

DA TELEVISÃO AO CIBERESPAÇO: UMA ANÁLISE INICIAL DAS FANPAGES DO PROGRAMA *AMERICAN IDOL* NO FACEBOOK¹

FROM TELEVISION TO CIBERESPAÇO: AN INITIAL ANALYSIS OF THE AMERICAN IDOL FANPAGES ON THE FACEBOOK

RESUMO

O objetivo deste trabalho é realizar uma análise dos desdobramentos interativos do *reality show* musical *American Idol* no ciberespaço, com um enfoque específico nas *fanpages* relacionadas ao programa no *Facebook*. A primeira seção apresenta a importância do programa *American Idol* para o formato dos *reality shows* musicais na atualidade; a segunda seção descreve o esquema geral do programa e algumas características de suas dezesseis temporadas; a terceira seção discute como os *reality shows* participam de uma “sociedade do espetáculo”, ao mesmo tempo em que oferecem novas possibilidades de interação e fomentam atividade dos espectadores em decorrência da convergência midiática; a quarta seção efetua uma análise empírica das *fanpages* relacionadas ao programa no *Facebook*; e, finalmente, são apresentadas algumas considerações finais sobre esta análise inicial. Palavras-Chave: Convergência; *Reality Shows*; *American Idol*.

ABSTRACT

The main goal of this project is making an analysis of the interactive unfolding of the musical Reality show “American Idol” in the cyberspace, focusing especially in facebook fan pages. The first section shows the relevance of American Idol’s format for the industry of the musical reality shows; The Second Section describes the general scheme of the program and some particular tendencies in their sixteen seasons; The third section of this work brings a discussion about how the musical reality shows joins the “Society of spectacle”, at the same time that they offer new possibilities of interaction and instigate the viewers in a direct result of the media convergence; The fourth section makes an empirical analysis on fan pages related to the program, on facebook; Finally, the final Thoughts are presented upon the initial analysis.

Keywords: Convergence; Reality Shows; American Idol.

INTRODUÇÃO

Em 11 de junho de 2002, estreou na televisão americana o programa *American Idol*, cujo objetivo era determinar qual seria o melhor candidato na competição musical, apresentando ao público “a nova voz” estadunidense. Sobre o programa em questão, Monteiro (2014, p. 1) afirma: “A escolha é realizada por meio de uma hibridização entre o voto popular

¹Este trabalho é uma versão revisada e ligeiramente modificada do trabalho apresentado no IJ5 – Comunicação Multimídia do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

e as escolhas dos três juízes, que são experts da indústria musical, cultural, mercadológica e midiática, ou seja, são pessoas dotadas de conhecimentos específicos desse meio”.

O programa criado por Simon Fuller² foi derivado do britânico “*Pop Idol*”, mas a versão estadunidense fez tanto sucesso que resultou em 15 temporadas e teve como jurados figuras expressivas da indústria fonográfica, tais como: Simon Cowell, Paula Abdul, Randy Jackson, Mariah Carey, Nicki Minaj, Steven Tyler, Kara Dio Guardi e Ellen DeGeneres, dentre outros.

A forma geral do programa *American Idol* era relativamente simples: cada inscrito se apresentava semanalmente cantando uma canção do universo *pop*, para logo após receber as análises críticas de cada um dos jurados presentes. Em seguida, aquele que fosse o menos votado pelo público na semana em questão era eliminado. Esse sistema se repetia até a final, na qual o público estadunidense escolheria o vencedor dentre os dois candidatos remanescentes.

Este *reality show* obteve grandes índices de audiência na TV estadunidense e seu público participava ativamente da escolha do vencedor através das referidas votações semanais, a partir de uma determinada etapa do programa (como se verá na próxima seção). O sentimento de pertencimento gerava comoções nas redes sociais e nos fóruns de discussão virtuais (durante e até mesmo após a exibição de suas temporadas), nos quais se formavam grupos para conversar sobre o programa e até mesmo para votar em determinados participantes, mantendo-os na disputa por mais tempo.

O sucesso da franquia *Idol* é inegável, pois, desde 2002, ela já obteve versões em cerca de 40 países, incluindo o Brasil. Aqui, o programa *Ídolos* foi transmitido tanto pelo SBT (duas temporadas, entre 2006 e 2007) quanto pela Rede Record (cinco temporadas, entre 2008 e 2012). Enquanto a versão estadunidense era exibida originalmente pela rede de televisão *FOX*, nos EUA, a mesma foi transmitida no Brasil pelo canal fechado *Sony Entertainment Television*, e, em Portugal, pelo canal *FOX Life*. A franquia também gerou controvérsias sobre a autenticidade dos resultados (JENKINS, 2009, p. 129-134), obtendo diversos críticos e até mesmo *haters*³ ao longo de sua trajetória.

Um dos motivos de crítica é o fato deste programa reduzir o processo de construção da carreira artístico-fonográfica a uma competição programada, com prazo e patrocinadores pré-definidos. *American Idol* pode ser categorizado como um *reality show* musical, isto é, voltado

²Empresário de grupos de grande sucesso fonográfico como as *Spice Girls* e *S Club 7*.

³Ou “Odiadores” (em tradução livre nossa): termo bastante usado na internet para classificar as pessoas que praticam o “*bullying virtual*”, fomentando e incitando discursos de ódio sobre diferentes temas.

para a temática musical. Neste sentido, trata-se de um misto de jogo com ficção seriada, pois não necessariamente os desdobramentos da carreira fonográfica de cada participante poderiam ser limitados ou definidos por sua performance no programa. O reality enfatizava aspectos emotivos das vidas privadas dos participantes (principalmente os que remetiam a adversidades enfrentadas por eles). Os candidatos, conforme a disputa se desenrolava, eram apresentados pela produção do programa como personagens de um enredo, embora representassem a si próprios e buscassem um lugar real na indústria fonográfica e no *show business* estadunidense.

Outro motivo de crítica ao programa é o fato de *reality shows* muitas vezes acentuarem os aspectos seletivos da disputa de modo cruel (VIANA, 2012). A crítica dos juízes pode ser muito “dura” com os competidores em alguns momentos, tal como ocorre no mercado de trabalho, de um modo geral, no contexto contemporâneo.

Ainda assim, *American Idol* estabeleceu os parâmetros fundamentais para a maioria dos programas categorizados como *reality shows* musicais (*The Voice* e *X Factor*, por exemplo). Mesmo tendo encerrado suas atividades em 2016, depois de 15 temporadas, *American Idol* ainda manteve uma memória “viva” através do registro de interações entre seus fãs no ciberespaço, em *sites* de redes sociais e fóruns de discussão. E por meio destes desdobramentos que vinham acontecendo no ciberespaço, no dia 9 de abril de 2017 foi anunciado o retorno do programa para o ano seguinte. Sobre o este anúncio ter acontecido apenas um ano após seu término, Henry Jenkins afirma que “há anos, grupos de fãs procuram reunir-se em apoio a séries ameaçadas de cancelamento do público do que na quantidade de espectadores” (JENKINS, 2009, p.98).

O retorno da franquia ocorreu no dia 11 de março de 2018 e foi exibida na TV estadunidense até o dia do episódio final em 21 de maio de 2018, tendo como vencedora Maddie Poppe e seu namorado Caleb Lee Hutchinson como vice-campeão desta nova edição. Por causa do retorno de *American Idol*, algumas páginas do Facebook voltaram a ficar ativas. Então, antes da apresentação de alguns dados quantitativos a respeito dessas interações virtuais, a próxima seção apresenta alguns dados relevantes sobre as 16 temporadas deste programa televisivo.

CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTAIS DAS 16 TEMPORADAS DE *AMERICAN IDOL*

A primeira temporada do programa foi exibida na televisão estadunidense entre 11 de junho e 4 de setembro de 2002, tendo como título completo *American Idol: The Search for a Superstar*. A dupla de apresentadores era formada por Ryan Seacrest e Brian Dunkleman.

Este *reality show* apresentou, desde sua primeira temporada, o formato característico com quatro etapas distintas: 1) as audições regionais⁴; 2) a “Semana de Hollywood”⁵; 3) as etapas intermediárias (ou semifinais)⁶; e 4) os “shows ao vivo” (ou finais)⁷. No episódio final desta temporada, exibido na TV estadunidense no dia 04 de Setembro de 2002, a participante Kelly Clarkson⁸ venceu a disputa com o participante Justin Guarini, sendo declarada a campeã com 58% dos votos populares.

A segunda temporada do programa foi exibida nos EUA entre 21 de janeiro e 21 de maio de 2003. Nesta, o nome do programa passou a ser apenas *American Idol*. A temporada seguiu a mesma linha da primeira edição, com as mesmas fases. Porém, o número de participantes aumentou bastante: nas audições regionais eram cerca de 70.000 pessoas, sendo que apenas 234 foram selecionadas para seguir na semana de Hollywood, da qual apenas 32 seguiram para as semifinais. Na etapa das semifinais foi formado o *Top 12* (grupo de 12

⁴Nesta primeira edição do programa, as audições foram realizadas nas cidades de Nova York, Los Angeles, Chicago, Dallas, Miami, Atlanta e Seattle. Cerca de 10.000 candidatos participaram destas audições e somente 121 passaram, recebendo um cartão de ingresso na cor dourada para a etapa de Hollywood.

⁵Esta ocorreu no Centro Cívico de Pasadena, na Califórnia. Esta fase possuía diversas atividades de eliminação em um pequeno espaço temporal, constituindo-se como a fase mais crítica em termos de sofrimento para os participantes do programa. Algumas das atividades desta etapa ocorriam em grupo, sendo que os participantes precisavam “correr contra o tempo” para formar grupos e desempenhar as atividades dentro do prazo disponibilizado pela produção do programa. Ao término desta etapa, permaneceriam no programa (nesta primeira temporada) apenas 30 participantes (sendo estes nomeados como o *Top 30*).

⁶Nesta etapa, os competidores participaram de um *workshop* de música intensiva no qual receberam treinamento vocal e conselhos de estilistas. Em seguida, cada um deles apresentou uma performance vocal solo, sendo acompanhado apenas por um pianista. Esta fase se constituía como aquela na qual o público começa a votar nas apresentações que mais lhe agradaram para que os participantes com maior número de votos prosseguissem no programa. Ao final desta etapa, eram definidos os dez finalistas (*Top 10*) da temporada.

⁷Esta etapa durou oito semanas (na primeira edição do programa). Em cada uma delas, um participante era eliminado. O programa, nesta fase, passou a ser transmitido ao vivo, a partir de um auditório com a presença de uma parte do público. Ao término desta etapa (no último episódio), foi conhecido o vencedor da temporada.

⁸Desde essa época, Kelly Clarkson vem adquirindo diversos prêmios musicais, tais como: *Grammy*; *Country Music Association Awards (CMA)*; *Billboard Music Awards*; e *World Music Awards (WMAs)*. A cantora, um ídolo fonográfico americano construído/descoberto a partir do programa, tornou-se um símbolo do sucesso de *American Idol* e esteve por diversas vezes no *reality show* em temporadas posteriores, sendo tratada com a “*American Idol*” original. Kelly Clarkson detém o recorde de vendas de álbuns de um artista que participou do programa (como concorrente), com aproximadamente 10 milhões de CDs vendidos. As músicas dela também foram baixadas por 10 milhões de americanos no iTunes. Carrie Underwood ocupa o segundo lugar neste quesito, com vendas *on* e *off-line*, que, somadas chegam a 15,7 milhões de unidades. Informações extraídas da página oficial. Essa informação está disponível em: <https://boxpop.com.br/12-curiosidades-musicais-sobre-american-idol-8b2c9349c37f>, último acesso em 10/04/2017.

finalistas). No episódio final, o participante Ruben Studdard venceu o participante Clay Aiken, tornando-se o primeiro campeão da competição do sexo masculino.

De um modo geral, o padrão da primeira temporada estabeleceu as bases para as temporadas seguintes. A partir da segunda temporada, o programa passou a ser apresentado somente por Ryan Seacrest. Além disso, algumas mudanças fundamentais ao longo das 16 temporadas de *American Idol* foram às trocas na formação do corpo de jurados. Nas primeiras sete temporadas do programa, o corpo de jurados fixo era composto pelo produtor fonográfico Simon Cowell, pela coreógrafa Paula Abdul e pelo instrumentista Randy Jackson. Na oitava temporada, Kara Dio Guardi juntou-se aos três. Na nona temporada, Paula Abdul foi substituída por Ellen De Generes (os outros três jurados permaneceram). Nas temporadas 10 e 11, o corpo de jurados foi composto por Randy Jackson, pela cantora, dançarina e atriz Jennifer Lopez e pelo cantor Steven Tyler. Na décima segunda temporada, o júri foi composto por Randy Jackson, a cantora Nicki Minaj, a cantora Mariah Carey e o cantor e guitarrista Keith Urban. Nas três últimas temporadas do programa antes do hiato de 2017 (temporada 13, 14 e 15), o júri foi composto pelo trio formado por Jennifer Lopez, Keith Urban e pelo cantor e pianista Harry Connick Jr. E no primeiro semestre de 2018, com o retorno da franquia, o corpo de jurados foi formado pela cantora Katy Perry, o cantor e produtor musical Lionel Richie e o cantor e compositor Luke Bryan.

A décima quinta e até então, última temporada do programa, exibida pela TV estadunidense entre 06 de janeiro e 07 de abril de 2016, foi intitulada *American Idol: The Farewell Season*⁹. Esta foi a temporada mais curta (já que a audiência do programa estava em declínio) e o vencedor foi Trent Harmon. É importante destacar esta temporada, visto que a mesma utilizou, ao longo de seus três meses de exibição, a memória afetiva dos telespectadores que acompanharam o programa durante quinze anos. O último episódio, por exemplo, contou com apresentações musicais de participantes de todas as temporadas anteriores, constituindo-se como um espetáculo repleto de participações especiais, tais como: o dueto entre Carrie Underwood (vencedora da quarta temporada e uma artista de grande sucesso fonográfico nos EUA¹⁰) e o jurado Keith Urban; além de um tributo em homenagem a David Bowie (que havia falecido naquele ano) nas vozes de Phillip Phillips (vencedor da décima primeira temporada), Lee DeWyze (vencedor da nona temporada), David Cook (vencedor da sétima temporada), Kris Allen (vencedor da oitava temporada) e Nick Fradiani

⁹ Ou “Ídolo Americano: A Temporada de Despedida” (em tradução livre nossa).

¹⁰De acordo com uma edição da Revista Forbes em 2009, Carrie Underwood estava no topo da lista de maiores ganhos financeiros entre os artistas provenientes do *American Idol*.

(vencedor da décima quarta temporada). A primeira vencedora do programa, Kelly Clarkson, também apresentou um *medley*¹¹ de seus maiores sucessos fonográficos. Até o então presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, apareceu em vídeo parabenizando o *American Idol* pelas quinze temporadas muito bem-sucedidas e por incentivar a democracia ao possibilitar que o público exercesse seu direito de votar em seus candidatos preferidos¹².

Ao longo de inicialmente suas quinze temporadas, o programa *American Idol* exibiu 568 episódios¹³. Outro dado relevante é que este programa, em toda a sua história, já computou mais de 3 bilhões de votos para os participantes da competição. Porém com a adição da décima sexta edição que aconteceu entre 11 de março e 21 de maio de 2018, a quantidade de episódios aumentou para um total de 587, já que essa nova temporada considerada a mais curta de todos teve um total de 19 episódios.

REALITY SHOWS: A ESPETACULARIZAÇÃO MIDIÁTICA DO COTIDIANO EM TEMPOS DE CONVERGÊNCIA E INTERATIVIDADE

American Idol é um *reality show*. E estes se constituem enquanto “apresentações reais” ou “apresentações de realidade” (em tradução livre). Assim, consistem em programas que supostamente apresentam a realidade da vida de seus participantes, ou seja, os mesmos participam de performances (artísticas ou não) assumindo suas próprias identidades. Ao contrário de atores interpretando papéis pré-definidos, os *reality shows* seriam, em princípio, programas com alto grau de espontaneidade e autenticidade por parte de seus participantes. Na verdade, são produtos híbridos nos quais: 1) por um lado, os participantes assumem suas próprias identidades e vivem suas próprias vidas diante do público; 2) por outro lado, estes programas são orquestrados e programados enquanto jogos, nos quais os participantes estão em busca de um prêmio final (em geral financeiro, mas que pode ser também contratual, como no caso dos programas musicais).

A respeito da capacidade dos *reality shows* de atrair um público grande no contexto atual, o autor Henry Jenkins afirma: “Até certo ponto, reality shows são construídos sobre ‘atrações’, unidades curtas, altamente carregadas de emoção, que podem ser vistas em

¹¹*Medley* também é chamado de *pot-pourri*, e consiste em um formato musical no qual várias canções são misturadas dentro de uma mesma performance musical (seja de música gravada em processo de *remix* ou de música apresentada em performances ao vivo).

¹²A mistura entre entretenimento e política abordada por Obama se insere claramente na lógica de uma sociedade espetacular, tal como descrita por Guy Debord em sua célebre obra (DEBORD, 1997).

¹³Essa informação está disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/American_Idol, último acesso em 10/04/2017.

sequência ou não. Mas os programas são planejados para sustentar múltiplos níveis de envolvimento” (JENKINS, 2009, p. 115).

Neste sentido, os *reality shows* apresentam uma ambiguidade por se situarem claramente em uma posição híbrida, remixada, entre imaginário e realidade. Existem aqueles que são mais gerais, tal como o *Big Brother* (que já esteve em mais de vinte países e está no Brasil há cerca de dezesseis anos ininterruptos) e aqueles mais específicos, tais como o *American Idol* e o *The Voice*, vinculados à atividade musical e à indústria fonográfica de seus respectivos países. Assim, as temáticas dos *reality shows* vêm proliferando nos últimos quinze anos, de modo que existem hoje variações ligadas à culinária, a diferentes atividades artísticas (tal como dança, canto e performance em geral) e até mesmo a atividades empresariais.

Dentre as inúmeras possibilidades hoje existentes para programas deste gênero, os *reality shows* de música vem se destacando como programas onde há uma atividade bem definida dos participantes, ao mesmo tempo em que suas vidas reais são amplificadas. Estes programas envolvem emocionalmente o público com aspectos fragmentados das vidas destes participantes, de modo que possam apresentar seus patrocinadores e mesmo realizar contratos com os futuros ídolos.

A respeito deste caráter emocional do programa, Jenkins afirma:

Todo reality show começa com um elenco maior do que o público consegue assimilar, e a maioria desse elenco fica relativamente pouco tempo no ar. Entretanto, à medida que o processo de seleção ocorre, certos personagens surgem como favoritos do público, e um bom produtor antevê os interesses e os recompensa, oferecendo a esses personagens mais tempo no ar. Os espectadores deixam de ver os personagens como tipos genéricos e passam a pensar neles como indivíduos específicos. Os espectadores passam a conhecer os candidatos, sua personalidade, suas motivações para competir, seu passado e, em alguns casos, membros de sua família (JENKINS, 2009, p. 118).

A ideia do programa *American Idol* é a de, no momento em que a Indústria fonográfica estava passando por uma crise (no ano de 2002), colocar o público para, através de votações, construir o início da carreira de um ídolo estadunidense contemporâneo. Este elemento interativo vem crescendo na cultura midiática contemporânea e pode ser considerado parte do que o próprio autor citado acima, Henry Jenkins, chama de “Cultura Participativa”. Jenkins foi pioneiro em dedicar um capítulo inteiro de seu livro intitulado *Cultura da Convergência* ao programa *American Idol*. Segundo Jenkins:

(...)em *American Idol*, os espectadores vêem os candidatos progredirem ou fracassarem. Talvez seja por isso que *American Idol* tenha se tornado uma ferramenta de marketing tão poderosa para lançar a carreira de jovens artistas, comparado a concursos de talentos anteriores veiculados pela televisão (JENKINS, 2009, p. 118).

Deste modo, os *reality shows* participam da solidificação e do desenvolvimento de uma “sociedade do espetáculo” (DEBORD, 1997). Por outro lado, o levantamento e a leitura de artigos sobre o tema publicados em anais de congressos nacionais do campo da comunicação social em anos anteriores demonstram uma evidente relação dos *reality shows* à interatividade e à participação do público. Os desdobramentos dos programas no ciberespaço são considerados fatores importantes na construção do sucesso comercial destes produtos midiáticos (MONTEIRO, 2014; PARMEGGIANI, 2014; CAMPANELLA, 2008; SILVA, 2015).

Deste modo, noções como a de “Inteligência Coletiva”, do autor Pierre Lévy (1999), e as de “Convergência”, “Cultura Participativa” e “Narrativas Transmidiáticas”, do já citado Henry Jenkins (*op. cit.*; 2014), passam a ser importantes para uma análise reflexiva que procure abordar o paradoxo de, em uma sociedade espetacularizada, na qual a passividade seria um elemento constitutivo (segundo a teoria debordiana), surgirem cada vez mais interações e conexões entre os espectadores destes programas, que já não são exatamente passivos.

Um levantamento inicial no ciberespaço, realizado no dia 02/04/2017, demonstrou que o programa *American Idol* está bastante presente nos *sites* de redes sociais. No caso do *Facebook*, além da página oficial do programa, é possível encontrar *fanpages* de todas as 15 temporadas e também jogos *online* do programa. Neste *site* de rede social foram encontradas ainda 51 *fanpages* a respeito de *American Idol*, incluindo uma brasileira. Há *fanpages* dedicadas a: a) um participante específico; b) os jurados do programa; c) vídeos relacionados ao programa; d) os destaques (“*highlights*”) de cada edição; e) cada uma das temporadas do programa; f) uma página que reúne pessoas que assistem somente à fase de audição do *American Idol*.

Portanto, é preciso problematizar de modo significativo em que medida estas interações entre os fãs do programa em questão reforçam a espetacularização social definida por Debord ou apresentam um cenário de interatividade e participação enquanto brecha para o espetáculo contemporâneo, através de controvérsias e narrativas construídas coletivamente pelos fãs a respeito do programa. Neste primeiro momento da pesquisa, faz-se necessário um levantamento de dados de natureza quantitativa¹⁴. Portanto, a próxima seção é dedicada a esta análise inicial das *fanpages* relacionadas ao programa *American Idol* no *Facebook*.

¹⁴Em trabalhos futuros, pretende-se analisar mais especificamente estas interações em algumas das *fanpages* citadas neste trabalho.

AMERICAN IDOL NO FACEBOOK: UMA ANÁLISE CIBERESPACIAL

Apresenta-se, abaixo, uma análise empírica inicial das *fanpages* sobre *American Idol* no *Facebook*. Esta foi efetuada entre os dias 10 e 12 de abril de 2017. Por uma questão de adequação ao espaço definido para a constituição deste artigo, a descrição do material empírico foi dividida em uma síntese do material coletado referente às oito primeiras temporadas e de uma descrição individual das temporadas mais recentes (da nona à décima quinta).

O *reality show American Idol* teve seu fim confirmado em 2016 devido a grandes quedas de audiência. A despeito disso, sua memória permanecia “viva” nas redes sociais ciberespaciais. Através de vídeos, imagens e *fanpages*, o público, que migrou para outros “shows de talentos”¹⁵, ainda lembra os melhores momentos deste programa. É possível perceber, através da análise destas *fanpages*, que a maioria das páginas dedicadas especificamente a uma temporada ou a um participante do programa possuem um menor número de curtidas, enquanto páginas dedicadas ao *reality show* como um todo e aos antigos competidores do programa possuem mais *comentários*, *curtidas* e *seguidores* (estes três constituem os parâmetros fundamentais para a medição da popularidade de uma página ou de um perfil no *Facebook*). O retorno do programa em março de 2018 suscitou essa empolgação do público e reacendeu os debates em torno dos jurados, dos participantes e da veracidade dos resultados do show.

A equipe de pesquisa chegou a estes dados aqui apresentados através de uma pesquisa quantitativa realizada na rede social *Facebook*, através da função *search*. Esta busca foi efetuada a partir das seguintes palavras-chave: “*American Idol*”; “*American Idol fans*”; e “*American Idol Brasil*”. Além disso, foram pesquisados os nomes dos competidores mais populares em busca de diferentes tipos de *fanpages*. Esta pesquisa empírica foi efetuada nos dias 10, 11 e 12 do mês de abril de 2017, e atualizada no período de 29 de setembro a 05 de outubro de 2018, com o objetivo de quantificar as páginas que apoiavam o programa e seus participantes. Desta forma, seria possível tecer algumas conclusões iniciais sobre os desdobramentos deste *reality show* através de uma interação ativa de seus espectadores, onde não há, necessariamente, a mediação efetiva da produção do programa. Esta coleta de dados teve o propósito de legitimar a pesquisa e, assim, criar uma base para reflexões mais

¹⁵Ou “*talent shows*”, como são chamados em Língua Inglesa, nos EUA.

aprofundadas sobre a relação de *American Idol* (e, por extensão, dos *reality shows* musicais) e dos conceitos de “sociedade do espetáculo” e de “cultura participativa” mencionados na seção anterior.

A página oficial do *reality show American Idol* contava com postagens regulares que exibiam vídeos lembrando momentos icônicos do programa, além de divulgar eventos e imagens relacionados a antigos integrantes, o que resultava em centenas de comentários e curtidas. Na sessão da *fanpage* que contabiliza estas informações, encontrava-se (no momento da pesquisa) uma espécie de relatório, contendo os seguintes números: 33.797 pessoas estão falando sobre isso; 13.564.414 é o total de curtidas da página; e 9.570 são as novas curtidas da página.¹⁶

No *Facebook*, foram encontradas 51 *fanpages* dedicadas a este *reality show*, além de páginas produzidas pela *Wikipédia* dedicadas a revelar o formato de cada temporada exclusivamente¹⁷. Da primeira a oitava temporadas, as páginas originárias da *Wikipédia* possuíam, no momento da pesquisa, em média, 3.109 curtidas. A terceira edição do programa na primeira versão da pesquisa obteve 1.762 curtidas contra 310 da quinta temporada, por exemplo, hoje, ambas não existem mais, dando lugar a mais páginas da temporada atual, a 16ª. Dentre as citadas neste parágrafo, a oitava temporada obteve o maior número de curtidas, com 12.931 seguidores¹⁸, está também foi excluída, especula-se que os administradores se desestimularam devido ao abandono dos seguidores, não é possível obter uma resposta concreto sobre os motivos de excluir essas páginas, já que não é possível o contato com esses administradores. Os participantes vencedores de cada uma destas edições possuíam (no momento da pesquisa) *fanpages* com o intuito de apoiar e divulgar seus trabalhos artísticos e, enquanto eles ainda estavam na competição, essas *fanpages* buscavam angariar votos para a permanência dos mesmos no programa.

¹⁶Informações extraídas da página oficial, Disponível em:
https://www.facebook.com/pg/AmericanIdol/likes/?ref=page_internal, último acesso em 10/04/2017.

¹⁷*Fanpages* de *American Idol* no *Facebook*. Disponível em:
https://www.facebook.com/search/str/american+idol/keywords_pages. Acesso em: 10/04/2017.

¹⁸Temporada 1. Disponível em: https://www.facebook.com/pages/American-Idol-1%C2%AA-temporada/596022053765025?ref=br_rs&rf=112775725403189. Acesso em: 10/04/2017. Temporada 2. Disponível em: https://www.facebook.com/pages/American-Idol-season-2/103757959662888?ref=br_rs. Acesso em: 10/04/2017. Temporada 3. Disponível em: https://www.facebook.com/pages/American-Idol-season-3/106303576067972?ref=br_rs. Acesso em: 10/04/2017. Temporada 4. Disponível em: https://www.facebook.com/pages/American-Idol-season-4/108009275886480?ref=br_rs. Acesso em: 10/04/2017. Temporada 5. Disponível em: https://www.facebook.com/pages/American-Idol-season-5/107746009248710?ref=br_rs. Acesso em: 10/04/2017. Temporada 6. Disponível em: https://www.facebook.com/pages/American-Idol-Season-Six/106459606057347?nr&nr_page_id=106214526077389. Acesso em: 10/04/2017. Temporada 7. Disponível em: https://www.facebook.com/pages/American-Idol-season-7/106194042744781?ref=br_rs. Acesso em: 10/04/2017. Temporada 8. Disponível em: https://www.facebook.com/pages/American-Idol-season-8/108044492549266?ref=br_rs. Acesso em: 10/04/2017.

As sete temporadas mais recentes do programa *American Idol*, por sua vez, não possuíam, no momento da coleta deste material empírico, o mesmo tipo de divulgação. A nona temporada, apesar de não possuir uma página oficial dedicada somente aos acontecimentos da edição, possuía 15 *fanpages*¹⁹, dentre as quais uma originada da *Wikipédia* e que abordava um álbum de compilação das músicas dos participantes que chegaram ao *Top 10* (lançado em 11 de maio de 2010²⁰). Esta contava apenas com 140 curtidores, número menor quando comparado aos das outras páginas, possivelmente pelas limitações do seu conteúdo. Ainda sobre esta edição, no *Facebook* foram encontradas 10 páginas para Lee DeWyze (vencedor da temporada) com 509 curtidas ao todo²¹, além de sua página oficial, com 138.827 fãs. Apesar de não ter vencido a competição, o participante mais popular desta temporada foi Adam Lambert, cuja página possuía, no momento da pesquisa, 4.733.519 fãs. Nesta, foram encontradas divulgações do lançamento de suas músicas, vídeos e de suas turnês de shows²².

A décima temporada contava com 8 *fanpages* dedicadas à mesma, sendo que quase todas as páginas não eram atualizadas desde 2011, ano de sua finalização (com exceção da página “*American Idol season 10*”, que não era atualizada desde 2013). Em todas, o administrador da página publicava vídeos e notícias relacionados ao show, além de divulgar ingressos para a turnê *American Idol* (com integrantes do programa) e interagir com seus seguidores. No entanto, a tentativa de interação nem sempre era correspondida. Todas estas páginas juntas somavam 519 curtidas. Para alguns dos antigos participantes do programa, existiam *fanpages* onde seus admiradores demonstravam apoio, divulgavam seus trabalhos e torciam pelo sucesso deles no *reality show*. Porém, essas plataformas já não eram atualizadas há bastante tempo²³. Os finalistas Lauren Alaina e Scotty McCreery dividiam sete plataformas destinadas a comentar e divulgar o duelo final entre os dois competidores (as páginas postavam vídeos das performances de outros concorrentes, com 516 curtidas²⁴). Para uma finalista desta edição do programa, Lauren Alaina, existiam 52 páginas que, somadas,

¹⁹Temporada 9. Disponível em: https://www.facebook.com/search/str/american+idol+season+9/keywords_pages. Acesso em: 11/04/2017.

²⁰Página do álbum da temporada 9. Disponível em: <https://www.facebook.com/pages/American-Idol-Season-9/136367216391907>. Acesso em: 11/04/2017.

²¹FanPages de Lee Dewyze. Disponível em: https://www.facebook.com/Lee-DeWyze- American-Idol-Season-9-Winner-125793374114971/?ref=br_rs. Acesso em: 11/04/2017.

²²FanPages de Adam Lambert. Disponível em: https://www.facebook.com/Adam-Lambert- Killed-American-Idol-Season-9-Just-Isnt-the-Same-280820864033/?ref=br_rs. Acesso em: 11/04/2017.

²³Temporada 10. Disponível em: <https://www.facebook.com/search/pages/?q=American%20Idol%20season%2010>. Acesso em: 11/04/2017.

²⁴FanPages de Lauren Alaina e Scotty McCreedy. Disponível em: <https://www.facebook.com/search/pages/?q=lauren%20alaina%20scotty%20mccreery>. Acesso em: 11/04/2017.

possuíam 18.868 seguidores, nas quais os fãs cumpriam o serviço de divulgar o seu trabalho e (na época em que a temporada ainda estava no ar) incentivar o público a votar na cantora²⁵. E o vencedor da décima temporada, Scotty McCreery, possuía (no momento da pesquisa) 69 *fanpages* com 2.194 seguidores em média, além de sua página oficial, com 2.218.056 curtidas²⁶.

Com relação à décima primeira temporada²⁷, foram encontradas páginas dedicadas aos *Extended Plays* (EPs) da finalista Jessica Sanchez, denominados “*Highlights*”, contendo gravações de suas melhores performances musicais no programa. Ao todo, as páginas somavam 401 curtidas²⁸. Jessica Sanchez possuía, no momento da pesquisa, 45 *fanpages* direcionadas a divulgar e enaltecer seu trabalho, através da postagem de novos vídeos com suas mais recentes atividades artísticas e de lembranças de sua trajetória no programa²⁹. Sua página oficial cumpre o mesmo serviço de seus fãs, promovendo o trabalho da cantora através de vídeos. Esta página possuía 2.028.025 curtidas, além de atalhos para que os visitantes possam comprar ingressos para seus shows, assistam aos seus vídeos e a acompanhem em outras redes sociais³⁰. O vencedor da temporada, Phillip Phillips, contava com 15 *fanpages*, em média com 6.378 seguidores. Algumas destas páginas possuíam o nome de países ao lado, como uma espécie de correspondente do cantor nas seguintes localidades: Brasil, Tailândia, Portugal, Argentina, Chile e Filipinas. Todas estas vinham sendo constantemente atualizadas (até o momento da pesquisa) com notícias da carreira e da vida pessoal do artista, e se assemelhavam a um trabalho de assessoria de imprensa³¹.

As quatro páginas dedicadas à décima segunda temporada somavam 701 curtidas. Nelas, eram divulgados, à época de sua exibição, *links* para votação *online*. Eram também discutidos pelos fãs os resultados dos acontecimentos do programa. Apesar das poucas curtidas, esta edição obteve grande repercussão nas redes ciberespaciais, devido às discussões

²⁵FanPages de Lauren Alaina. Disponível em: https://www.facebook.com/search/str/lauren+alaina/keywords_pages. Acesso em: 11/04/2017.

²⁶Fanpages de ScottyMCcreery. Disponível em: https://www.facebook.com/search/str/scotty+mccreery/keywords_pages. Acesso em 11/04/2017.

²⁷Temporada 11. Disponível em: https://www.facebook.com/search/str/american+idol+season+11/keywords_pages. Acesso em: 11/04/2017.

²⁸FanPages do álbum Highlights. Disponível em: https://www.facebook.com/search/str/american+idol+season+11+highlights/keywords_pages. Acesso em: 11/04/2017.

²⁹Fanpages de Jessica Sanchez. Disponível em: https://www.facebook.com/search/str/jessica+sanchez/keywords_pages. Acesso em: 11/04/2017.

³⁰Página oficial de Jessica Sanchez. Disponível em: <https://www.facebook.com/JessicaSanchezOfficial/>. Acesso em: 11/04/2017.

³¹FanPages de Phillip Phillips. Disponível em: <https://www.facebook.com/search/pages/?q=phillip%20phillips>. Acesso em: 11/04/2017.

conflituosas entre as cantoras Nicki Minaj e Mariah Carey. Cerca de quatro anos após estes acontecimentos, algumas páginas ainda lembravam e compartilhavam vídeos destes desentendimentos³². A vencedora desta temporada, Candice Glover, possuía, em sua homenagem, 14 *fanpages* dedicadas a acompanhar, divulgar e lembrar seus momentos no programa, somando 36.874 seguidores. Além de sua página oficial, com 342.762 fãs³³.

A décima terceira temporada não possuía, no momento da coleta de material empírico, grande arquivo no *Facebook*. Durante a busca foram encontradas 3 *fanpages* dedicadas a esta temporada, contendo 10.357 seguidores. Nesta, não havia postagens relacionadas, apenas o texto oficial da página mesclado ao conteúdo proveniente da *Wikipedia*³⁴. Porém, o vencedor desta temporada, Caleb Johnson, possuía 11 *fanpages* (além de sua página oficial, com 148.693 curtidas), com 4 seguidores ao todo³⁵, 8 dessas páginas não havia conteúdo nem curtidas.

A décima quarta temporada do programa possuía uma página no *Facebook* em conjunto com a *Wikipédia*, contendo 26.257 curtidas, porém, essa página desapareceu nas buscas na rede social. Além de uma *fanpage* com 54 seguidores, na qual eram postadas fotos³⁶. O vencedor da temporada, Nick Fradiani, possuía 14 páginas administradas por seus fãs, com 26.437 curtidas ao todo. Além de sua página oficial, com 137.283 curtidas³⁷.

A décima quinta e última edição do *reality show* possuía apenas uma *fanpage* no momento da pesquisa, constando conteúdo da *Wikipédia*, com 41 curtidas³⁸. O vencedor da temporada, Trent Harmon, contava com 9 *fanpages* e com 5.156 seguidores³⁹.

Ao contrário do que se era esperado durante a pesquisa, não foram encontradas páginas dedicadas especificamente a 16ª temporada lançada em 2018, porém a edição é significativamente comentada em todas as páginas que se mantêm vivas, foram encontrados

³²Temporada 12. Disponível em: https://www.facebook.com/search/str/american+idol+season+12/keywords_pages. Acesso em: 11/04/2017.

³³Fanpages de Candice Glover. Disponível em: https://www.facebook.com/search/str/candice+glover/keywords_pages. Acesso em: 11/04/2017.

³⁴Temporada 13. Disponível em: https://www.facebook.com/search/str/american+idol+season+13/keywords_pages. Acesso em: 11/04/2017.

³⁵FanPages de Caleb Johnson. Disponível em: https://www.facebook.com/search/str/caleb+johnson/keywords_pages. Acesso em: 11/04/2017.

³⁶Temporada 14. Disponível em: https://www.facebook.com/search/str/american+idol+season+14/keywords_pages. Acesso em: 11/04/2017.

³⁷FanPages de Nick Fradiani. Disponível em: https://www.facebook.com/search/str/nick+fradiani/keywords_pages. Acesso em: 11/04/2017.

³⁸Temporada 15. Disponível em: https://www.facebook.com/search/str/american+idol+season+15/keywords_pages. Acesso em: 11/04/2017.

³⁹FanPages de Trent Harmon. Disponível em: https://www.facebook.com/search/str/trent+harmon/keywords_pages. Acesso em: 11/04/2017.

em média 9 posts entre todas as páginas estudadas, com assuntos que variam entre comentários sobre as performances, personalidades dos participantes e dos jurados, além de opiniões sobre a escolha dos jurados para o *reality show*.

Foi encontrada, ainda, a página *American Idol* Brasil, direcionada a divulgar vídeos e notícias sobre o programa à época de sua exibição, a página também produz um podcast chamado *Idol Cast*, onde são debatidos os acontecimentos do programa. No momento da coleta de material empírico, esta página possuía 5.759 curtidas⁴⁰.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este levantamento de dados demonstra que o número de desdobramentos do programa *American Idol* no *Facebook* é significativo. O conteúdo do material analisado foi, de um modo geral, produzido por fãs do programa. Portanto, trata-se de um elemento que reforçava o sucesso comercial televisivo de *American Idol* à época de suas exibições, de modo que o programa se estendia para além de seu horário televisivo.

Além disso, para os competidores em geral (e não apenas os que venceram cada uma das edições do programa) possuir uma *fanpage* é também possuir um espaço de interação não necessariamente mediado pela grande indústria. Desta forma, é possível potencializar a visibilidade conseguida através do programa televisivo mesmo que o artista atravessasse um momento profissional de independência da grande indústria fonográfica.

Muitas destas *fanpages* existem com o intuito de divulgar os artistas enquanto produtos comerciais, embora consistam em uma espécie de “economia afetiva” que se alinha ao momento de “cultura participativa” definido por Jenkins (2009; 2014).

Além desses fatores, as *fanpages* especialmente dedicada a algum cantor é comumente criada para enaltecer o artista no decorrer do programa e até mesmo após, por meio de imagens, publicações dos admiradores e toda essa “adoração” dos fãs sendo realizada pela *web*, sem possuir ligação com a grande indústria. Mas é interessante notar, que os números relacionados as páginas são imprevisíveis. Durante a pesquisa era esperado que o número de seguidores das páginas mais antigas pudessem diminuir, contudo em relação à três páginas, esses números cresceram, demonstrando que era esperado também que o público fosse repetir o comportamento e criar uma *fanpage* dedicada especialmente para a nova temporada, o que

⁴⁰Fanpage *American Idol* Brasil. Disponível em:
https://m.facebook.com/AmericanIdolBr/?tsid&slog=4&seq=2132366320&rk=0&fbtype=274&refid=46&_rdc=1&. Acesso em: 11/04/2017.

não ocorreu, a 16ª não deixou de ser comentada nas plataformas já existentes, mas não teve seu espaço específico criado como das outras.

Dentre as 15 páginas criadas para temporadas antigas, 3 viram seu número de seguidores crescer por publicarem conteúdo das novidades do programa e *flashbacks* simultaneamente. Assim, o público de *American Idol* demonstra ter capacidade de adaptação de argumento e grandes doses de nostalgia, devido ao apego emocional a participantes, jurados e acontecimentos específicos do programa, e tudo isso é expressado através de números em *fanpages* no *Facebook*.

Desta forma, pode-se dizer que não apenas a televisão, mas as *fanpages* do *Facebook* “glamourizam” os artistas de modo a reforçar a “sociedade do espetáculo” debordiana. Ainda assim, a possibilidade de participação do público pode gerar tensões e contradições, como a discussão sobre os resultados de uma determinada semana do programa ou mesmo sobre a autenticidade dos artistas em questão. Aprofundar a análise sobre estas tensões e contradições é o tema para um futuro trabalho.

Referências

- AMERICAN Idol (Season 1). Disponível em:
<[https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_\(season_1\)](https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_(season_1))>. Acesso em: 10/04/2017.
- AMERICAN Idol (Season 2). Disponível em:
<[https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_\(season_2\)](https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_(season_2))>. Acesso em: 10/04/2017.
- AMERICAN Idol (Season 3). Disponível em:
<[https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_\(season_3\)](https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_(season_3))>. Acesso em: 10/04/2017.
- AMERICAN Idol (Season 4). Disponível em:
<http://americanidol.wikia.com/wiki/Season_4>. Acesso em: 10/04/2017.
- AMERICAN Idol (Season 5). Disponível em:
<[https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_\(season_5\)](https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_(season_5))>. Acesso em: 10/04/2017.
- AMERICAN Idol (Season 6). Disponível em:
<http://americanidol.wikia.com/wiki/Season_6>. Acesso em: 10/04/2017.
- AMERICAN Idol (Season 7). Disponível em:
<[https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_\(season_7\)](https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_(season_7))>. Acesso em: 10/04/2017.
- AMERICAN Idol (Season 8). Disponível em:
<http://americanidol.wikia.com/wiki/Season_8>. Acesso em: 10/04/2017.

AMERICAN Idol (Season 9). Disponível em:
<[https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_\(season_9\)](https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_(season_9))>. Acesso em: 10/04/2017.

AMERICAN Idol (Season 10). Disponível em:
<http://americanidol.wikia.com/wiki/Season_10>. Acesso em: 10/04/2017.

AMERICAN Idol (Season 11). Disponível em:
<http://americanidol.wikia.com/wiki/Season_11>. Acesso em: 10/04/2017.

AMERICAN Idol (Season 12). Disponível em:
<[https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_\(season_12\)](https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_(season_12))>. Acesso em: 10/04/2017.

AMERICAN Idol (Season 13). Disponível em:
<[https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_\(season_13\)](https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_(season_13))>. Acesso em: 10/04/2017.

AMERICAN Idol (Season 14). Disponível em:
<http://americanidol.wikia.com/wiki/Season_14>. Acesso em: 10/04/2017.

AMERICAN Idol (Season 15). Disponível em:
<[https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_\(season_15\)](https://en.wikipedia.org/wiki/American_Idol_(season_15))>. Acesso em: 10/04/2017.

‘AMERICAN Idol’ terá última temporada em 2016. In: **G1**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2015/05/american-idol-tera-ultima-temporada-em-2016.html>>. Acesso em: 10/04/2017.

CAMPANELLA, Bruno. “A comunidade de fãs do Big Brother Brasil: um estudo etnográfico”. Trabalho apresentado no Colóquio Internacional Televisão e Realidade, UFBA, Salvador, 2008.

_____. **Os olhos do grande irmão: uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2012.

DEBORD, Guy. **Sociedade do Espetáculo/Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 1997.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. – 2. ed. – São Paulo: Ed. Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Ed. Aleph, 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 43, 1999.

MONTEIRO, Márcio. “O Ídolo Acontece no Imaginário.” Trabalho apresentado no XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, UFPB, João Pessoa, 2014.

NICKI Minaj e Mariah Carey: relembre as brigas entre as juradas do “American Idol”. Disponível em <<http://www.purebreak.com.br/noticias/nicki-minaj-e-mariah-carey-relembre-as-brigas-entre-as-juradas-do-american-idol/1083>>. Acesso em: 10/04/2017.

PARMEGGIANI, Brenda. ‘O poder está em suas mãos’: a experiência em segunda tela e a participação dos telespectadores – um estudo de caso do *People’sChoiceAwards*. Trabalho apresentado no XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, UCB, Águas Claras, DF, 2014.

SILVA, Heitor da Luz. “Fabricando ou produzindo popstars? A revelação de tensões do circuito musical através de um reality show musical”. Trabalho apresentado no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, UFRJ, Rio de Janeiro, 2015.

TUDO o que aconteceu no último episódio da história do “American Idol”. Disponível em: <<https://www.agambarra.com/american-idol-ultimo-episodio/>>. Acesso em: 10/04/2017.

VIANA, Silvia. **Rituais de Sofrimento**: liberdade e o futuro da internet. São Paulo: Boitempo Ed., 2013.

12 CURIOSIDADES musicais sobre o American Idol. Disponível em: <<https://boxpop.com.br/12-curiosidades-musicais-sobre-american-idol-8b2c9349c37f>>. Acesso em: 10/04/2017.