinção no seio das subculturas jovens. Dessa forma, pode-se

compreender a estrutura hierárquica das *groupies* de “Quase famosos”, bem como a posição de liderança ocupada por Penny Lane, em termos de acúmulo de capital subcultural. A lógica das *groupies* não valoriza o tipo de contato que os jornalistas de rock possuem com os astros da música, da mesma forma que um fã-clube “tradicional” não atribuirá tanta importância ao fato de determinado membro ter conseguido levar o ídolo para a cama (NEGUS, 1996, p. 20-22).

O conceito de **capital subcultural** aplicado ao caso das *groupies* não apenas explica a inveja que Penny Lane desperta nas demais garotas, como também justifica que elas aceitem sem contestar o domínio de Penny. Por mais que se esforcem, elas jamais conseguirão alcançar o *status* conquistado pela líder das *groupies*. Não é à toa que a idéia de aposentadoria se faz tão recorrente no discurso de Penny Lane: a única forma de perder o posto de liderança conquistado é abandonando a vida de *groupie*, o que ajudaria a diminuir a distância que separa Penny das demais pretendentes ao posto.

4. ALÉM DA MISANTROPIA: O DISCURSO DOS FÃS MASCULINOS EM “QUASE FAMOSOS”

Nos capítulos anteriores, foi apresentado que a concepção patológica do fã decorre de uma postura crítica em relação aos efeitos desagregadores da modernidade ocidental. Tanto o estereótipo da massa de garotas histéricas e sexualmente liberadas, quanto a imagem do indivíduo solitário, obsessivo e de tendências homicidas, devem ser entendidos nesse contexto.

Há, no entanto, um ponto de interseção que aproxima e unifica ambas as representações patológicas do fenômeno da idolatria, que é a concepção segundo a qual o fã pertence à esfera da alteridade. A maioria dos estudos pioneiros sobre a questão do fã partia de um princípio mais especulativo do que propriamente empírico: raramente tais estudos se propunham a compreender os modos de vida dessa classe de consumidores através do discurso e das práticas do próprio fã.

Para determinados estudos que abordaram tais questões, o fã é um “outro” perigoso, cujas práticas e cujos comportamentos socialmente desviantes devem ser analisados com o máximo de distanciamento crítico por parte do observador. É quase como se um contato maior entre este último e o objeto de estudo pudesse contagiar o pesquisador e levá-lo, perigosamente, para “o outro lado” (JENSON, 2001, p. 23).

A oposição entre o fã e o restante do mundo não fica restrita à relação entre pesquisador e objeto de estudo: na esfera do senso comum, o fã é visto como alguém incapaz de estabelecer distinções – entre o real e a ficção; entre admiração e amor incondicional; e, finalmente, entre a própria identidade e a identidade do ídolo. O fã está permanentemente confuso em relação ao lugar que ocupa na sociedade, à natureza de seus sentimentos em

relação ao ídolo e à própria condição de fã que o restante da sociedade lhe atribui (STOREY, 1996, p. 124).

4.1 Cameron Crowe: considerações sobre o autor-personagem de “Quase famosos”

As considerações feitas anteriormente, sobre a barreira invisível entre o fã e o restante da sociedade, estão diretamente relacionadas ao tema deste capítulo: a representação dos fãs do sexo masculino no filme “Quase famosos”. Supõe-se que as representações dos fãs do sexo masculino presentes no filme serão mais ricas (portanto, mais afastadas do estereótipo) do que as representações do sexo feminino, ainda bastante presas à idéia de que toda mulher com menos de 30 anos que esteja inserida no universo do rock’n’roll será, necessariamente, uma *groupie*. Essa diferença entre modos de representação decorre, entre outras prováveis razões, do caráter autobiográfico do filme e do fato de o roteiro de “Quase famosos” estar centrado em um protagonista do sexo masculino.

O caráter autobiográfico do filme está diretamente relacionado à discussão que iniciou este capítulo. “Quase famosos” é baseado nas memórias do diretor e roteirista Cameron Crowe, o que este admitiu abertamente em entrevistas à imprensa na época do lançamento do filme (BOSCOV, 2001; BRAGA, 2000). É desnecessário enumerar os pontos de contato entre a trajetória de Cameron Crowe, o criador, e William Miller, a criatura e protagonista do filme. O objetivo não é demonstrar o caráter autobiográfico de “Quase famosos”, mas sim investigar de que forma o caráter autobiográfico do filme influencia a maneira pela qual os fãs do sexo masculino são representados no roteiro.

Tal consideração remete diretamente à idéia da barreira invisível entre os fãs e o restante da sociedade: em “Quase famosos”, essa barreira praticamente inexiste, uma vez que o próprio Cameron Crowe assumiu o papel de fã ao elevar o personagem William Miller à

condição de alter-ego. Ao se assumir como um fã a quem foi concedida a oportunidade de rodar um filme sobre as próprias lembranças de juventude, Cameron Crowe dissolveu a fronteira entre observador e observado.

Sendo, ao mesmo tempo, protagonista do filme e alter-ego do diretor, o personagem William Miller se converte em uma espécie de porta-voz das idéias e dos valores do diretor/roteirista. Ao espectador, resta a possibilidade de concordar ou discordar desses valores, mas como o filme está centrado na trajetória de amadurecimento do protagonista, é impossível não ser conduzido pela voz do personagem principal, por mais que a platéia não compactue com ela.

Ao defender esse argumento, não se tem a intenção de abraçar explicações reducionistas que tenderiam a considerar todo filme declaradamente autobiográfico como mais “sincero”, “autêntico” ou “correto” na representação de determinado universo. Não é o fato de ser autobiográfico que torna “Quase famosos” um retrato mais “verdadeiro” do que seria um fã de rock. Mas o fato de ser autobiográfico diminui o abismo que a maioria dos “filmes de rock” estabelece entre quem cria a representação e o universo que é representado – pelo menos, no que diz respeito ao personagem William Miller.

Em outras palavras, as fãs do sexo feminino retratadas em “Quase famosos” não alcançam o mesmo grau de complexidade dos fãs masculinos porque, até onde se saiba, Cameron Crowe nunca foi uma *groupie*. Por mais que tenha circulado pelos bastidores do rock durante boa parte de sua vida, travado contato com *groupies* e se baseado no relato de várias delas para compor um personagem como Penny Lane, falta a Cameron Crowe a vivência, a prática e portanto, a experiência profunda do que é ser uma *groupie*.

O envolvimento pessoal do diretor com o universo do qual William Miller faz parte impedirá, portanto, que “Quase famosos” se limite a reproduzir o estereótipo do misantropo obsessivo e de tendências homicidas, usualmente relacionado aos fãs do sexo

masculino. No entanto, é interessante perceber como Crowe, embora parta de elementos que potencialmente configurariam seu William Miller como um personagem-clichê, acaba optando por uma abordagem diferenciada e mais complexa.

Para entender de que forma o diretor/roteirista articula tais elementos e transcende a representação estereotipada, é preciso, em um primeiro momento, analisar de forma mais detalhada os elementos que constituem a imagem do indivíduo misantropo e obsessivo para que, posteriormente, seja possível identificar representações alternativas dessa imagem.

4.2 O mito do misantropo obsessivo: decupando o estereótipo

O indivíduo misantropo e obsessivo pode ser definido como uma representação extrema do **eu mínimo** moderno. O eu mínimo é caracterizado por um comportamento de fuga aos horrores do mundo, movido por um impulso narcisista que obriga o indivíduo a cortar laços com o restante da sociedade. Fechado em seu próprio universo, alheio à crise de valores morais que assola o mundo exterior, e às voltas com suas próprias questões existenciais, o eu mínimo tende a apresentar uma elevada carência de modelos de comportamento e referências de vida nas quais basear sua conduta (GIDDENS, 2002, p. 158-166).

A obsessão pela imagem do ídolo decorreria, em parte, desse vazio. O *eu mínimo* tem aversão à sociedade, à possibilidade de ser engolido pela massa, e procura sair de casa o menos possível. Seu contato com o mundo exterior se dá, principalmente, por intermédio da televisão. Por ser um “refém” da TV, esse indivíduo tende a ser encarado como um receptor passivo das imagens e sons produzidos pela cultura da mídia. A falta de contato com o mundo exterior faz com que esse indivíduo considere aquilo que a televisão veicula como sendo a realidade. Não é à toa que um dos sintomas mais freqüentes desse tipo de comportamento é a

confusão que o indivíduo geralmente faz entre ator e personagem: as situações apresentadas na novela ou nos seriados de TV são imediatamente transpostas para a vida cotidiana dos intérpretes (GIDDENS, 2002, p. 158-166).

A obsessão do fã pela imagem do ídolo alterna impulsos de amor e ódio. O desejo de eliminar o ídolo pode decorrer tanto de uma consciência súbita da não-reciprocidade entre sentimentos (quando o fã descobre que o amor incondicional que sente não é correspondido na mesma medida pelo ídolo) como de uma frustração (quando o fã descobre que, por trás da imagem de perfeição sustentada pelo ídolo, existe um lado obscuro, perverso e indigno de sua admiração) (THOMPSON, 1995).

É nesse momento que a capacidade racional do fã (quase sempre do sexo masculino, porque a mulher costuma canalizar suas energias para atividades intelectualmente menos desafiadoras, como gritar ou fazer sexo) entra em ação. Essa racionalidade se reflete na capacidade que o fã do sexo masculino possui de acumular uma série de informações enciclopédicas sobre o ídolo, bem como na habilidade desse mesmo fã em elaborar planos mirabolantes para se aproximar do ídolo e, em casos extremos, até mesmo assassiná-lo (LEWIS, 2001).

Nas ocasiões em que o fã obsessivo e homicida for representado por uma mulher, ela quase sempre apresentará trejeitos masculinizados (a exemplo da protagonista do filme “Louca obsessão”) e, para não negar sua essência feminina, será dada a ataques histéricos quando estiver diante de uma situação adversa.

O problema é quando o comportamento de cinco ou seis fãs patológicos começa a ser generalizado para todos os fãs do sexo masculino existentes sobre a face da Terra. Da mesma forma que toda garota fã de rock carregaria o embrião de uma *groupie*, então todo garoto fã de rock seria um Mark Chapman¹⁵ em potencial. Assim como a *groupie*, o fã

¹⁵ Assassino do ex-Beatle John Lennon e fã declarado do cantor e compositor inglês (STOREY, 1996).

misanthropo e solitário também se configura como uma espécie de mito barthesiano, desprovido de contradições e destituído de seu caráter histórico (BARTHES, 1987; STRINATI, 1999).

A exemplo do que Umberto Eco fez com o personagem James Bond (ECO, 1991, p. 149-187), é possível decupar o mito do fã obsessivo e reduzi-lo a uma série de características fundamentais, através das quais ele pode ser facilmente identificado. No que diz respeito à aparência física, o fã obsessivo nunca se enquadra no padrão dominante de beleza: geralmente é gordo demais ou magro demais, excessivamente feio ou portador de algum defeito físico que o torne repugnante frente ao objeto de sua admiração. Suas roupas estão constantemente desalinhadas ou fora de moda: o fã obsessivo só se preocupa com o visual nos momentos em que pretende estar perto do ídolo.

Nem todo fã obsessivo é um monstro deformado e mal-vestido: às vezes o indivíduo é tão “convencional”, tão ordinário, que sua presença jamais é notada. Nesse caso, a invisibilidade é seu maior problema. Soma-se a esse fato uma inexorável tendência à timidez, que compromete o indivíduo em suas tentativas frustradas de socialização. Nas ocasiões em que tenta se aproximar de alguém – uma mulher, por exemplo – o resultado é quase sempre catastrófico. Ele gagueja, transpira em excesso e acaba agindo de forma desagradável, o que afasta definitivamente o alvo de seus sentimentos (LEWIS, 2001).

O fã obsessivo é, portanto, um solitário. Em virtude dessa dificuldade de socialização, o fã obsessivo tende a ser sexualmente mal-resolvido. Em muitos casos, o indivíduo teve uma iniciação sexual traumática (a maioria dos psicopatas foram alvo de abusos sexuais na infância) ou é virgem (nesse caso, a energia sexual acumulada é canalizada para atos homicidas). É comum que ele apresente um comportamento sexual aberrante, repleto de fetiches ou perversões (sodomasoquismo, pedofilia). Outra possibilidade é que a falta de tato com as mulheres, e o desejo secreto de submetê-las, revele uma tendência

enrustida ao homossexualismo: de dia, o indivíduo observa a mulher por quem é obcecado através da janela; à noite, frequenta redutos *gays* ou busca o consolo de prostitutas (LEWIS, 2001).

O misantropo homicida também pode ser o fruto de um lar desfeito e carente de valores morais. A mãe faleceu quando o indivíduo ainda era pequeno e ele ficou aos cuidados do pai alcoólatra e violento; ou, pelo contrário, quem faleceu (ou partiu com outra família) foi o pai, e nesse caso, o indivíduo ficou sob a responsabilidade da mãe tirana e superprotetora. Em ambos os casos, a infância repleta de traumas acaba se refletindo na conduta do indivíduo adulto: na ausência de amigos de longa data; na incapacidade de confiar nos outros; e, finalmente, na sua dificuldade em aceitar regras ou mesmo em subvertê-las. A infância traumática pode transformar o indivíduo tanto em um rebelde sem causa quanto em um conformista incorrigível. Ambos os caminhos levam, inevitavelmente, à psicopatia.

4.3 Representações do fã masculino em “Quase famosos”: três perfis

Conforme exposto anteriormente, supõe-se que o discurso dos fãs do sexo masculino em “Quase famosos” funciona como uma espécie de “declaração de princípios” do filme como um todo. Por “declaração de princípios”, entenda-se o sistema de valores e contra-valores que o filme legitima e endossa através do discurso de seus personagens. Alguns elementos desse sistema podem ser entrevistados no discurso das *groupies*, mas no caso dos fãs do sexo masculino essa característica fica mais evidente, em virtude da posição central ocupada pelo personagem William Miller – protagonista e alter-ego do diretor/roteirista de “Quase famosos”.

Por apresentar personagens que circulam pelos bastidores do universo do rock’n’roll, ou cujo meio de vida está diretamente relacionado a esse universo, é natural que

“Quase famosos” se proponha a discutir os valores e as contradições que fazem parte do discurso desse gênero musical. Daqui para frente, a expressão Ideologia do Rock será empregada com o objetivo de nomear esse conjunto de valores e contradições que atravessam o gênero musical em questão. Esse sistema se apresenta sob a forma de uma série de oposições binárias, que estabelecem fronteiras rígidas entre o que deve ser valorizado por empresários, artistas e fãs, por um lado, e o que deve ser condenado como algo que não faz parte do universo do rock’n’roll, por outro lado (HESMONDALGH, 1998, p. 298).

Em um primeiro momento, portanto, será realizada a análise do perfil dos personagens masculinos de “Quase famosos” que podem ser enquadrados na categoria de fã: o jornalista e crítico musical Lester Bangs, o protagonista William Miller, e Vic, um garoto fã do Led Zeppelin cujas breves aparições levantam algumas das questões centrais que serão discutidas ao longo deste capítulo.

A intenção é investigar de que forma o filme parte de elementos potencialmente estereotipados para ir além da imagem do misantropo obsessivo e homicida. Em um segundo momento, será analisada a maneira pela qual os fãs masculinos de “Quase famosos” se configuram como porta-vozes dos valores dessa Ideologia do Rock, sem deixar de lado a necessidade de problematizar as oposições binárias que fundamentam esse discurso.

4.3.1 Lester Bangs: entre a solidão e o sarcasmo

O personagem Lester Bangs apresenta uma natureza dúbia: a princípio, ele poderia ser enquadrado tanto no núcleo da imprensa (representado pelos jornalistas e editores da Rolling Stone) quanto no núcleo dos fãs. Entretanto, os valores defendidos por Lester muitas vezes entram em choque com aquilo que os editores da revista Rolling Stone pregam como sendo a conduta de um “jornalista de rock”, por exemplo. Sob essa ótica, a postura

jornalística de Lester estaria mais de acordo com o comportamento de um fã do que em sintonia com os (discutíveis) princípios de imparcialidade e objetividade defendidos por um veículo de imprensa como a Rolling Stone, por exemplo (FRITH, 1996, p. 67).

Lester Bangs é o único personagem de “Quase famosos” cuja descrição, no filme, corresponde integralmente à pessoa que o inspirou na vida real. Os demais personagens (como Penny Lane, por exemplo) são amálgamas de diversas figuras com as quais Cameron Crowe travou contato nos bastidores do rock, mas Lester é o único cujo nome real foi preservado.

Célebre pelo tom ácido de suas resenhas e pelo estilo inconfundível de sua escrita (os textos de Lester às vezes continham comentários entre parênteses que eram mais extensos do que o restante do parágrafo em que esses comentários estavam inseridos), Lester foi o editor da extinta Creem Magazine, uma publicação *underground* voltada para a cobertura de eventos musicais e bandas que raramente freqüentavam as páginas dos veículos da imprensa *mainstream* como a própria Rolling Stone (RONDEAU, 2001; SHUKER, 2002, p. 92).

É irrelevante para esta pesquisa tentar estabelecer semelhanças entre o Lester da ficção e o Lester real, como forma de testar a veracidade do retrato apresentado pelo filme. No entanto, a partir do perfil do Lester que “Quase famosos” nos apresenta, é possível identificar alguns elementos característicos do misantropo obsessivo descrito no início deste capítulo.

Em primeiro lugar, a aparência física. As roupas amarrotadas, o cabelo em desalinho (denunciando hábitos de higiene precários), o andar desajeitado e o corpo não exatamente em forma caracterizam Lester como alguém que não está em sintonia com os padrões de beleza e aparência da sociedade. Em segundo lugar, sua moradia: nas poucas vezes em que é permitido ao espectador ter acesso ao apartamento de Lester Bangs, o que se vê é

um caos indescritível. O lugar é escuro, mal iluminado, e é impossível não atentar para a quantidade de discos de vinil espalhados pelo chão e nas estantes.

Em terceiro lugar, os vícios: Lester fuma, bebe, e durante um diálogo com William logo no início do filme, deixa claro que já consumiu drogas como forma de aumentar sua produtividade. E finalmente, mas nem por isso menos importante, a questão da sociabilidade: Lester é apresentado como alguém à margem da sociedade. O trabalho de câmera e a fotografia do filme (a cargo de John Toll) procuram refletir esse estado de abandono vivido pelo personagem: nas ocasiões em que o filme mostra Lester em seu apartamento, ele está sempre sozinho, e a iluminação em contra-luz reforça a atmosfera de melancolia.

Essa postura de distanciamento em relação à sociedade, entretanto, não faz com que Lester se perceba como uma vítima indefesa da crueldade do mundo, e é exatamente nesse ponto que o personagem se afasta do estereótipo do indivíduo solitário e obsessivo. Apesar de uma certa melancolia, Lester não converte esses sentimentos em uma postura auto-destrutiva e nem canaliza sua raiva para atos extremos. Ao contrário, prefere substituir a amargura pelo cinismo e a depressão por um senso irônico de superioridade, enxergando a arte, a música e o “verdadeiro” rock como forma de demonstrar sua visão de mundo.

A figura do **conselheiro, guru** ou **mentor**, tão recorrente em histórias mitológicas ou narrativas heróicas, assume em “Quase famosos” a imagem de um crítico de rock gordo, bêbado e solitário, que sustenta uma postura criticamente distanciada em relação a determinados códigos legitimados pela sociedade. Essa postura se reflete no uso jocoso da palavra *cool*¹⁶, que para Lester é sinônimo da ausência de neurônios. Isso fica evidente em uma seqüência na qual ele dialoga ao telefone com o protagonista William Miller.

¹⁶ *Cool* pode ser livremente traduzido para o português como “esperto”, “bacana”, “legal”. Optou-se, entretanto, por manter a palavra em seu idioma original.

153. INT QUARTO DE LESTER
 INTERCUT
 INT. ESCRITÓRIO DA ROLLING STONE – NOITE

LESTER BANGS

Rapaz... você ficou amigo deles. A amizade é a bebida que eles te dão pois querem
 você bêbado e se sentindo um deles.

WILLIAM

Bom, foi divertido.

LESTER BANGS

É que fazem você se sentir *cool*. E eu conheço você. Você não é *cool*.

WILLIAM

Eu sei. Mesmo achando que era, eu sabia que não era.

LESTER BANGS

Nós não somos *cool*. Mulheres sempre vão ser um problema para caras como nós,
 mas a melhor arte do mundo é sobre esse problema. Caras bonitos são invertebrados.
 A arte deles não dura. Eles ganham as garotas, mas nós somos mais inteligentes.

WILLIAM

Sim, agora percebo isso.

LESTER BANGS

A melhor arte é a respeito de culpa, desejo, amor disfarçado de sexo, sexo disfarçado
 de amor. Vamos e venhamos, você está no caminho certo.

WILLIAM

Que bom que você está em casa.

LESTER BANGS

Eu sempre estou em casa. Eu não sou *cool*.

WILLIAM

Como eu.

LESTER BANGS

Você está indo muito bem. Neste mundo falido, a única coisa que vale é aquilo que
 você compartilha com quem não é *cool*. (*pausa*) Ouça um conselho: sei que você
 acha que eles são seus amigos. Quer ser amigo de verdade deles? Então seja
 honesto e impiedoso.¹⁷

Algumas das características relativas ao perfil de Lester Bangs serão retomadas
 posteriormente, como forma de ilustrar os valores da Ideologia do Rock defendidos pelo filme
 “Quase famosos”. Nos parágrafos que se seguem, o perfil do protagonista William Miller será
 analisado em profundidade, com o objetivo de levantar questões semelhantes às identificadas
 no perfil de Lester Bangs.

¹⁷ Tradução nossa, a partir da versão legendada do filme. O diálogo original em inglês pode ser encontrado no Anexo desta pesquisa (p. 98, parte F).

4.3.2 William Miller: “*too sweet for rock’n’roll*”¹⁸

O perfil de William Miller em muito se assemelha à descrição de um típico psicopata *hollywoodiano* padrão. Nesse sentido, cabe destacar a relação do personagem com Elaine, sua mãe, uma mulher de hábitos severos e extremamente conservadora, que proíbe os filhos de comer carne vermelha, abomina a mercantilização de feriados como o Natal e associa o rock’n’roll a “drogas e sexo promíscuo”¹⁹.

A dependência psicológica que a maioria dos psicopatas desenvolve em relação à figura materna (e vice-versa) decorre de uma intensificação de tendências edipianas motivada pela possibilidade de perda do objeto amado (GIDDENS, 2002, p. 40-45; HINERMAN, 2001, p. 110-118). “Quase famosos”, entretanto, não opta por desenvolver essa linha de argumentação: apesar de suas atitudes castradoras, Elaine jamais é apresentada como uma louca obsessiva pela qual o espectador é incentivado a sentir desprezo. Da mesma forma, a repressão sofrida por William ao longo de sua infância e adolescência jamais evolui para a psicopatia, muito menos para um ódio incontrolável em relação à mãe.

William é retratado como uma criança fora dos padrões, que prefere se trancar no quarto na companhia dos discos da irmã a brincar na rua com as crianças de sua idade. Esse sentido de deslocamento se preserva quando o filme avança quatro anos no tempo e William, aos 15 anos, é apresentado como um adolescente tímido, solitário e fã de rock. Sua relação com os colegas de escola é ilustrada pelo seguinte diálogo, entre William e Lester Bangs:

¹⁸ “Doce demais para o rock’n’roll”, em tradução aproximada (originalmente em CROWE, 1998, p. 103).

¹⁹ “*The poetry of drugs and promiscuous sex*”, no original (CROWE, 1998, p. 4).

22 EXT ESTAÇÃO DE RÁDIO – DIA

BANGS

Então, você é o garoto que me manda os artigos do jornal escolar.

WILLIAM

Sim, também escrevi alguns para um jornal independente daqui.

BANGS

Então, é o astro da sua escola?

WILLIAM

Eles me detestam.²⁰

Em virtude dessa dificuldade de socialização, William é totalmente inexperiente na área sentimental/sexual. Como consequência disso, o personagem apaixona-se platonicamente pela líder das *groupies* e tem sua iniciação sexual em um misto de orgia e ritual de aprendizagem empreendido pelas amigas de Penny Lane.

Diferentemente da representação usual do fã do sexo masculino, William não é obcecado por nenhum artista, banda ou pessoa em particular. Até mesmo sua paixão por Penny Lane jamais chega às raias da obsessão: seus sentimentos pela líder das *groupies* são um misto de ingenuidade, amor colegial e desejo de estabelecer laços de amizade com alguém de sua faixa etária.

Da mesma forma, o fato de o protagonista se aproximar do guitarrista Russell Hammond em nenhum momento denota qualquer vestígio de uma obsessão pela imagem do ídolo, por aquilo que ele representa, ou mesmo um desejo incontrolável de William em assimilar a identidade de Russell, como forma de compensar as fraturas de sua personalidade e a repressão materna (COELHO, 2003, p. 422-424).

²⁰ Tradução nossa, a partir da versão legendada do filme. O diálogo original em inglês pode ser encontrado no Anexo desta pesquisa (p. 99, parte G).

4.3.3 Vic: o passageiro do zepelim de chumbo

É válido estabelecer uma comparação entre o protagonista de “Quase famosos” e o personagem Vic, que no filme aparenta ter a mesma idade de William. Os caminhos de William e Vic se cruzam duas vezes ao longo do filme, e cada encontro apenas reforça a diferença entre eles: Vic é obcecado pelo Led Zeppelin. Na primeira aparição do personagem, Vic acabou de conseguir um autógrafo do vocalista da banda em sua camiseta (do Led Zeppelin, obviamente). Ele caminha pelos corredores do hotel Continental Hyatt House, em San Diego, ostentando a caneta utilizada pelos músicos da banda, e proibindo as pessoas de tocarem na caneta, porque “o senhor Jimmy Page [guitarrista do Led Zeppelin] tocou nela”.

No entanto, diferentemente de William, e conforme uma observação feita pela própria Penny Lane no início do filme, “Vic viaja com o Led Zeppelin, mas não **com** o Led Zeppelin”²¹. Assim como William, Vic atravessa o país com a banda, mas enquanto o protagonista o faz por obrigação profissional, o outro rapaz segue o Led Zeppelin simplesmente em virtude de sua condição de fã. Os músicos da Stillwater retribuem, em certa medida, a atenção de William – que raramente se porta como fã e faz questão de manter a postura jornalística diante da banda, mesmo nas situações mais improváveis. Já o Led Zeppelin simplesmente ignora a admiração de Vic, que apesar disso continua seguindo a banda através do país.

É uma pena que um personagem como Vic ocupe tão pouco espaço no filme, uma vez que ele personifica um gênero de fã que oscila entre o dedicado, o obsessivo e o histérico, e cuja análise em profundidade certamente enriqueceria a discussão sobre a representação do fã masculino em “Quase famosos”.

²¹ “*He tours with them, but not "with" them*”, no original (CROWE, 1998, p. 39).

A comparação com Vic evidencia o que a discussão sobre os fãs masculinos em “Quase famosos” pretende demonstrar: William não é simplesmente um fã da Stillwater, ou de Russell Hammond, ou de tantas outras bandas e artistas que decoram as paredes do quarto do protagonista. William é um fã de rock. Ao invés de canalizar suas energias para o culto isolado a determinada banda ou artista, William desvia essa devoção para o rock’n’roll como um todo, entendido não apenas em sua dimensão musical, como também em sua dimensão comportamental, existencial e mítica. O mesmo se aplica a Lester Bangs: no discurso de Lester, cada artista ou banda é tomado em referência ao Rock, com “R” maiúsculo, e só existe na medida em que possa contribuir para a expansão do gênero.

Tais questões levam diretamente à discussão sobre a Ideologia do Rock, cujo sistema de valores e contradições fundamenta o discurso e as práticas dos fãs masculinos retratados no filme, notadamente William e Lester Bangs. Em “Quase famosos”, a estrutura de oposições binárias que constitui a Ideologia do Rock funcionará como uma espécie de base de sustentação que fundamenta e justifica o comportamento dos personagens em questão.

4.4 A Ideologia do Rock: uma apropriação crítica

A Ideologia do Rock é, antes de tudo, um discurso socialmente construído, cujo objetivo é conferir sentido aos comportamentos e práticas de empresários, artistas e consumidores inseridos no contexto desse gênero musical. A Ideologia do Rock estabelece um sistema de valores e contra-valores que orienta a produção e o consumo da música rock, ao mesmo tempo em que legitima e endossa atitudes e modos de vida que estejam direta ou indiretamente relacionados ao universo do rock’n’roll. A Ideologia do Rock está fundamentada sobre uma série de oposições binárias: ao mesmo tempo em que define os valores que devem ser defendidos e postos em prática, o discurso da Ideologia do Rock

também estabelece os contra-valores que devem ser condenados e eliminados desse universo (GROSSBERG, 1992, p. 160-165; HESMONDALGH, 1998).

É importante não perder de vista o caráter histórico da Ideologia do Rock. O sistema de valores que constitui esse discurso não possui uma origem transcendente (espécie de equivalente musical dos Dez Mandamentos bíblicos), e muito menos reflete características inerentes ao rock enquanto gênero musical. Reforçar essa concepção seria naturalizar o discurso da Ideologia do Rock e cair na tentação essencialista da qual este projeto pretende se afastar (EAGLETON, 1997).

O sistema de valores da Ideologia do Rock reflete uma certa concepção do fazer artístico herdada do Romantismo do século XIX, segundo a qual o artista seria um indivíduo abençoado pelos deuses, capaz de transmitir ao mundo seu universo interior, suas emoções e sua filosofia de vida através da música, da pintura ou da poesia. A Ideologia do Rock se apropria desse discurso como forma de estabelecer fronteiras entre o que é digno de ser considerado rock (ou seja, a música que é capaz de expressar esse universo interior do artista) e os demais gêneros musicais, reféns de fórmulas pré-determinadas, voltados para o mercado e incapazes de expressar esse sentido de transcendência que o rock consegue manifestar (BOLLON, 1993; HESMONDALGH, 1998, p. 298).

Ao enumerar e discutir as oposições binárias que constituem a Ideologia do Rock, pretende-se, também, problematizar tal sistema de valores e questionar a procedência de tais distinções. Tal postura crítica, entretanto, não significa fechar os olhos para o potencial desse discurso, principalmente junto aos jovens – o que, por sua vez, não significa considerar que a Ideologia do Rock é, em si, uma fonte de alienação. O discurso da Ideologia do Rock ajuda a conferir sentido às práticas relacionadas ao universo do rock'n'roll, mas não impõe um modelo de comportamento que o jovem é obrigado a seguir cegamente.

Ao tomar como exemplo a maneira pela qual “Quase famosos” se utiliza desse sistema de valores, observa-se que, longe de promover uma celebração acrítica da Ideologia do Rock, o filme procura expor as contradições decorrentes das oposições binárias que constituem esse discurso – o drama do protagonista deriva, em parte, do confronto com essas contradições. Além disso, o roteiro de Cameron Crowe ilustra, através da trajetória de amadurecimento do protagonista William Miller, como os valores da Ideologia do Rock, apropriados de forma criativa e não necessariamente relacionados com a música em si, podem assumir um papel determinante nos processos identitários contemporâneos.

4.4.1 Autenticidade *versus* artificialismo

O mito da autenticidade do rock deriva diretamente da concepção romântica do fazer artístico discutida nos parágrafos anteriores. O músico de rock seria capaz de expressar, através dos versos de uma canção ou de um solo de guitarra, não apenas seus sentimentos mais profundos como também uma consciência de mundo particular. Não é à toa que muitos astros de rock adquiriram o *status* de porta-vozes, em virtude de sua habilidade em verbalizar as angústias de toda uma geração sob a forma de música, principalmente no que se refere aos artistas surgidos no bojo dos movimentos contraculturais da década de 60 (GROSSBERG, 2001, p. 62; HESMONDALGH, 1998).

Decorrem daí algumas conexões entre rock e política, e entre rock e questões de classe: por exemplo, quando o som de uma banda como The Who passa a ser associado às práticas da subcultura *mod*, ou mesmo quando um cantor e compositor como Bruce Springsteen se converte no porta-voz dos anseios da classe trabalhadora norte-americana (MIDDLETON, 1990, p. 162-165; NEGUS, 1996, p. 119; SHUKER, 2002, p. 123-126).

O extremo oposto da autenticidade do rock seria o artificialismo do *pop*, a pose, a atitude fabricada daqueles cujo único compromisso artístico é com as determinações do mercado. O astro *pop* seria capaz de assumir várias personalidades e adotar discursos muitas vezes contraditórios, com o objetivo de manter as vendas de seu último disco em um patamar elevado e atender às expectativas da gravadora. O músico de rock, por sua vez, precisa manter a coerência entre seu discurso e suas práticas, entre aquilo que ele é fora do palco e os sentimentos que expressa em suas canções (FRITH, 1996, p. 71).

Essa valorização da autenticidade fica evidente no discurso dos fãs masculinos de “Quase famosos”, principalmente no seguinte diálogo entre os personagens William Miller e Lester Bangs:

22 EXT ESTAÇÃO DE RÁDIO – DIA

BANGS

E você gosta de Lou Reed?

WILLIAM

Das canções mais antigas. Agora ele está tentando ser Bowie. Devia apenas ser ele mesmo.²²

A resposta de William à pergunta de Lester denota uma crença do personagem principal do filme em uma concepção essencialista de identidade. Segundo essa concepção, a identidade de um indivíduo já estaria praticamente estabelecida desde o instante de seu nascimento. Caberia a esse indivíduo viver a vida de forma coerente, adequando sua conduta àquilo que a identidade dele determina como sendo o certo. Para William, pensar a identidade em termos de uma construção de sentido seria concordar com a idéia de que todas as pessoas são, de alguma forma, fabricadas, e a concepção romântico-essencialista nega veementemente essa possibilidade (HALL, 2004, p. 10, 24-30).

²² Tradução nossa, a partir da versão legendada do filme. O diálogo original em inglês pode ser encontrado no Anexo desta pesquisa (p. 100, parte H).

Em um momento posterior do filme, William se dirige ao guitarrista da Stillwater, Russell Hammond, com o objetivo de entrevistá-lo. Novamente, a pergunta de William revela sua concepção romântica do fazer artístico, quando ele indaga a Russell:

82 INT VESTIÁRIO DO ESTÁDIO DE TOPEKA

WILLIAM

Deprimido, você compõe as canções tristes, e apaixonado, as de amor? A canção fica melhor se realmente aconteceu? “Love thing”, por exemplo. Onde você a compôs? De que ela fala?

RUSSELL

Quando você ficou tão profissional?²³

A resposta irônica de Russell confronta o protagonista com a possibilidade de que essa tão valorizada autenticidade do rock seja, em si, um mito. Esse conflito ficará mais evidente ao se analisar a segunda oposição binária que constitui a Ideologia do Rock.

4.4.2 Criatividade *versus* comercialismo

De acordo com o teórico da música popular Simon Frith, a Ideologia do Rock tem como principal fundamento uma contradição básica: apesar de se tratar de uma música produzida comercialmente para uma audiência massiva, ela não ocasionalmente sustenta um discurso crítico em relação ao comercialismo e à cultura de massas (FRITH, 1996, p. 51; HESMONDALGH, 1998, p. 299; JANOTTI JR., 2003).

Fazer parte do universo do rock pressupõe, então, uma liberdade total e irrestrita para compor músicas que reflitam o estado d’alma do artista em questão. Enquanto o rock se desenvolveria dentro dessa lógica livre de regras e constrangimentos, um gênero como o *pop* consistiria no extremo oposto: uma música voltada para o mercado e refém de fórmulas pré-

²³ Tradução nossa, a partir da versão legendada do filme. O diálogo original em inglês pode ser encontrado no Anexo desta pesquisa (p. 100, parte I).

determinadas. Assim, o artista de rock faria música com o objetivo de transmitir uma visão de mundo, e até mesmo revolucionar a sociedade, enquanto o artista *pop* teria como meta principal enriquecer às custas de um público idiotizado e corrompido (BUXTON, 1983; FRITH, 1996; STRATTON, 1982).

A grande diferença entre William Miller e Lester Bangs reside justamente na concepção que cada personagem possui da relação entre rock e comercialismo. Lester seria o protótipo do fã ao mesmo tempo consciente e nostálgico: consciente, posto que é capaz de reconhecer a ligação indissociável entre rock e indústria; nostálgico, porque suas falas jamais deixam de transparecer um certo saudosismo em relação a uma suposta “Era de Ouro” do rock, quando a criatividade imperava e as determinações de mercado ainda não afetavam a música de forma tão danosa. Ambas as características do discurso de Lester ficam evidentes nos diálogos transcritos abaixo:

22 EXT ESTAÇÃO DE RÁDIO – DIA

BANGS

Você escreve muito bem. Pena que perdeu a época do rock. Acabou.

WILLIAM

Acabou?

BANGS

Acabou. Só terá tempo de ver os estertores, o último suspiro, a agonia.

WILLIAM

Pelo menos estou aqui para isso.

23 INT CAFETERIA

BANGS

Quando você for para Los Angeles, terá muitos amigos, mas todos serão amigos falsos. Vão tentar te corromper. Você tem cara de honesto, contarão de tudo. Mas não pode ser amigo dos astros de rock. *(pausa)* O jornalista de rock de verdade... pra começar, jamais fatura alto. Mas ganha discos das gravadoras. *(pausa)* Você não tem nada de polêmico, cara. Isso não vai prestar. Vão te fazer beber, você vai conhecer garotas, vão te levar de avião de graça, oferecer drogas... Parece ótimo, mas eles não são seus amigos. Só querem que escreva elogios, que os chame de gênios, e eles vão estragar o rock’n’roll e sufocar tudo o que adoramos nele. Certo? *(pausa)* Aí ele se torna só a Indústria do *Cool*. *(pausa)* Estou dizendo, você chegou numa época muito

perigosa para o rock. Por isso acho melhor que desista, e vire advogado, ou algo assim.²⁴

William, por outro lado, ainda encara a relação entre rock e mercado de forma um tanto ingênua. Ao entrar em contato com os bastidores da turnê da Stillwater, sua visão romântica do fazer artístico gradativamente cede espaço a uma consciência maior da lógica comercial que rege o rock.

Quando William se junta à turnê, a Stillwater ainda pode ser considerada uma banda de médio porte, que viaja pelo país de ônibus e é empresariada por um amigo de infância do guitarrista Russell Hammond. O aumento de popularidade e as boas vendagens do novo disco, entretanto, elevam a Stillwater ao estrelato, e os compromissos com a gravadora se tornam mais importantes do que a simples vontade de fazer rock'n'roll de forma descompromissada e independente.

William testemunha duas cenas que representam bem esse momento de transição: na primeira, o guitarrista Russell Hammond e o vocalista Jeff Bebe discutem por causa da camiseta da Stillwater, na qual Russell ocupa uma posição de destaque, enquanto os demais integrantes aparecem fora de foco, ao fundo; na segunda, um novo empresário chega para auxiliar a Stillwater em sua jornada rumo ao estrelato.

82 INT VESTIÁRIO DO ESTÁDIO DE TOPEKA

RUSSELL

Podemos pular o clima ruim e começar a rir disso?

JEFF

Ah, claro.

RUSSELL

Porque pela sua cara, você quer discutir.

JEFF

Como consegue ver? Sou só um dos caras fora-de-foco.

²⁴ Tradução nossa, a partir da versão legendada do filme. O diálogo original em inglês pode ser encontrado no Anexo desta pesquisa (p. 100, parte J).

RUSSELL

Aqui. Tome. Vamos lá, vamos dar uma boa olhada nela. Você adora essa camiseta. Ela permite que diga o que você quer dizer.

JEFF

Bem, pra mim ela fala bem alto.

RUSSELL

É uma camiseta. Você está se lixando pra camiseta?

JEFF

Eu sempre direi a verdade. Desde o começo, nós decidimos que eu seria o cantor e você o guitarrista místico! Essa foi a dinâmica que adotamos! Page e Plant, Mick e Keith. Mas agora está tudo mudando. Temos de controlar o que acontece! Há uma responsabilidade aqui...

RUSSELL

Espere aí! Nós todos não entramos nisto justamente para evitar responsabilidades?

JEFF

Não falo com um jornalista aqui!

RUSSELL

Não, não. Pode confiar nele, fale.

JEFF

Eu dou tão duro, ou mais duro do que qualquer um no palco! Sabe o que eu faço? Faço a conexão. Excito as pessoas! Procuo o único cara que não está excitado e faço com que ele fique! (*para William*) Na verdade, isso você pode escrever. (*continua para Russell*) Mas por que sempre sinto que sou uma piada pra você? (*pausa*) Quer fingir que este grupo não vai fazer muito sucesso? Já faz! Você se denomina o líder deste grupo, mas esta camiseta é fruto de você ter deixado Dick ser o empresário! Porque ele é seu amigo. Não está vendo, cara? A camiseta é tudo.

RUSSELL

Agora é a minha vez? Porque acho que é a hora de sermos sinceros.

JEFF

Ah, essa é a parte em que você sai do grupo?

RUSSELL

Certo. Sou tão previsível.²⁵

O diálogo acima evidencia uma postura supostamente ingênua de Russell, quando o guitarrista menciona que sua opção pelo universo do rock'n'roll seria justificada por um desejo de escapar às responsabilidades de uma pessoa “normal”. Da mesma forma que as *groupies* justificavam sua condição recorrendo à idéia de que “pessoas famosas são mais interessantes”, Russell também compartilha dessa concepção extraordinária do rock – algo

²⁵ Tradução nossa, a partir da versão legendada do filme. O diálogo original em inglês pode ser encontrado no Anexo desta pesquisa (p. 101, parte L).

que, em tese, o aproxima de William Miller e talvez justifique a proximidade que o guitarrista estabelece com o garoto. O diálogo também revela a consciência que o personagem Jeff Bebe tem da dinâmica interna de uma banda de rock, bem como dos modelos que orientaram a configuração da Stillwater.

A chegada de Dennis Hope, o novo empresário, marca uma segunda ruptura em relação à antiga rotina da banda:

112 INT VESTIÁRIO – NOITE

DICK

Atenção, por favor! Garotas, preciso falar a sós com o grupo. Bem, parece que os boatos tinham fundamento. A gravadora mandou um empresário famoso para tentar me substituir. É Dennis Hope, vocês devem conhecê-lo. Ele está aí, quer falar com vocês. Acho que precisamos ouvi-lo.

RUSSELL

Bem, peça que ele entre.

JEFF

Sim, e vamos escorraçá-lo daqui!

(...)

DENNIS HOPE

Olá.

RUSSELL

Já temos empresário, ele está com a gente desde o início.

DENNIS HOPE

Respeito. Todos temos raízes. Acho legal manter as raízes. Mas as raízes precisam se expandir. Seu empresário precisa de um empresário. Exemplo: se tivessem ficado em Phoenix poderíamos processar os caras pelo choque de Russell. Vocês fugiram. Infringiram o contrato, pagaram a multa, ou seja, viajaram muito e pagaram para ser eletrocutados. Os danos cobrados vão enterrar a turnê. Vocês devem à gravadora.

Mas o disco está vendendo. Vocês podem ganhar grana. Eu trouxe um avião.

Faremos mais shows e faturaremos. Respeitosamente.

RUSSELL

Nós viajamos de ônibus.

JEFF

Doris é a alma deste grupo. Moramos naquele ônibus desde que éramos a Jeff Bebe Band.

DENNIS HOPE

Eu viajo até de pula-pula se isso gerar mais dinheiro. Podem fazer mais shows de avião.

RUSSELL

Não é uma questão de grana. É sobre tocar música e deixar as pessoas felizes.

DENNIS HOPE
Claro. Respeito.

DICK
Pra que pagariam pelo que já tem de graça?

DENNIS HOPE
Você sabe como não pagar danos feitos ao gelo do Chicago Stadium? Como ser o grupo principal da turnê? Como fazer o disco tocar nas rádios? É preciso pegar o que puder, quando puder, enquanto puder e é preciso fazer isso já. É isso que os grandes fazem. Acham que Mick Jagger continuará fazendo rock até os 50 anos? Estão redondamente enganados. Eu não inventei o temporal. Só tenho o melhor guarda-chuva.²⁶

A seqüência da reunião da Stillwater com Dennis Hope, o novo empresário, é seguida por uma cena em que se vê Penny Lane dançando sozinha em um estádio abandonado. A montagem entre essas duas seqüências evidencia que o discurso do diretor/roteirista Cameron Crowe está em sintonia com essa concepção romântico-nostálgica segundo a qual o comercialismo “estragou” aquilo que o rock tinha de mais valioso: a criatividade dos músicos. Tanto que, a partir dessa seqüência-chave, “Quase famosos” assume um tom bem mais denso, mostrando como a Stillwater não estava preparada para o estrelato. As *groupies* se afastam, o velho ônibus é substituído por um jatinho, a relação entre Russell e Penny Lane se desfaz e William acaba sendo enganado pelos membros da banda, que negam as informações contidas na reportagem do garoto.

4.4.3 Comunidade *versus* massa

Conforme mencionado anteriormente, o envolvimento de William Miller com o universo do rock'n'roll decorre de um desejo de pertencimento experimentado pelo protagonista, através do qual ele superaria sua condição de adolescente *uncool* e superprotegido pela mãe. Esse desejo de pertencimento não se traduz em nenhum

²⁶ Tradução nossa, a partir da versão legendada do filme. O diálogo original em inglês pode ser encontrado no Anexo desta pesquisa (p. 102, parte M).

comportamento obsessivo por parte do personagem – William não se enquadra no estereótipo do fã cuja fixação por determinado ídolo ou banda inexoravelmente leva o indivíduo a cometer atos extremos. Pelo contrário, a devoção de William pelo rock'n'roll se reflete em uma defesa dos valores da Ideologia do Rock que elevam o gênero ao *status* de arte e estabelecem fronteiras entre aquilo que é considerado autêntico e o que é fabricado. O processo de amadurecimento vivido pelo protagonista de “Quase famosos” é, em grande medida, norteado por esses valores.

Se tanto a imagem da massa de garotas histéricas quanto a figura do fã misantropo homicida derivam de uma postura crítica frente aos efeitos desagregadores da modernidade ocidental, então a única maneira de suturar as fraturas provocadas pela Era Moderna seria promover um retorno à idéia de comunidade, no sentido tradicional, pré-moderno. Apenas o restabelecimento desse senso de comunidade seria capaz de devolver aos indivíduos a possibilidade de compartilhar significados simbólicos mediante uma interação presencial (o que a separação entre tempo e espaço provocada pela modernidade inviabilizou) (HETHERINGTON, 1998).

Se há uma interseção entre o discurso de todos os fãs (masculinos e femininos) representados em “Quase famosos”, o ponto de contato seria justamente esse sentimento nostálgico em relação à idéia de comunidade. Pode-se dizer que o desejo de formar uma comunidade, unida por laços de solidariedade e pertencimento mútuos, move a jornada de personagens tão díspares quanto Penny Lane, William Miller, Lester Bangs e Vic. A essa concepção idealizada de comunidade, se opõe a noção de massa, pensada como uma entidade amorfa, composta por elementos desindividualizados e desprovidos de identidade (SLATER, 2002).

É a esse sentido de pertencimento que se referem as palavras trocadas entre Penny Lane e William, durante a viagem de ônibus posterior à reconciliação da banda. Quando

William ameaça ceder sob a pressão dos prazos, medos e responsabilidades, e confessa seu desejo de voltar para casa, a líder das *groupies* responde, de forma terna: “Você está em casa”.

A massa é, ao mesmo tempo, um produto da lógica de mercado do sistema capitalista e o resultado do processo de esfacelamento das comunidades tradicionais (GIDENS, 2002). Promover um retorno à idéia de comunidade implica, necessariamente, uma postura de oposição ao sistema e resistência frente às estratégias do mercado. Ao ambientar sua fábula nostálgica no universo do rock’n’roll, o diretor/roteirista Cameron Crowe, ao mesmo tempo em que fornece as condições para o restabelecimento desse senso de comunidade, também confronta esses ideais utópicos com a realidade da lógica industrial na qual o rock está inserido.

Mesmo que certas correntes teóricas filiadas ao discurso pós-moderno tendam a enxergar o rock como uma mera reprodução da ideologia liberal disfarçada sob a máscara da transgressão, a validade da Ideologia do Rock reside, justamente, nos usos que o público consumidor pode fazer do sistema de valores que ela propõe.

Diante da quantidade de filmes que abordam o universo do rock sob o prisma dos excessos sexuais, do consumo de drogas e da decadência moral, o mérito de “Quase famosos” está em sua tentativa (nostálgica e algo ingênua, é verdade) de pensar o rock não como uma finalidade em si, mas como um discurso através (e em torno) do qual os indivíduos podem, ainda hoje, articular um senso de comunidade.

5. “... À CELEBRAÇÃO”: CONSIDERAÇÕES FINAIS E UMA PERSPECTIVA

Ao longo desta pesquisa, o fenômeno da idolatria foi abordado a partir das representações patológicas do fã, presentes em estudos que se propõem a investigar as dinâmicas dessa classe de consumidores e veiculadas em inúmeros produtos oriundos da Cultura da Mídia. A intenção era, justamente, partir dessas representações estereotipadas para problematizá-las no decorrer do projeto e revelar seus pontos fracos, a partir de uma análise do filme “Quase famosos”.

O estereótipo reduz determinada representação a uma lista de características essenciais, desprovidas de qualquer vestígio de contradição e destituídas de seu caráter histórico. Dessa forma, o misantropo obsessivo justifica sua condição não em virtude das circunstâncias sociais e históricas que o produziram, mas sim graças a determinadas características essenciais e transcendentais que o caracterizam como tal.

Uma vez que essa concepção essencialista-reducionista começa a ser superada e estudos mais recentes passam a dar voz ao fã, como forma de compreender suas práticas e seus discursos (naquilo que eles podem apresentar de contraditório ou conflitante), um risco equivalente ao da abordagem patológica se insinua, que é a tentação de se celebrar acriticamente o potencial subversivo e criador do fã. Essa tendência se verifica, principalmente, em algumas pesquisas da vertente norte-americana dos Estudos Culturais.

Se, na Inglaterra, havia uma preocupação em articular a esfera da recepção com as demais etapas do processo comunicacional, a versão norte-americana dos Estudos Culturais tendia a enxergar o instante da recepção como o momento determinante do referido processo, e o receptor freqüentemente era visto como um co-produtor de sentidos. Tais pesquisas incorriam em um equívoco semelhante ao de seus antecessores frankfurtianos, só que com a polaridade invertida. Dentro dessa perspectiva, o fã tendia a ser encarado por esses estudos

como uma espécie de receptor privilegiado dentro da lógica da cultura da mídia, dotado de liberdade quase ilimitada para reorganizar os elementos constituintes da mensagem de acordo com seus próprios interesses e afetos individuais²⁷ (KELLNER, 2001, p. 56-64; MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 54-58; MATTELART; NEVEU, 2004, p. 127-166).

Isola-se, dessa forma, o momento da recepção das demais etapas do processo comunicativo. O consumo de produtos oriundos da Cultura da Mídia, encarado sob essa perspectiva, praticamente desconsidera as condições de produção do artigo em questão e as decisões econômicas e políticas que orientaram o referido processo. O CD que chega ao aparelho de som do consumidor nada mais é do que um artigo destinado ao usufruto criativo deste último: as estratégias de produção e distribuição por trás daquele disco, bem como as decisões que permitiram que **aquela** disco **daquela** banda chegasse às lojas, e não **outro** disco de **outra** banda, não possuem relevância alguma ou, se possuem, será única e exclusivamente com o propósito de identificar o “inimigo” contra o qual o fã irá se insurgir.

Um estudo consistente sobre o fenômeno da idolatria deve considerar não apenas o papel ativo desempenhado pelos fãs no processo de recepção midiática, como também as variantes sociais e econômicas que regem a produção de imagens e sons dentro da lógica da cultura contemporânea. A idéia não é simplesmente rejeitar os estereótipos que foram questionados ao longo deste trabalho, mas antes tentar entender suas condições de ocorrência, buscando atingir um ponto de equilíbrio entre representações extremas do fenômeno da idolatria (HILLS, 2002; KELLNER, 2001).

Na dinâmica da cultura da mídia, o entretenimento invade áreas como o jornalismo e a política, se convertendo em um dos setores mais lucrativos da economia nacional, enquanto cada vez mais setores da sociedade são mediados pela presença espetacular das imagens produzidas por essa cultura. O surgimento de ídolos no interior de

²⁷ Para uma perspectiva crítica latinoamericana sobre a questão do populismo cultural, consultar Mato (2002, p. 21-46), Ríos (2002, p. 247-254) e Yúdice (2002, p. 339-352).

uma sociedade regida pela lógica do espetáculo desloca, da esfera da produção para a esfera do consumo, o *locus* de produção de significado. Com isso, a opção por um determinado estilo de vida funciona como elemento decisivo no processo de formação de identidades individuais (DEBORD, 1997; GIDDENS, 2002, p. 12-14, 29-32, 82-83; GRIPSRUD, 2002, p. 3-30, 60-96; HERMES, 1999; HERSCHMANN & PEREIRA, 2003; HETHERINGTON, 1998, p. 54-59; THOMPSON, 1995, p. 207-219).

Todas essas questões estão relacionadas à dinâmica da relação fã-ídolo. De que forma o culto a determinado artista se configura como um elemento importante no processo de construção da identidade individual e socialização dos fãs? De que maneira o discurso do ídolo é incorporado pelo fã em sua vivência cotidiana, seja na relação com os familiares e amigos, seja na produção de *fanzines*, *sites* e outros artigos midiáticos que configuram a atividade do fã como um processo de recepção eminentemente ativo? O que o culto a determinada personalidade midiática revela sobre quem o cultua, já que, segundo Pierre Bourdieu, “o gosto classifica, e classifica o classificador” (BOURDIEU, 1984 *apud* FEATHERSTONE, 1995, p. 38)? É possível, a partir dessas informações, delimitar/definir os limites de um “território social” no qual o fã se insere e, ao se inserir, marca sua diferença em relação a outros territórios?

É impossível responder a tais perguntas apenas por meio da especulação teórica. Assim como o filme “Quase famosos” tenta superar o estereótipo da massa histérica e do misantropo obsessivo incorporando no discurso de seus personagens as contradições presentes nas práticas dos fãs, é preciso lançar mão de estratégia semelhante na hora de dar voz ao fã. De nada adianta um questionário extenso e detalhado, um arsenal teórico consistente ou mesmo o acesso direto à intimidade do fã se o pesquisador não estiver disposto à incorporar em seu estudo não apenas aquilo que corresponde à sua opinião formada sobre o assunto (os

elementos de consenso), mas também (e principalmente) as declarações contraditórias e os elementos conflitantes.

Propõe-se, então, que a relação fã-ídolo seja pensada como um processo que envolve a articulação entre três esferas: a imagem do ídolo enquanto construção de sentido, representativa de determinado sistema de valores e resultado de inúmeras decisões de cunho social, econômico e político, sobre a qual o fã investirá uma sensibilidade particular; a assimilação da mensagem e dos valores incorporados pelo ídolo, feita de forma eminentemente ativa pelo fã e envolvendo sentimentos muitas vezes contraditórios; e, finalmente, a produção de novos conteúdos e novos significados, promovendo um reinvestimento de sensibilidade que mantém a relação fã-ídolo em constante movimento (FISKE, 2001; GROSSBERG, 2002).

As discussões sobre a questão do fã são encerradas apenas temporariamente, uma vez que as conclusões alcançadas por esta pesquisa nem de longe elucidam os aspectos mais fundamentais da relação fã-ídolo e do fenômeno da idolatria. Que a proposta acima formulada possa servir de guia para futuros estudos e, principalmente, ajude a compreender melhor os discursos e as práticas do fã que existe em cada indivíduo.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, C. Quase famosos em 1972: as histórias de quem fazia a Rolling Stone brasileira. **O Globo**, Rio de Janeiro, 3 ago. 2001. Rio Fanzine, p. 4.
- ALEXANDER, A.; HARRIS, C. (org.) **Theorizing fandom: fans, subcultures and identity**. Cresskill, New Jersey: Hampton, 1998.
- BAHIANA, A. M. Crowe quase no Oscar. **O Globo**, Rio de Janeiro, 22 set. 2000. Hollywoodiana, p.5.
- BARTHES, R. **Mitologias**. São Paulo: Bertrand Brasil, 1987.
- BENNETT, Andy. Theorizing music and the social: new approaches to understanding musical meaning in everyday life. In: **Theory, culture & society**, London, v.17, n.3, jun. 2000. p. 181-184.
- BLOOMFIELD, Terry. It's sooner than you think, or where are we in the history of rock music? **New left review**, London, n. 190, p. 59-81, nov./dec. 1991.
- BOLLON, P. **A moral da máscara: merveilleux, zazous, dândis, punks, etc.** Rio de Janeiro: Rocco, 1993.
- BOSCOV, Isabela. No tempo dos dinossauros: Cameron Crowe relembra sua vida nos bastidores do rock, nos anos 70, com o delicioso "Quase famosos". **Veja**, São Paulo, 21 mar. 2001. Cinema, p. 146-147.
- BOURDIEU, P. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- BRAGA, J. X. Saudades do rock: *Almost famous*, retrato nostálgico dos anos 70, desponta como favorito ao Oscar. **O Globo**, Rio de Janeiro, 19 set. 2000. Segundo Caderno, p.1.
- BUXTON, David. Rock music, the star-system and the rise of consumerism. **Telos**, New York, n.57, p. 93-106, set./dez. 1983.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.
- CLARK, D. The death and life of punk, the last subculture. In: MUGGLETON, D.; WEINZIERL, R. (Orgs.) **The post-subcultures reader**. Oxford: Berg, 2004.
- CLINE, C. Essays from 'Bitch: the women's rock newsletter with bite'. In: LEWIS, L. A. (Org.) **The adoring audience: fan culture and popular media**. New York: Routledge, 2001. p. 69-83.
- COELHO, Maria Claudia. A condição do fã: idolatria e indústria cultural. **Interseções**, Rio de Janeiro, n.2, p. 417-431, dez.2003.

- CROWE, Cameron. **Almost famous**: the bootleg cut. Disponível em: <<http://home.online.no/~bhundlan/scripts/Almost-Famous.htm>> Acesso em 6 nov. 2004. 135 p.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DeCERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- EAGLETON, T. **Ideologia**: uma introdução. São Paulo: Boitempo/UNESP, 1997.
- ECO, Umberto. **O super-homem de massa**. São Paulo: Perspectiva, 1991. p. 149-187.
- EHRENREICH, B.; HESS, E.; JACOBS, G. Beatlemania: girls just want to have fun. In: LEWIS, L. A. (Org.) **The adoring audience**: fan culture and popular media. New York: Routledge, 2001. p. 84-106.
- ESCOTEGUY, A. C. D. **Cartografias dos Estudos Culturais**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- _____. **O desmanche da cultura**: globalização, pós-modernismo e identidade. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 1997.
- FISKE, J. The cultural economy of fandom. In: LEWIS, L. A. (Org.) *Op. cit.* p. 30-49.
- FREIRE FILHO, João. Música, identidade e política na sociedade do espetáculo. **Interseções**, Rio de Janeiro, n.2, p. 303-327, dez. 2003.
- FRITH, S. **Performing rites**: on the value of popular music. Cambridge: Harvard University, 1996.
- GAMSON, J. **Claims to fame**: celebrity in contemporary America. Los Angeles: University of California, 1994.
- GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- GONZALES, Moishe. Kellner's critical theory: a reassessment. **Telos**, New York, n. 62, p. 206-209, dec./mar. 1984-85.
- GRIMSON, A.; VARELA, M. Culturas populares, recepción y política. Genealogias de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina. In: MATO, D. (Org.) **Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder**. Caracas: UCV/CLACSO, 2001. p. 153-166.
- GRIPSRUD, J. **Understanding media culture**. London: Arnold, 2002.

GROSSBERG, L. Putting the pop back into Postmodernism. In: ROSS, A. (Org.) **Universal abandon?** The politics of postmodernism. Minneapolis: University of Minnesota, 1989. p. 167-190.

_____. Rock and roll in search of an audience. In: LULL, J. (Org.) **Popular music and communication**. London: Sage, 1992. p. 152-175.

_____. Is there a fan in the house?: the affective sensibility of fandom. In: LEWIS, L. A. (Org.) **The adoring audience:** fan culture and popular media. New York: Routledge, 2001. p. 50-65.

HALL, S.; JEFFERSON, T. (Orgs.) **Resistance through rituals:** youth subcultures in post-war Britain. London: Hutchinson, 1976.

HALL, S. Notes on 'Deconstructing 'The Popular''. In: SAMUEL, R. (Org.) **People's History and Socialist theory**. London: Routledge and Kegan-Paul, 1981.

_____. **Da diáspora:** identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HEBDIGE, D. **Subculture:** the meaning of style. London: Methuen, 1979.

HERMES, J. Media figures in identity construction. In: ALASUUTARI, P. (Org.) **Rethinking the media audience:** the new agenda. London: Sage, 1999. p. 69-85.

HERSCHMANN, M.; PEREIRA, C. A. M. Isto não é um filme? In: _____ (Orgs.) **Mídia, memória & celebridades:** estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003. p. 31-44.

HESMONDALGH, D. Repensar la música popular después del rock y el soul. In: CURRON, J. et al (Org.) **Estudios culturales y comunicación:** análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo. Barcelona: Paidós, 1998. p. 297-322.

HETHERINGTON, K. **Expressions of identity:** space, performances, politics. London: Sage, 1998.

HILLS, M. **Fan cultures**. New York: Routledge, 2002.

HINERMAN, Stephen. 'I'll be here with you': fans, fantasy and the figure of Elvis. In: LEWIS, L. A. (Org.) *Op. cit.* p. 107-133.

HUTNYK, John; SHARMA, Sanjay. Music & politics: an introduction. In: **Theory, culture & society**, London, vol.7, n.3, jun. 2000. p. 55-63.

HUYSEN, A. A cultura de massa enquanto mulher – o “outro” do modernismo. In: **Memórias do modernismo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

JANOTTI JR., Jeder. **Aumenta que isso aí é rock'n'roll:** mídia, gênero musical e identidade. Rio de Janeiro: E-Papers, 2003.

JANOTTI JR., Jeder. À procura da batida perfeita: a importância do gênero musical para a análise da música popular massiva. **EcoPós**, Rio de Janeiro, v.6, n.5, p. 31-46, ago./dez. 2003.

JENKINS, H. **Textual poachers: television fans and participatory culture**. New York: Routledge, 1992.

JENSON, J. Fandom as pathology: the consequences of characterization. In: LEWIS, L. A. (Org.) **The adoring audience: fan culture and popular media**. New York: Routledge, 2001. p. 9-29.

KAPLAN, E. A. **Rocking around the clock: music, television, postmodernism and consumer culture**. New York: Methuen, 1987.

KELLNER, D. Critical theory and the culture industries: a reassessment. **Telos**, New York, n. 62, p. 196-206, dec./mar. 1984-85.

_____. **A cultura da mídia**. São Paulo: EDUSC, 2001.

LEÃO, Tom. Diário nostálgico-reflexivo. **O Globo**, Rio de Janeiro, 23 mar. 2001. Rio Show, p.14.

LEWIS, L. A. ‘Something more than love’: fan stories on film. In: _____ (Org.) **Op. cit.** p. 135-159.

LINDBERG, Ulf. Listening as a fan. **Young: nordic journal of youth research**, v. 3, n. 4, 1995. Disponível em: <http://www.alli.fi/nyri/young/1995/95_4_Artikkel_Lindberg.htm>. Acesso em: 31 jul. 2004.

LONGHURST, B. **Popular music and society**. Cambridge: Polity, 1995.

LULL, J. (Org.) **Popular music and communication**. London: Sage, 1992.

MARTÍN-BARBERO, J. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, M. W. de (Org.) **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 39-68.

_____. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2002.

MATO, Daniel. Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder. In: _____ (Org.) **Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder**. Caracas: UCV/CLACSO, 2001. p. 21-46.

MATTELART, A.; MATTELART, M. **Pensar as mídias**. São Paulo: Loyola, 2004.

MATTELART, A.; NEVEU, É. **Introdução aos estudos culturais**. São Paulo: Parábola, 2004.

MIDDLETON, R. **Studying popular music**. Philadelphia: Open University, 1990.

MOORES, S. **Interpreting audiences: the ethnography of media consumption**. London: Sage, 1993.

NEGUS, Keith. **Popular music in theory: an introduction**. London: Wesleyan University, 1996.

NIKUNEN, Kaarina. Dangerous emotions? Finnish television fans and sensibilities of fandom. In: KOIVUNEN, A.; PAASONEN S. (Orgs.) **Conference proceedings for affective encounters: rethinking embodiment in feminist media studies**. Turku: University of Turku, 2001. p. 171-181. Disponível em: <<http://www.utu.fi/hum/mediatutkimus/affective/nikunen.pdf>>. Acesso em: 31 jul. 2004.

O'SULLIVAN T. et al. **Key concepts in communication and cultural studies**. New York: Routledge, 2002. p. 296-298.

PUOSKARI, Ensio. A desire called cultural studies: *We gotta get out of this place*. In: **European Journal of Cultural Studies**, London, v. 7, n. 2, may 2004. p. 167-176.

QUASE famosos: Sonhos e rock'n'roll em um dos melhores filmes do ano. **Trailer**, Rio de Janeiro, n. 21, 21 fev. 2001.

QUASE famosos. Direção: Cameron Crowe. Produção: Cameron Crowe; Ian Bryce. Intérpretes: Billy Crudup; Frances McDormand; Kate Hudson; Jason Lee; Patrick Fugit; Anna Paquin; Fairuza Balk; Noah Taylor; Philip Seymour Hoffman e outros. Roteiro: Cameron Crowe. Música: Nancy Wilson. Los Angeles: Dreamworks/Columbia, c2001. 2 DVD (121 minutos).

RÍOS, A. Los Estudios Culturales y el estudio de la cultura en América Latina. In: MATO, D. (Org.) **Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder**. Caracas: UCV/CLACSO, 2001. p. 247-254.

RONDEAU, José Emílio. O crítico kamikaze. **O Globo**, Rio de Janeiro, 3 ago. 2001. Rio Fanzine, p. 5.

ROSAS MANTECÓN, A. Los estudios sobre consumo cultural em México. In: MATO, D. (Org.) *Op. cit.* p. 255-264.

SALEM, Rodrigo. "Quase famosos": sexo, drogas e muito rock and roll nesta deliciosa comédia do diretor de "Jerry Maguire". **Set**, São Paulo, n. 3, mar. 2001. p. 38-43.

SANTAELLA, L. **Comunicação & pesquisa**. São Paulo: Hackers, 2001.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2002

SHUKER, R. **Vocabulário de música pop**. São Paulo: Hedra, 1999.

_____. **Understanding popular music**. New York: Routledge, 2002.

SLATER, D. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

STAM, R. Mikhail Bakhtin e a crítica cultural de esquerda. In: KAPLAN, E. A. (Org.) **O mal-estar no pós-modernismo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

STAM, Robert; SHOHAT, Ella. Estereótipo, realismo e representação racial. **Imagens**, Campinas, n. 5, ago./dez. 1995. p. 70-84.

STOREY, J. **Cultural studies and the study of popular culture: theories and methods**. Athens: University of Georgia, 1996.

STRATTON, Jon. Between two worlds: art and commercialism in the record industry. **The sociological review**, London, v. 30, n. 2, may 1982. p. 267-285.

STRINATI, Dominic. Estruturalismo, semiologia e cultura popular. In: **Cultura popular: uma introdução**. São Paulo: Hedra, 1999. p. 93-130.

SUNKEL, G. Uma mirada otra. La cultura desde el consumo. In: MATO, D. (Org.) **Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder**. Caracas: UCV/CLACSO, 2001. p. 287-294.

THOMAS, L. **Fans, feminisms and 'quality' media**. New York: Routledge, 2002.

THOMPSON, J. B. **The media and modernity: a social theory of the media**. California: Stanford University, 1995.

WILSON, T. **The playful audience: from talk show viewers to internet users**. New Jersey: Hampton, 2004.

YÚDICE, G. Contrapunteo estadounidense/latinoamericano de los estudios culturales. In: MATO, D. (Org.) *Op. cit.* p. 339-352.

**ANEXO A – TRANSCRIÇÃO DOS DIÁLOGOS DE “QUASE FAMOSOS” NA
VERSÃO ORIGINAL EM INGLÊS**

Os diálogos a seguir foram transcritos do roteiro da versão integral de “Quase famosos”, intitulado *Almost famous – the bootleg cut*, finalizado pelo diretor Cameron Crowe em dezembro de 1998 e disponível no *site* <<http://home.online.no/~bhundlan/scripts/Almost-Famous.htm>> para fins exclusivamente didáticos. O Anexo A foi subdividido em 12 partes referentes a cada trecho transcrito, que remetem o leitor à página da pesquisa onde a versão em português pode ser encontrada.

PARTE A – p. 48

26 EXT. TOP OF SAN DIEGO SPORTS ARENA BACKSTAGE RAMP

ESTRELLA
Who are *you* with?

WILLIAM
Me? I'm with myself.

ESTRELLA
No, who are you *with*? What *band*?

WILLIAM
I'm here to interview Black Sabbath. I'm a journalist. I'm not a... you know...

PENNY LANE
... you're not a *what*?

WILLIAM
Oh... I'm just... not a... you know.

PENNY LANE
Not a "what"?

WILLIAM
You know. A "groupie."

ESTRELLA
Ohhh!

WILLIAM
Sorry, I –

PENNY LANE
We. Are not. "Groupies."

ESTRELLA

This is *Penny Lane*, man. Show some *respect*.

WILLIAM

-- sorry.

PENNY LANE

"Groupies" sleep with rock stars because they want to be near someone famous. We are here because of the *music*. We are *Band Aids*.

ESTRELLA

She used to run a school for Band Aids.

PENNY LANE

We don't have *intercourse* with these guys. We *inspire* the *music*. We are here because of the *music*.

ESTRELLA

She was the one who changed everything. *She* said "no more sex, no more exploiting our bodies and hearts... "

WILLIAM

Right. Right.

ESTRELLA

"... just blow-jobs, and *that's it*." (CROWE, 1998, p. 20)

PARTE B – p. 52

67 INT. WILLIAM'S HOTEL ROOM

INTERCUT:

INT. WILLIAM'S HOUSE – NIGHT

ELAINE

Could you give William a message for me, please? Tell him to *call home immediately*, and also tell him... *I know what's going on*.

SAPPHIRE

Alright. Okay. But I'm just going to say this, and I'm going to stand by it. You should be really proud of him. 'Cause *I know guys...* and I'll bet you do too. And he respects women, and he likes women, and let's just pause and appreciate a man like that. You created him out of thin air, and you raised him right. He's having a great time. He's doing a good job. And don't worry, he's still a virgin, and we're all looking out for him. (*pause*) You know? That's more than I've ever said to my own parents, so there you go. (*pause*) This is the maid speaking, by the way. (*Ibid.*, p. 63)

PARTE C – p. 54

35 INT PENNY'S CAR – NIGHT

PENNY LANE

I always tell the girls: never take it seriously. If you never take it seriously, you never get hurt. If you never get hurt, you always have fun. And if you ever get lonely... you just go to the record store, and visit your friends. (CROWE, 1998, p. 37)

PARTE D – p. 55

98 INT. HOTEL BATHROOM

WILLIAM

Don't you have any regular friends?

PENNY

Famous people are just more interesting.

WILLIAM

Well, I would be worried that they were using *me*. And not that anybody's using you, but –

PENNY

Boy, if this was the real world and some guy talked to me like that – (*Ibid.*, p. 84)

PARTE E – p. 56

157 INT. BACKSTAGE CREW MEAL

SAPPHIRE

You believe these new girls? None of 'em take birth control, and they eat all the steak. (*pausa*) They don't even know what it is to be a fan! To blindly love some silly piece of music... or some band so much that it *hurts*... (*Ibid.*, p. 128)

PARTE F – p. 70

153 INT. LESTER BANGS' BEDROOM – NIGHT

INTERCUT:

INT. ROLLING STONE'S OFFICE – NIGHT

LESTER BANGS

Aw, man. *You made friends with them!* See, friendship is the *booze* they feed you. They want you to get drunk on feeling like you *belong*.

WILLIAM

Well, it was fun.

LESTER BANGS

Because they make you feel cool. And hey. I met you. You are *not* "cool."

WILLIAM

I know. Even when I thought I was, I knew I wasn't.

LESTER BANGS

That's because we are uncool! And while women will always be a problem for guys like us, most of the great art in the world is about that *very* problem. Good-looking people have no spine! Their art never lasts! They get the girls, but we're *smarter*.

WILLIAM

I can really see that now.

LESTER BANGS

Yeah, great art is about guilt and longing and love disguised as sex, and sex disguised as love... and let's face it, you got a big head start.

WILLIAM

I'm glad you were home.

LESTER BANGS

I'm always home! I'm *uncool!*

WILLIAM

Me too!

LESTER BANGS

You're doing great. The only true currency in this bankrupt world is what we share with someone else when we're *uncool*. (*pause*) My advice to you. I know you think those guys are your friends. You want to be a true friend to them? Be honest and *unmerciful*. (CROWE, 1998, p. 124)

PARTE G – p. 72

22 EXT. RADIO STATION – DAY

BANGS

So you're the kid who's been sending me those articles from your school newspaper –

WILLIAM

I've been doing some stuff for a local underground paper, too.

BANGS

What are you like the star of your school?

WILLIAM

They hate me. (*Ibid.*, p.14)

PARTE H – p. 77

22 EXT. RADIO STATION -- DAY

BANGS
And you like Lou Reed?

WILLIAM
The early stuff. The new stuff, he's trying to be Bowie. He should just be himself. (CROWE, 1998, p.16)

PARTE I – p. 78

82 INT. TOPEKA ARENA DRESSING ROOM

WILLIAM
Do you have to be depressed to write a sad song? Do you have to be in love to write a love song? Is the song better if it really happened to you? Like “Love thing”. Where did you write that? Who is it about?

RUSSELL
When did you get so professional? (*Ibid.*, p. 72)

PARTE J – p. 79

22 EXT. RADIO STATION – DAY

BANGS (cont'd)
Well, your writing is damn good. It's just a shame you missed out on rock'n'roll. It's over.

WILLIAM
Over?

BANGS
Over. You got here just in time for the death rattle, the last gasp, the last *grope*.

WILLIAM
Well. At least I'm here for that. (*Ibid.*, p. 15)

23 INT. DINER

BANGS
You know, because once you go to L.A., you're gonna have friends like crazy but they'll be *fake friends*, they're gonna try to *corrupt* you. You got an honest face, they're gonna tell you *everything*. But you CANNOT make friends with the rock stars. (*pause*) If you're gonna be a true journalist, you konw, a rock journalist – first you will never get paid much. But you *will* get free records from the record company. (*pause*) Jesus. Fucking nothing about you that is

controversial, man. God, it's gonna get ugly, man. They're gonna buy you drinks, you'll meet girls... they're gonna fly you places for free.... offer drugs... I know. It sounds great. But *they are not your friends*. These are people who want you to write sanctimonious stories about the genius of the rock stars and they will *ruin rock'n'roll* and strangle everything we love about it, right? (*pause*) And then it will just become an *Industry of Cool*. (*pause*) I'm telling you, you're coming along at a very dangerous time for rock'n'roll. That's why I think you should turn, go back, and be a lawyer or something. (CROWE, 1998, p.17)

PARTE L – p. 80

82 INT. TOPEKA ARENA DRESSING ROOM

RUSSELL

Can we just skip the vibe and go straight to us laughing about this?

JEFF

Yeah. Okay.

RUSSELL

Because I can see by your face - you *want* to get into this –

JEFF

How can you tell? I'm just one of the out-of-focus guys.

RUSSELL

Here. Take it. Let's take a good look at it, all right? You LOVE this shirt - it lets you say everything you want to say.

JEFF

Well, it speaks pretty loudly to me.

RUSSELL

It's a *t-shirt*. Do you give a shit about a t-shirt?

JEFF

I'm always gonna tell you the truth. From the very beginning -- we said – I'm the front man and you're the guitarist with mystique. That's the dynamic we agreed on – Page, Plant... Mick, Keith. But somehow it's all turning around. We have got to control what's happening to us. There's a responsibility here –

RUSSELL

Excuse me, but didn't we all get into this to *avoid* responsibility?

JEFF

I can't say anymore with a writer here.

RUSSELL

You can trust him, you can say whatever you want.

JEFF

I works as hard or *harder* than anybody on that stage. You know what I do - I *connect*. I get people *off*. I look for the one guy who isn't getting off, and I *make him get off*. (to William) Actually, that you can print. (*continues to Russell*) And yet, why do I always end up feeling like I'm a joke to you? (*pause*) You want to pretend this isn't going to be a very big band. Well it is. You call yourself a leader of this band, but your direction allowed the t-shirt, when you allowed Dick to manage us, 'cause he's your friend... don't you see? The t-shirt is *everything*. It's *everything*.

RUSSELL

Is it my turn? Because I think we should, for once, say what we *really* mean.

JEFF

Oh, this is the part where you quit –

RUSSELL

Right. I'm so predictable. (CROWE, 1998, p. 73)

PARTE M – p. 82

112 INT. DRESSING ROOM – NIGHT

DICK

Okay. I need everybody's attention, please. Girls, I need five minutes with the band. Right. Well, it seems the rumors are true. The record company has sent a big-time manager here to try and talk you into replacing me. His name is Dennis Hope. I know you've all heard of him. He's got all the big bands. He's outside right now. He wants five minutes with you. I think we gotta do it.

RUSSELL

Well, send him in.

JEFF

Bring him in! We'll send him out on a rail!

(...)

DENNIS HOPE

Hi.

RUSSELL

We already have a manager. He's been with us from the beginning.

DENNIS HOPE

Respectfully. We all have our roots. I believe in bands holding onto their roots. But those roots need to be augmented. I'm gonna tell you the truth. Your manager here *needs a manager*. Example. If you hadn't run out on the contract in Phoenix, you *could* have sued over Russell's hand... but you left, negating the contract, forfeiting the deposit, and you effectively traveled a long way to pay that promoter... to electrocute you. (*pause*) Ok, your

damages have put you way into the hole for this tour. Right now you owe the record company more than you've got. But your record's selling, there's money to be made. So I've brought a plane in, we can add more shows to make-up the difference. *Respectfully*.

RUSSELL

We travel by bus.

JEFF

Doris is the soul of this band! That bus has been our home since we were the Jeff Bebe Band.
No way.

DENNIS

Hey man -- it's travel on a *pogo stick* if I thought we'd make more money. You can play more dates with a plane...

RUSSELL

Hey man, it's not about the money! It's about playing music, and turning people on!

DENNIS HOPE

Clearly. *Respectfully*.

DICK

Why should we pay you for something we can do ourselves?

DENNIS HOPE

Do you know how to keep from getting charged for the ice below the floorboards of Chicago Stadium? Do you *know* how to do a headlining tour? Do you know how you get a record not pressed but *played*? You gotta take what you can, when you can, while you can and you gotta do it now. That's what the big boys do. Because if you think Mick Jagger will still be out there trying to be a rock star at age fifty, you're sadly sadly mistaken. I didn't invent the rainy day, man. I just own the best umbrella. (CROWE, 1998, p. 94)