FREEBRITNEY: Enquadramentos e relações de afetações no Twitter

FERREIRA, Fernanda Catarina da Silva[1]
COLPO, Caroline Delevati[2]

RESUMO
O presente artigo tem como objetivo entender quais afetos e enquadramentos podem ser encontrados nas postagens do *twitter* da comunidade de fãs da cantora Britney Spears. Parte-se da hipótese de que uma comunidade de fãs bem articulada pode enquadrar a realidade a sua própria maneira e consolidar afetos e relações de afetações. Da perspectiva exploratória e qualitativa foi realizada uma análise do movimento *#FreeBritney* no *Twitter*, a partir de embasamentos teóricos do campo de comunidade de fãs, relações de afetação e enquadramentos, tendo em vista, uma análise de postagens do perfil selecionado. Infere-se que através do movimento *#FreeBritney* os fãs criaram um símbolo de luta e resistência, em prol da cantora Britney Spears, que podem ter ressignificado, ou não, alguns acontecimentos na vida pessoal e na carreira de Britney Spears. Esse rearranjo social pode alterar o comportamento dos fãs e da própria cantora e pode auxiliar na composição da atual realidade de Britney Spears, favorecendo uma relação de afeto entre os fãs e a cantora.

Palavras-chave: Enquadramentos. Relações de afetos. *Twitter. Free Britney.*

INTRODUÇÃO

Ao falar sobre midiatização e cultura dos fãs se deve compreender que o tema não se limita a formação da opinião ou influência dos meios de comunicação sobre o sujeito público. Cada vez mais, os indivíduos possuem as ferramentas e acesso a informações que podem torná-los influentes formadores de opinião, inclusive para a própria mídia. Dessa maneira, é fundamental que se compreenda como o processo de midiatização está em constante transformação e ligado aos movimentos da sociedade, alterando a concepção da cultura, da sociedade e das diferentes práticas sociais constituídas por meio de relações de afetação.

Com a crescente expansão dos meios comunicacionais, atrelado a alterações no contexto da sociedade, como por exemplo a pandemia de COVID-19, o processo de inter-relações no digital cresceu consideravelmente, colocando em evidência, sob diferentes perspectivas, assuntos já debatidos. Temas como direitos das pessoas LGBTQIA +, fortalecimento do gênero da mulher, direitos da mulher sobre o corpo, hiper sexualização de jovens e crianças artistas

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

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

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

entre outros assuntos estão em constante debate na sociedade global e passíveis de serem defendidos até pelo mercado capital, intensificando ou não as relações de afetação entre os sujeitos.

As relações de afetação podem não ser simples de serem compreendidas ou explicadas, porém, permanecem em meio a sociedade e podem alterar positiva ou negativamente o comportamento e reações dos sujeitos. O filosofo Spinoza (2019) conceitua os afetos para compreender a relação que possuem com a potência de agir e que pode ser estimulada nos sujeitos. Essas relações de afetação, possivelmente, estão relacionadas às dimensões da experiência que acontecem antes, durante ou após as interações sociais entre os sujeitos. Essas relações podem ser pessoalmente ou através das redes sociais digitais, por serem conjuntos de ações e atividades que afetam diretamente o contexto no qual o sujeito se encontra. Essas interações podem influenciar na tomada de decisões dos sujeitos, e os meios de comunicação como a TV podem ter acesso a esses estímulos contextuais, por meio dos enquadramentos midiáticos.

Para alguns pesquisadores (ENTMAN, 1993; GAMSON E MODIGLIANI, 1989; GUTMANN, 2006; SCHEUFELE, 1999) o conceito de enquadramento ou *framing* diz respeito aos quadros criados pela mídia para representar narrativas e perspectivas desses meios. O enquadramento midiático se constitui de um quadro elaborado e prospectado pela mídia e pelos profissionais de comunicação, no qual, enquadram algumas narrativas selecionadas do cotidiano, em blocos, para o melhor entendimento dos públicos.

Porém, ao tentar enquadrar algumas narrativas, os meios e os profissionais de comunicação acabam por interligar indiretamente suas próprias expectativas e ponto de vista ao enquadramento. Isso pode limitar o entendimento dos fatos a quadros estreitos e perspectivas pessoais sobre os assuntos abordados, podendo ou não, influenciar nas possibilidades de reações dos sujeitos que recebem essas informações ou, ainda, tornando-se uma maneira da mídia se vincular ao público telespectador e permanecer em sintonia com os acontecimentos da sociedade.

Bombastic Love: sobre as comunidades de fãs virtuais

Os seres humanos sempre foram seres gregários, continuamente, optando por viver em comunidades, desde o início das civilizações. Bauman (2003) compreende estar em comunidade como viver junto. Para o autor, a comunidade representa a família e tem motivação afetiva. Viver em comunidade é viver em segurança, com sujeitos confiáveis e que se ajudam mutuamente. A palavra comunidade sugere algo bom, e desperta a sensação de segurança e

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

conforto nos sujeitos. Desse modo, é quase sempre seguro estar em comunidade, caso algo de ruim aconteça o sujeito sempre terá a comunidade para ajudar a se reerguer.

No entanto, "o golpe mortal na 'naturalidade' do entendimento comunitário foi desferido" (BAUMAN, 2003, p. 18) através da internet e das redes sociais digitais. As informações passaram a ser transmitidas em alta velocidade, e os limites entre estar dentro de uma comunidade ou fora dela, não podem mais ser estabelecidos e mantidos apenas geograficamente.

Diferente de algumas comunidades presenciais, nas quais se encontram amigos, parentes, colegas e conhecidos, há outras denominações de comunidades, como as comunidades virtuais de fãs ou *fandoms.* Elas podem ser espaços virtuais, nos quais, sujeitos que compartilham de algum interesse sobre algum objeto de culto, possam se unir e formar uma comunidade de fãs. As comunidades virtuais de fãs são autônomas, capazes de produzir e distribuir conteúdo para além do trabalho produzido pelo objeto de culto. Isso mobiliza diversas áreas relacionadas para a produção de textos, vídeos, revistas e histórias em rede, exigindo comprometimento e sentimento de pertencimento entre os sujeitos.

Para as autoras Brough e Shresthova (2012) os fãs geralmente se envolvem e, frequentemente, afirmam suas identidades através de conteúdo do entretenimento, e quando esses fãs se unem para compartilhar interesses em comum acerca de um mesmo tema, constitui-se uma comunidade de fãs. De acordo com Jenkins (2009), a experiência pessoal como fã, muda a perspectiva sobre assuntos relacionados à política das mídias e, ao invés de recusar ideais, o fã passa a aceitá-las como uma forma de promover potenciais irrealizados, como por exemplo, identificar dentro da sociedade possíveis formas de melhorias e justiças. Desse modo, uma comunidade de fãs pode surgir entre o fascínio e frustração. De acordo com o autor, se a mídia não fascinasse não haveria o envolvimento com ela, mas ao mesmo tempo, se ela não frustrasse, não haveria motivos para tentar mudá-la (JENKINS, 2009).

O fascínio e frustração são elementos, possivelmente, constantes nas comunidades de fãs. Com isto, as relações de afeto, nas comunidades virtuais de fãs, podem auxiliar na potência de agir desses fãs, positiva ou negativamente, na medida em que os sujeitos dessas comunidades realizam eventos, trocas, investimento emocional e compartilhamento de informações, acerca de um mesmo tema.

Monteiro (2005) afirma que mais importante que o investimento emocional do fã é o compartilhamento do seu repertório simbólico, no qual um fã "só define sua condição de fã quando se posiciona em relação aos demais membros da comunidade virtual da qual faz parte e aos quais se encontra conectado pelo repertório, mesmo que jamais os tenha visto."

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

(MONTEIRO, 2005, p. 49). Dessa maneira, o compartilhamento de informações, com pontos de interação entre os sujeitos, permite que se conectem com maior facilidade, criando interações e relações de afetos mesmo quando constroem essa relação de maneira virtual.

Os sujeitos podem criar formas de se conectarem e criarem vínculos por meio do virtual, assim como, podem encontrar amigos, colegas e conhecidos em comunidades virtuais e fortalecer esse vínculo. Também podem encontrar uma comunidade virtual, na qual, o interesse por algum objeto seja compartilhado. Nesses "não espaços" virtuais, podem surgir comunidades virtuais de fãs ou *fandoms*. Nesse tipo de comunidade não existe espaço geográfico, embora estejam localizadas em plataformas digitais como sites e redes sociais digitais como *Instagram* e *Twitter*. Recuero (2001) faz uma análise do conceito de comunidade virtual e discute em que medida esse conceito pode ser utilizado quando aplicado a relações entre as pessoas de maneira online.

Partindo dessa compreensão, as comunidades virtuais podem ser um espaço onde as pessoas consomem e produzem conteúdos juntas. Segundo Jenkins (2009) atualmente, as comunidades virtuais são definidas principalmente pela forma coletiva de compartilhamento das informações e produção mútua. Dessa forma, as comunidades virtuais podem se tornar um meio no qual os sujeitos partilham de interesses em comum e produzem conteúdos relacionados aos seus afetos, a partir da interação gerada pela internet.

Piece of US: conceituando relações de afetação

Na filosofia de Spinoza (2019), o termo afeto se refere a alteração de um estado para outro, tanto em quem afeta, como em quem é afetado. Essa mudança pode ser favorável ou desfavorável para o corpo afetado, ou seja, a potência de agir pode ser aumentada no primeiro caso ou diminuída, no segundo caso. Nas palavras de Spinoza (2019, p. 169) afeto compreende "as afecções do corpo, pelas quais sua potência de agir é aumentada ou diminuída, favorecida ou reduzida, assim como as ideias dessas afecções".

Em concordância com a filosofia dos afetos de Spinoza (2019), Brian Massumi (1995) se aproxima dessa definição, quando afirma que o afeto é algo que é experimentado pelo corpo, e que há uma diferença entre o que acontece ao corpo e aquilo que é dito pelo sujeito para outros indivíduos. Massumi (1995) analisa algumas questões sobre o que possui intensidade e é inqualificável como o afeto, e sobre o que pode ser qualificado como a emoção.

A potência do afeto pode estar em sua intensidade. Para Massumi (1995) a intensidade é o que desencadeia o afeto, acontece internamente, tem a ver com a resposta corporal, não pode ser controlado ou previamente pensado, como um coração acelerado ou uma respiração

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

mais rápida, é uma resposta do corpo em relação aos acontecimentos. Para Spinoza (2019) essa intensidade é a potência de agir, quando os sujeitos são afetados. Desse modo, as relações de afeto podem alterar o comportamento dos sujeitos e gerar reações distintas a depender de sua intensidade.

Os afetos podem não ser tão simples de serem compreendidos, principalmente por serem constantemente confundidos com as emoções do corpo. Spinoza (2019) conceitua alguns afetos como amor, ódio, alegria, tristeza, esperança, medo, coragem e assim por diante, para ilustrar o que pode diminuir ou potencializar o agir do corpo. Por amor, Spinoza (2019) entende como uma alegria, coexistente com a ideia de uma causa exterior, enquanto o ódio surge de forma semelhante, porém, partindo de outro afeto, a tristeza. O ódio, segundo Spinoza (2019) é uma tristeza interligada a ideia de uma causa exterior. Assim, o sujeito se alegra ou se entristece ao relacionar essa ideia a uma determinada causa exterior, e esse processo se denomina amor ou ódio, e a causa é o que o sujeito determina que será amado ou odiado. Ao conceituar o amor e o ódio, Spinoza (2019) interliga os afetos de alegria e tristeza, como uma paixão.

"A alegria é uma paixão pelo qual a alma passa a uma perfeição maior, enquanto a tristeza é uma paixão pela qual ela passa a uma perfeição menor" SPINOZA (2019, p. 140). Os afetos de alegria e tristeza são o processo pelo qual o sujeito aumenta ou diminui sua potência de agir, dessa forma, todos os demais afetos se iniciam e se transformam em algo a mais. Ao entender a alegria e a tristeza, é possível entender a origem dos demais afetos.

Spinoza (2019) também conceitua os afetos de esperança, medo e coragem. A esperança, de acordo com o autor, é uma alegria inconstante, que surge de uma coisa futura ou passada do qual o resultado tem-se dúvidas. Novamente a alegria é um meio necessário para o entendimento de um afeto, nesse caso, a esperança é senão um processo de dúvida e espera. Para Spinoza (2019) o afeto de esperança e medo estão interligados, pois ambos são processos de espera, para o autor o medo é uma tristeza inconstante e da mesma maneira que a esperança, surge de uma dúvida.

Para Gilbert (2014), o afeto, assim como para Spinoza (2019) e para Massumi (1995), é como uma "dimensão da experiência que é ao mesmo tempo física e psicológica, um domínio de intensidades variáveis que não são completamente articuladas."[3] (GILBERT, 2014, p. 145, tradução nossa). O autor, faz uma discussão sobre os afetos baseados, principalmente na obra

[3] No original: "Affect is understood by these philosophers as a dimension of experience which is at once physical and psychological, a domain of varying intensities which are not fully articulated." (GILBERT, 2014, p. 145)

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

de Brian Massumi e Gilbert Simondon, e reforça sobre a teoria da virada do afeto, na qual há possibilidades de um corpo influenciar outros.

Para Gilbert (2014) a emoção é aquilo que se pode mencionar, algo que acontece internamente com o sujeito, enquanto o afeto, conceituado por Massumi é como "uma intensidade pré-pessoal correspondente a passagem do estado experiencial do corpo para outro e implicando um aumento ou diminuição da capacidade desse corpo de agir"[4] (DELEUZE AND GUATTARI (1988: xvi) apud GILBERT (2014, p. 145)) e como exemplos, Gilbert (2014) cita o tom de voz e a música.

De acordo com Gilbert (2014), a psicologia afirma que o tom de voz comunica mais que apenas o conteúdo semântico de um enunciado, o que pode influenciar os efeitos do que é emitido, e o que se transmite através do tom de voz, possivelmente é um afeto. O tom de voz pode causar diferentes reações, podendo alterar o comportamento de quem fala, como respiração e frequência cardíaca, ao mesmo tempo que afeta diretamente o ouvinte, podendo influenciar seu corpo (aqui entende-se como corpo e mente), a agir positiva ou negativamente e tornar o ouvinte mais propenso a possíveis afecções como o amor, o ódio, a alegria, a tristeza e assim por diante.

Além do tom de voz, a potência do afeto pode ser percebida também por meio da música. Para Gilbert (2014) a maneira que determinadas músicas induzem a certas danças, é outro exemplo de afetação. A música é capaz de influenciar o corpo positiva ou negativamente, considerando que é possível utilizar a música para dançar, acalmar, irritar ou causar reações distintas no ouvinte.

De acordo com Gilbert (2014) a ideia de afeto vem sendo discutida em diversos campos, como a área social, cultural e teoria política, ao ponto de alguns autores como Clough e Halley (2007) e Thrift (2007) abordarem sobre a virada do afeto. O autor afirma que uma das áreas mais importantes sobre esse assunto está na natureza social do afeto.

> Prestar atenção na dimensão afetiva da experiência é observar até que ponto corpos estão constantemente influenciando uns aos outros e para quais, como Simondon insiste, essas relações de influência mútua são muitas vezes constitutivas de sua capacidade de agir. (GILBERT, 2014, p. 146, tradução nossa).[5]

[4] No original: "a prepersonal intensity corresponding to the passage from one experiential state of the body to another and implying an augmentation or diminution of that body's capacity to act …" (DELEUZE AND GUATTARI, 1988: xvi apud GILBERT, 2014, p. 145)

[5] No original: "To focus attention on the affective dimension of experience is to observe the extent to which bodies are constantly influencing each other and to which, as Simondon insists, these relations of mutual influence are often constitutive of their capacity to act at all." (GILBERT, 2014, p. 146).

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

Dessa forma, os estudos sobre a virada do afeto são focados na influência do afeto nas experiências do sujeito, que segundo Gilbert (2014) pode ser considerado o ponto em que um sujeito influencia o outro, e se essa influência constitui uma capacidade de agir. As relações de afeto, necessariamente, constituem da capacidade de influenciar outros corpos ou mentes, podendo interferir na capacidade de agir dos sujeitos (SPINOZA, 2019; GILBERT, 2014; MASSUMI, 1995).

Essas relações de afeto, possivelmente, estão relacionadas às dimensões da experiência, que acontecem antes, durante ou após as interações sociais entre os sujeitos. Essas interações podem ser pessoais ou através das redes sociais digitais, por serem conjuntos de ações e atividades que afetam diretamente o contexto no qual o sujeito se encontra. Essas interações podem influenciar na tomada de decisões.

Assim, observar como os afetos trazem experiências positivas ou negativas para a vida dos sujeitos, podendo levá-los a influenciar uns aos outros, se faz necessário para tentar entender a intensidade do afeto na potência de agir de cada um. A maneira como os sujeitos podem se organizar em torno de questões sociais, por exemplo, mostra que, a partir das relações de afeto, estão cada vez mais fortalecendo relações sociais e possivelmente, utilizando ferramentas, como as redes sociais digitais, para o fortalecimento de determinadas ações do cotidiano.

Break the Ice: Sobre o *framing* da mídia e da audiência

No Brasil, de acordo com uma pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE[6]), a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua revelou em 2021, que o acesso à internet chegou a 90% dos domicílios. Por meio das redes sociais digitais, os sujeitos podem empoderar-se e participar de ambientes digitais complexos que os interligam, e que segundo Paiva (2012, p. 149) “transportam os corações e mentes para outra dimensão de experiência individual e coletiva”, podendo dessa maneira, tanto democratizar o acesso à informação, como também instituir alguma influência na forma como o sujeito se comporta.

Para alguns pesquisadores (ENTMAN, 1993; GAMSON E MODIGLIANI, 1989; GUTMANN, 2006; SCHEUFELE, 1999) o conceito de enquadramento ou *framing* diz respeito aos quadros criados pela mídia para representar narrativas e perspectivas desses meios. O enquadramento midiático se constitui de um quadro elaborado e prospectado pela mídia e por profissionais de comunicação, no qual, enquadram algumas narrativas selecionadas do

[6] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. Gráfica Digital: 2021. Acesso em 01 de março de 2023. Disponível em: liv101963_informativo.pdf (ibge.gov.br)

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

cotidiano, em blocos, para o melhor entendimento dos públicos. Entretanto, ao tentar enquadrar narrativas os meios e os profissionais de comunicação acabam por interligar, indiretamente, suas próprias expectativas e ponto de vista, o que pode limitar o entendimento de fatos a quadros estreitos e perspectivas pessoais sobre os assuntos abordados.

Para Entman (1993) o enquadramento envolve essencialmente duas características, que são a seleção e a saliência. Para o autor, enquadrar é selecionar certos aspectos captados da realidade e salientá-los através de instrumentos de comunicação, como uma maneira de tentar promover um problema, uma interpretação causal, uma avaliação moral, e/ou um tratamento recomendado para o item enquadrado.

A própria palavra salientar pode ser definida, segundo Entman (1993), como uma maneira de transformar a notícia em informação mais perceptível, significativa ou memorável para o público. Nesse contexto, o narrador/jornalista pode escolher revelar ou omitir informações durante a composição de uma notícia, salientando apenas alguns aspectos dos acontecimentos, baseado em suas experiências pessoais. Isso pode construir uma possível interpretação de quem vai ler/assistir/ouvir a notícia.

Para Gutmann (2006) é possível observar que esses enquadramentos podem ter dois vieses, um deles é o *framing* da mídia, que se refere ao ponto de vista da mídia nos diferentes acontecimentos por ela abordados, e o outro é o *framing* da audiência, que é como o público vai enquadrar certos acontecimentos a partir do que é oferecido pela mídia. Desse modo, é possível compreender que o enquadramento, tanto da mídia quanto da audiência, é o foco que o transmissor ou receptor da mensagem oferece aos fatos relatados. E para entender esse foco, alguns pesquisadores (ENTMAN, 1993; GAMSON E MODIGLIANI, 1989; PORTO, 2002; SOARES, 2006) estabelecem parâmetros de identificação dos enquadramentos, por meio de classificações e identificação de determinados elementos.

Os pesquisadores Gamson e Modigliani (1989) conceituam os dispositivos de enquadramento como pacotes interpretativos, e ressaltam que esses pacotes possuem uma configuração interna que viabiliza uma ideia organizadora geral, que é o enquadramento. Eles se dividem em *framing devices* (dispositivos de enquadramento) e *reasoning devices* (justificação de enquadramentos*).* O *Framing Devices* é uma sugestão de como o sujeito público deve pensar sobre a questão apresentada, fornecendo uma estrutura para se ler sobre o assunto, enquanto os *reasoning devices* justificam o que precisaria ser feito em relação a esse assunto, oferecendo argumentos ou razões.

Além dos dispositivos de enquadramento ou pacotes interpretativos – aqui entendidos como sinônimos – Porto (2002) estabelece uma classificação para os enquadramentos. O autor divide

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

em dois tipos distintos e que podem ser utilizados para direcionar as análises por meio dos dispositivos de enquadramentos, classificando os elementos identificados como parte dos enquadramentos, definidos como noticiosos ou interpretativos.

De acordo com o autor, o enquadramento noticioso é definido como aquele que se relaciona com os padrões de apresentação, seleção e ênfase em determinados relatos pelos profissionais de jornalismo. Essa definição está próxima do conceito de enquadramento midiático utilizado por Entman (1993), para o qual o enquadramento é sobre selecionar e salientar informações, favorecendo um ponto de vista em detrimento de outros.

O enquadramento interpretativo, segundo Porto (2002), pode ser definido como padrões de interpretação, que possibilitam uma avaliação individual de quem emite uma informação sobre determinados temas ou eventos políticos, que abrangem problemas, avaliações sobre causas e responsabilidades, recomendações de soluções, entre outros. O autor ressalta ainda que os enquadramentos interpretativos são facilmente encontrados em colunas de opinião ou matérias de cunho analítico, o que faz com que as normas de objetividade, geralmente incentivadas no jornalismo, sejam fatores que inibam a apresentação de interpretação desses profissionais.

No entanto, seguir as regras de objetividade não impedem que os jornalistas não possuam influência no processo de formação dos enquadramentos interpretativos. Pelo contrário, é possível que esses profissionais utilizem fontes secundárias para apresentar sua opinião em detrimento de outras opiniões. A diferença entre os enquadramentos noticiosos e interpretativos está, segundo Porto (2002), na fonte das notícias, enquanto a fonte do enquadramento noticioso são os profissionais de comunicação, como jornalistas, as fontes do enquadramento interpretativo são produzidas pelos atores políticos e sociais.

Ainda de acordo com Porto (2002), no enquadramento interpretativo é possível estabelecer padrões para análises, baseando-se nas fontes das notícias. O autor classificou esses padrões em segmento episódico, restrito e plural – esse último se divide em plurais abertos e fechados.

O segmento episódico existe quando não há nenhum tipo de enquadramento, e a reportagem é apresentada como descritiva; o segmento restrito pode ser identificado quando há apenas um enquadramento interpretativo; e os segmentos plurais quando incluem vários enquadramentos interpretativos. No entanto, os segmentos plurais podem subdividir-se em plurais-fechados e plurais-abertos: os plurais-fechados é reconhecido quando um enquadramento é enfatizado ou favorecido; os plurais-abertos é quando se reconhece que nenhum enquadramento foi favorecido ou indicado como mais adequado, legítimo ou mais verdadeiro.

Os enquadramentos das redes sociais digitais é um assunto debatido pelo poder de influência e interação que essas mídias possuem. O *Instagram*, como exemplo, possui

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

ferramentas de interação como comentários e *stories* que duram 24h. O *Twitter*, atualmente, se encontra com usuários, que geralmente, buscam por informações ou notícias imediatas, usando a ferramenta *Trend Topics* ou pesquisando uma *hashtag* (#) para encontrar assuntos atuais e relevantes quando os fatos estão acontecendo. De acordo com Soares (2006), citando Goffman (1974), diz que os enquadramentos midiáticos são

> Definidos como marcos interpretativos construídos socialmente, que permitem às pessoas atribuírem sentido aos acontecimentos e às situações sociais, basicamente, respondendo à pergunta: "O que está acontecendo aqui"? Ou seja, trata-se de um processo de definição de situação, implicando construção de sentido para os eventos cotidianos. (SOARES, 2006, p. 3)

Essa é justamente a pergunta-chave que o *Twitter* utiliza para instigar seus usuários a realizarem postagens no site. O *Twitter* é um site que simula um microblog, no qual, os perfis cadastrados podem realizar postagens em até 280 caracteres. Possui diversas ferramentas de interação, sendo o @ e a *hashtag* muito utilizados pelos usuários. Através do @ é possível mencionar e responder menções ao *nickname* do usuário no site. Se a conta for privada apenas os seguidores do usuário possuem a possibilidade de resposta e visualização de postagens, também podem interagir e responder as postagens de contas abertas, inclusive, mencionando outros usuários. No *Twitter* as postagens são chamadas de tuítes.

As redes sociais digitais, como o *Twitter*, também oferecem um espaço de fácil acesso a informações e interação. Através das ferramentas disponibilizadas por essas redes, os sujeitos possuem maneiras de selecionar e armazenar informações pertinentes a assuntos que os interessam, por meio do uso de *hashtags* no *Twitter*. O uso de *hashtags* pode ser comum em algumas redes sociais digitais, tornando-se mais utilizada na rede social digital *Twitter*. Essa ferramenta permite que os usuários cadastrados utilizem o símbolo # seguindo de uma palavra ou frase, na qual, é imediatamente catalogada pelo algoritmo e facilmente encontrada na rede. Basta procurar ou clicar na *hashtag* que facilmente encontrará diversas outras postagens que utilizaram a mesma sequência de palavras.

Soares (2006) discute sobre a análise dos enquadramentos e os efeitos sobre a audiência, considerando pesquisas de autores como Shen e Edwards (2005), McLeod e Detenber (1999), Entman (1993) e D'Angelo (2002). Soares (2006) explica que os estudos sobre o enquadramento da audiência ocorrem porque alguns sujeitos públicos recorrem a atalhos cognitivos para o processamento de informações, com base em informações já disponibilizadas.

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

A finalidade desse processamento é justamente realizar julgamentos acerca de como a audiência, aqueles que recebem a informação, percebe e contextualiza os assuntos ou eventos abordados pela mídia.

Os enquadramentos da audiência podem, a depender do contexto, afetar a opinião e o comportamento social da audiência. Segundo Soares (2006) os estudos de McLeod e Detenber (1999) baseiam-se em uma análise do paradigma do protesto, que é um tipo de enquadramento que pode levar a audiência a formar opiniões sobre outros sujeitos e temas relacionados a manifestações públicas. Os estudos de McLeod e Detenber (1999) afirmam

> Que as variações em termos do nível de apoio ao status quo em reportagens de televisão produziram efeitos de enquadramento em relação à maior ou à menor identificação dos leitores com participantes do protesto, apoio aos seus direitos expressivos, crítica da polícia, efetividade percebida, avaliação do apoio público percebido e noticiabilidade do protesto. (SOARES, 2006, p. 7).

Porém, paralelamente, o processamento de informações dos sujeitos e como eles interpretam a realidade, pode ser influenciado por algo preexistente que é imposto a partir de entendimentos e regras morais postas na sociedade, como ordens de interação e socialização, que são exercidas de fora para dentro. Soares (2006) citando Shen e Edwards (op. Cit.) diz que os sujeitos utilizam valores básicos para formarem opinião e posicionamentos políticos, por esse motivo, algumas personalidades políticas e meios de comunicação possuem maior possibilidades de enquadrar alguns assuntos em torno desses valores compartilhados socialmente, tais como liberdade e igualdade.

Assim, os enquadramentos da audiência podem partir das experiências preexistentes dos sujeitos e das influências de alguns meios de comunicação. Os enquadramentos da audiência, segundo Entman (1993), acabam por estruturar e organizar o processamento das informações em um conjunto de ideias. Isso implica dizer que algumas matérias jornalísticas podem afetar o comportamento dos sujeitos, através do reforço de determinadas palavras, imagens, bordões e valores compartilhados.

ANÁLISE DE DADOS

A análise está nos afetos e enquadramentos encontrados nas postagens realizadas pelos fãs da cantora Britney Spears, por meio do movimento *#FreeBritney*. Os fãs podem utilizar ferramentas comunicacionais e plataformas digitais para obter maior engajamento com a causa.

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

O movimento teve início em meados de 2019, quando duas fãs da cantora chamadas Barbara Gray e Tess Barker, criadoras de um *podcast* que fala sobre o *Instagram* da Britney, o *Britney 's Gram*, começaram a pesquisar e investigar mais sobre a conservadoria. Depois de meses de suspeitas e teorias em seu *podcast*, as fãs receberam um áudio em forma de denúncia, no qual um suposto advogado, que fez parte da equipe de Britney Spears, alegou que ela havia sumido por estar internada involuntariamente, porque se recusou a tomar os remédios, e que a internação havia sido feita desde janeiro de 2020, não de março de 2020 como a equipe da cantora anunciou.

Todo o material foi transformado em um episódio no #75 chamado *Free Britney*, do *Britney's Gram*[7]. Foi nesse episódio que a *tag #FreeBritney* foi utilizada pela primeira vez, e acabou ganhando visibilidade na mídia após o lançamento do primeiro documentário que aborda sobre a conservadoria da Britney Spears e o movimento *#FreeBritney* criado pelos fãs, em 2021.

Neste contexto, vale ressaltar que, a análise é feita através das teorias dos afetos de Spinoza (2019) e a teoria dos enquadramentos de Porto (2002), ambas contextualizadas pela base teórica do artigo. No que se refere a metodologia, para respeitar o objetivo deste artigo, que é entender quais afetos e enquadramentos podem ser encontrados nas postagens do twitter da comunidade de fãs da cantora Britney Spears. Parte-se da hipótese de que uma comunidade de fãs bem articulada pode enquadrar a realidade a sua própria maneira e consolidar afetos e relações de afetações.

Os procedimentos metodológicos utilizados no trabalho foram: pesquisa bibliográfica, documental para fundamentar a base teórica da pesquisa e análise de dados, e a abordagem foi realizada por meio das pesquisas exploratória, descritiva e qualitativa. O recorte de tempo foi entre janeiro e junho de 2021, que se justifica pelo lançamento do primeiro documentário – *Framing Britney Spears*: a vida de uma estrela - que fala sobre a conservadoria da Britney Spears e do movimento criado pelos fãs para libertá-la, essa foi a primeira vez que a mídia brasileira abordou sobre o assunto na TV.

Enquadramentos dos fãs no Twitter, por meio da tag *#FreeBritney*

O movimento *#FreeBritney* foi criado pelos fãs, para pressionar as autoridades e a família de Britney Spears, sobre os fatos ocorridos nos últimos anos durante a conservadoria

[7] Podcast Britney 's Gram: A versão dos fãs sobre a conservadoria. Disponível online em: Britney's Gram | Ouça grátis na SoundCloud Acesso em 01 de ago de 2022

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

que ela se encontrava. Desde então, o movimento cresceu em apoiadores e celebridades como a socialite Paris Hilton e a cantora Miley Cyrus que apoiaram o movimento de fãs em suas contas no *Twitter*.

Figura 20: Tuíte de Miley Cyrus em apoio ao movimento *#FreeBritney*



Fonte: Twitter (2022)

A conta analisada neste artigo é administrada por fãs da cantora Britney Spears. O perfil é o @freebritneyLa, considerado pelos fãs como centro de organização do movimento. O *Free* Britney LA não divulga quem são seus administradores, mas possuem cerca de 15.165 seguidores em sua conta no *Twitter*, que foi cadastrada em 2009. Possivelmente o *username* da conta foi alterado desde a adesão ao movimento.

Quadro 1: Quantidade de postagens no *Twitter* do perfil ao ano, utilizando a tag *#FreeBritney*

	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez	Total
2019	0	0	0	5	15	3	4	7	10	2	4	3	53
2020	25	14	5	3	2	1	40	22	47	17	20	20	216
2021	13	17	20	21	15	28	50	33	25	12	1	0	235
2022	1	0	0	0	0	0							1

Fonte: Criado pela autora (2022)

No quadro 1 é realizada uma coleta de dados sobre as menções no perfil @freebritneyLA, com a tag *#FreeBritney.* Antes da criação do movimento, em 2019, não há nenhuma citação ao termo *Free Britney*. Entretanto, desde abril de 2019 a *tag* passa a ser utilizada chegando ao seu ápice em 2021, ano de lançamento do documentário *Framing Britney Spears*: a vida de uma estrela. O ano de 2021 tornou-se um momento importante para a comunidade de fãs e para o movimento *Free Britney*. Antes, durante e após o lançamento do

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

documentário a produção de conteúdo sobre o assunto permanece constante com atenção especial ao mês de julho de 2021, que chegou a 50 postagens utilizando a *tag*.

Quadro 2: Formatos de enquadramentos recorrentes nas postagens

FORMATOS DE ENQUADRAMENTOS	Quantidade de vezes identificadas nas postagens entre jan e mar 21	Quantidade de vezes identificadas nas postagens entre abr e jun 21
Restrito	36	39
Plural-fechado	8	21

Fonte: Criado pela autora (2022)

No quadro 2, foram analisados quais formatos de enquadramentos mais se repetem nas postagens dos fãs. Durante os seis meses analisados foram identificados apenas dois formatos de enquadramentos, que são o formato restrito e o formato plural-fechado. Esses formatos se justificam por serem postagens realizadas por fãs da Britney Spears, para uma causa social, o que leva a consolidar o movimento por meio de uma narrativa que exibe seu próprio enquadramento, muitas vezes, em detrimento dos enquadramentos da mídia.

Ao continuar as análises, percebe-se também o uso do enquadramento plural-fechado, no qual é possível mostrar outros enquadramentos, porém, enfatizando ou favorecendo um enquadramento específico, de acordo com Porto (2002). No segundo trimestre, entre abril e junho de 2021, houve um aumento considerável nas postagens, utilizando a tag *#FreeBritney*, o que pode estar atrelado ao lançamento do documentário nos Estados Unidos, o *Framing Britney Spears*, que estreou em 02 de fevereiro de 2021, e o aumento do uso do enquadramento plural-fechado. Nesse caso, os fãs utilizam de vídeos feitos por profissionais de áreas jurídicas, matérias em jornais online e partes dos documentários *Framing Britney Spears* e *Battle for Britney*, para reforçar os seus enquadramentos, enfatizar e favorecer o posicionamento do movimento no *Twitter*. Isso pode ser uma forma dos fãs validarem e fortalecerem a posição do movimento mediante os veículos midiáticos.

Após a identificação dos principais tipos de enquadramentos, foi possível entender como os fãs organizaram suas ideias para fortalecer o movimento. Para os autores Gamson e Modigliani (1989), os pacotes interpretativos permitem viabilizar um enquadramento, por meio de configurações internas. Para isso, os autores dividem os pacotes interpretativos em dispositivos de enquadramento e justificação de enquadramento. A diferença entre eles está porque os dispositivos de enquadramentos são pacotes interpretativos que permitem que quem está apresentando a ideia sugira como se deve pensar sobre o tema apresentado, enquanto a

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

justificação de enquadramentos é um pacote interpretativo que apenas justifica oferecendo argumentos e razões.

Quadro 3: Pacotes Interpretativos recorrentes nas postagens realizadas

PACOTES INTERPRETATIVOS	Quantidade de vezes identificadas nas postagens entre jan e mar 21	Quantidade de vezes identificadas nas postagens entre abr e jun 21
justificativo	4	
origem	1	
causa	5	3
apelo a princípios	2	
explicativo	5	
resposta	4	4
informativo	2	25
imagens	21	26
vídeos	3	3
metáfora	1	

Fonte: Criado pela autora (2022)

O quadro 3 mostra quais pacotes interpretativos foram mais utilizados pelos fãs, por meio dos tuítes. O uso de imagens obteve resultado expressivo nas análises, visto que foram utilizadas em 21 dos 44 tuítes postados entre janeiro e março de 2021 e, em 26 dos 57 tuítes postados entre abril e junho do mesmo ano. O uso de imagens, segundo Jenkins (2009), principalmente quando criadas por fãs, pode estar associada às formas participativas dos fãs para criação de conteúdo e que essas imagens estão às margens da indústria midiática. Isso pode incluir trabalhos artísticos e vídeos e são distribuídos gratuitamente para consolidação do movimento entre os fãs e públicos interessados.

Quadro 4: Afetos identificados nas postagens realizadas

AFETOS	Quantidade de vezes identificadas nas postagens entre jan e mar 21	Quantidade de vezes identificadas nas postagens entre abr e jun 21
Amor	17	54
Esperança	14	25
Coragem	6	6
Ousadia	2	
Tristeza	1	

Fonte: Criado pela autora (2022)

No quadro 4 foram analisados quais os principais afetos identificados nas postagens. Os afetos de amor e de esperança se destacam, muitas vezes aparecendo juntos na mesma postagem. Para Spinoza (2019) o afeto de amor pode ser conceituado como uma alegria externa que coexiste com a ideia de uma causa exterior. Enquanto o afeto esperança, pode estar

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

conectado a alegria inconstante, que segundo Spinoza (2019) surge de uma coisa futura ou passada da qual se tem dúvidas sobre a concretização. Pode-se definir a maioria das postagens realizadas por meio do afeto amor, por estarem atreladas ao movimento *Free Britney*.

Ao associar a teoria dos afetos de esperança e amor de Spinoza (2019) ao movimento *Free Britney* no *Twitter*, é possível que o movimento *Free Britney*, seja a causa exterior, para os fãs, que leva a potencializar o agir dos sujeitos envolvidos. Ao mesmo tempo afeta positivamente os envolvidos por meio de uma alegria inconstante (esperança), visto que, na época das análises, Britney Spears ainda estava sob tutela e em julgamento para ser liberta.

APONTAMENTOS FINAIS

As análises sobre os fãs do movimento apontam o crescente apoio da mídia, de celebridades e demais fãs da Britney Spears em prol da liberdade esperada pelo movimento *Free Britney*, que conseguiu expandir e compartilhar informações acerca de aspectos importantes para a comunidade de fãs através do *Twitter*, com depoimentos de profissionais da área explicando sobre o que estava acontecendo no processo judicial e ações de protestos presenciais em prol da liberdade de cantora.

O objetivo de entender quais afetos e enquadramentos são associados pelos fãs, por meio do movimento *FreeBritney* é essencial para tentar compreender quais símbolos reforçam esses processos emocionais, relacionados aos afetos e que de alguma maneira, reforçam a luta por uma causa. E quando se evoca esses símbolos ou afetos, acaba regulando as interações coletivas da comunidade de fãs, de maneira virtual. Entender como se dá essas mudanças no processo comunicacional da comunidade de fãs se faz necessário para a compreensão dos enquadramentos que foram criados pelos fãs, com reforços da mídia.

Por fim, a relação entre as mídias sociais digitais e o comportamentos dos sujeitos é uma área de pesquisa que pode ser explorada sob diversas perspectivas, principalmente quando se refere as relações de afetação desses meios e as consequenciais que podem estar sendo atribuídas aos sujeitos usuários. O movimento *#FreeBritney* poder ter gerado uma perspectiva para a conservadoria da cantora, que até então não havia sido observada. Com o auxílio dos fãs, a cantora Britney Spears fez surgir um movimento que aborda sob direitos da mulher e possíveis alienações do sistema, fazendo do movimento dos fãs um símbolo de luta e fazendo surgir mudanças nos enquadramentos e no processo comunicacional dos próprios fãs.

REFERÊNCIAS

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

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

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

CLOUGH, P.T., Halley, J.O.M. **The Affective Turn:** Theorizing the Social. Durham, N.C., Duke University Press, 2007.

D'ANGELO, P. **News framing as a multiparadigmatic research program**: a response to Entman. Journal of Communication, 2002.

ENTMAN, R. **Framing:** Toward Clarication of a Fractured Paradigm. Journal of Communication, 1993.

FRAMING Britney Spears: a vida de uma estrela. Direção de Samantha Stark. Estados Unidos: The New York Times, 2021. Streaming Globo Play. (74min).

JENKINS, Henry. **"Cultural acupuncture"**: Fan activism and the Harry Potter Alliance. *In:* Transformative Works and Fan Activism, California, Transformative Works and Cultures, no. 10, 2012. Disponível em: "Acupuntura cultural": Ativismo de fãs e a Aliança Harry Potter | Obras e Culturas Transformadoras (transformativeworks.org) Acesso em: 15 de jun. 2021

MASSUMI, Brian. **The Autonomy of affects**. Crítica Cultural, n. 31, 1995. Disponível em: A Autonomia do Afeto no JSTOR Acesso em: 10 de ago. 2021

MCLEOD, D; DETENBER, D. H. **Framing effects of television news coverage of social protest**. Journal of Communication, 1999.

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

GAMSON, William.; MODIGLIANI, Andre. **Media discurse and public opinion on nuclear power:** a construcionist approach. American Journal of Sociology, 1989.

GILBERT, Jeremy. **Common Ground:** Democracy and Collectivity in an Age of Individualism. London: Pluto Press, 2014.

GUTMANN, Juliana Freire. **Quadros narrativos pautados pela mídia**: framing como segundo nível de agenda setting?. Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura: Bahia, n. 01, 2006. Disponível em: Quadros narrativos pautados pela mídia:framing como segundo nível do agenda- setting? | Freire Gutmann | Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura (ufba.br) Acesso em: 03 de jun. 2021

PORTO, Mauro P. **Enquadramentos da Mídia e Política**. XXVI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais – ANPOCS, n. 26, Caxambu/MG, 2002

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

SCHEUFELE, Dietram A. **Framing as a Theory of media effects**. Journal of Communication, n. 49, 1999. Disponível em: Framing as a theory of media effects - Scheufele - 1999 - Journal of Communication - Wiley Online Library Acesso em: 25 de mai. 2021

DOI: 10.55592/524.2023.1046590

SHEN, F.; EDWARDS, H. H. **Economic individualism, humanitarianism and welfare reform**: a value-based account of frame effects. Journal of Communication, 2005

SOARES, Murilo Cesar. **Análise de enquadramento**. *In:* Métodos e Técnicas de Pesquisa em comunicação. Grupo GEN, 2006. Disponível em: https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522474400 Acesso em 01 de ago de 2022

SPINOZA, Baruch. **Ética.** Lebooks Editora, 2019.

Thrift, N. **Non-Representational Theory:** Space, Politics, Affect. London: Routledge, 2007.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas. Gráfica Digital: 2021. Acesso em 01 de março de 2023. Disponível em: liv101963_informativo.pdf (ibge.gov.br)

DOI: 10.55592/524.2023.1046590