



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E ARTES  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

ALAN MANGABEIRA MASCARENHAS

***“YOU WANNA A PIECE OF ME?”: a estética do *fandom* na peregrinação ao corpo  
monumento da Diva Pop em Las Vegas***

Recife  
2019

ALAN MANGABEIRA MASCARENHAS

***“YOU WANNA A PIECE OF ME?”: a estética do fã na peregrinação ao corpo  
monumento da diva pop em Las Vegas***

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Comunicação.

**Área de concentração:** Comunicação.

**Orientador:** Prof<sup>o</sup>. Dr. Thiago Soares

Recife

2019

M395y Mascarenhas, Alan Mangabeira  
 “*You wanna a piece of me?*”: a estética do *fandom* na peregrinação ao corpo monumento da Diva Pop em Las Vegas / Alan Mangabeira Mascarenhas. – Recife, 2019.  
 337f.: il.

Orientador: Thiago Soares.  
 Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2019.

Inclui referências.

1. Música pop. 2. *Fandom*. 3. Britney Spears. 4. Experiência estética. I. Soares, Thiago (Orientador). II. Título.

302.23 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2019-89)

ALAN MANGABEIRA MASCARENHAS

**“YOU WANNA A PIECE OF ME?”: a estética do *fandom* na peregrinação ao  
corpo monumento da Diva Pop em Las Vegas**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Comunicação.

Aprovada em: 19/02/2019

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>o</sup>. Dr. Thiago Soares (Orientador)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ângela Freire Prysthon (Examinadora Interna)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Karla Regina Macena Pereira Patriota Bronshtein (Examinadora Interna)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof<sup>o</sup>. Dr. André Luiz Maranhão de Souza-Leão (Examinador Externo)  
Universidade Federal de Pernambuco

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Margarete Almeida Nepomuceno (Examinadora Externa)  
Universidade Federal da Paraíba

Dedico esse trabalho a todos os fãs brasileiros de música pop e à Britney Spears.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, aos meus guias espirituais encarnados e desencarnados, por terem permitido que este trabalho fosse escrito com idas à campo e experiências inesquecíveis.

Agradeço aos meus pais e a Vitória por terem me ajudado diretamente durante todo o período de doutorado, e a realizar todas as minhas peregrinações durante esses 20 anos de Britney Spears e “...Baby One More Time”. O apoio físico e mental de vocês foi decisivo para esta etapa da minha carreira.

Aos meus avós, pelas orações e apoio ao longo da vida e das peregrinações. Às minhas tias Socorro e Meire, e a minha prima Rebeca, pela torcida, acolhimento em Recife e pelo carinho.

Pedro, conseguimos! Este trabalho não teria sido concluído sem seu apoio de todos os tipos, aspectos, formas. Em qualquer tempo e espaço. Obrigado! Te amo<3

Ao meu orientador Thiago Soares por todas as inspirações e por me mostrar que era possível sim debater a música pop no âmbito acadêmico.

Aos amigos, colegas de pesquisa, peregrinos assim como eu, Mariana Lins e Rafael. Obrigado pela inspiração acadêmica e por impulsionar, junto comigo, Thikos e todo o GruPOP (Grupo de Pesquisa em Entretenimento e Cultura Pop), a bandeira de que o pop importa sim! Ou, como tatuou Camila Monteiro e Ariadne: *Pop Matters!* – Camis, sua pesquisa é uma inspiração.

Marcela, nunca terei como agradecer o suficiente pelas contribuições da área de arquitetura e urbanismo, me deixando assistir a suas aulas sobre Las Vegas, Celebration e Marrakesh. Esta tese foi completamente repensada depois de longas conversas com vocês. Luisa, obrigado por me hospedar durante as peregrinações, por receber minha Britney gigante de papelão, mas principalmente, obrigado por sempre estar disponível emocionalmente para me ouvir.

*Hey, Britney! I see you wanna loose control, como over here cuz’ I got something to show ya:* sem você nada disso teria sido possível. Você que, uma vez disse, que seria professora, caso não fosse uma estrela pop, pode se sentir realizada, assim como eu me realizo através de todas as suas conquistas nos últimos 20 anos. *Thank you, sweetie! I love you!* Fe, mesmo distante você emana muita luz e desperta na gente vontade de continuar fazendo qualquer coisa boa que estejamos fazendo. Obrigado por me receber tão bem na

“Piece of Me”. Você foi a única pessoa em todo o Planet Hollywood e Axis que me ajudou nessa pesquisa. Obrigado novamente.

Agradeço ao PPGCOM (especialmente à Zé, Cláudia e Roberta), aos professores que me inspiram constantemente (Ângela, André, Jeder, Karla e Nina), ao corpo docente de Comunicação da UFPB que me acolheu como professor substituto nos últimos anos, e como aluno no mestrado e na graduação. Olga, Marcos, Norma, Emilia, um beijo especial em vocês que me inspiram diariamente a ser um professor melhor. Neilma e Da Luz, obrigado pela força!

Marga, você tem um papel fundamental em toda a minha trajetória. Obrigado pelos abraços, pelo colo, conselhos, pela luz. Te amo <3

Aos meus amigos de vida e de pesquisa acadêmica que estão comigo há tanto tempo, me inspirando e dando força, ouvindo as lamúrias e me ajudando a renascer, como Ana Cirne que faz doutorado junto comigo, Lívia, Cândida, Andrea e Carol Diniz. A Renata e a Gabi, a Margarete. Obrigado pela força que vocês me deram.

Agradeço também a CAPES pelo apoio financeiro a esta pesquisa, assim como ao CAC e UFPE, além do já citado PPGCOM, pelo acolhimento e por acreditarem na minha pesquisa.

Thank you so much, Vegas! You guys have been amazin’!

You see my problem is this, I'm dreaming away, wishing that heroes,  
they truly exist. (OOPS!..., 2000)



## RESUMO

Refletir sobre fãs hoje traz à tona singularidades que resistem às modulações dos díspares fluxos de mediação responsáveis por tonificar as experiências e acionar questões estéticas através do envolvimento corpóreo do indivíduo enquanto consumidor, ouvinte, membro, fruidor, fã. Na margem até do seu próprio espaço de pertencimento, o media fandom de música parece despontar das frivolidades e exageros da música pop com uma questão conceitual trilhada numa visão empírica: há uma estética particular acionada pela experiência corpórea e virtual dos fãs de música pop? Diante disto, proponho verificar teórica e empiricamente certa “estética do fandom” dentro da música pop através das peregrinações de fãs, numa pesquisa autoetnográfica, na qual me coloco como objeto de estudo enquanto fã. A peregrinação se dá para a cidade de Las Vegas, onde Britney Spears apresenta sua residência de cinco anos de duração, a “Piece of Me”, e de quem sou fã desde os onze anos de idade. Acompanho ainda a peregrinação da fã Tiffany Bradshaw, drag queen paulista que mimetiza Britney e que vai a um encontro pago com a artista, antes do show. Questões ancoradas na identidade, memória, imaginação, legitimação, disputa, afeto, culto e rituais do fã de divas pop vêm à tona fornecendo ferramentas para questionarmos a existência de particularidades que podem constituir uma estética singular na experiência mediada do fandom de música pop. O corpus deste trabalho passa a ser composto por fãs espectadores de shows fixos (residências) em Las Vegas. A ideia de devir diva, devir fã, corpo monumento e cidade pop são conceitos que emanam desta tese.

Palavras-chave: Música pop. Fandom. Britney Spears. Experiência estética.

## ABSTRACT

Reflecting on fans nowadays brings to the forefront singularities that resist the modulations of the disparate mediation flows responsible for toning experiences and triggering aesthetic issues through the bodily involvement of the individual as a consumer, listener, audience, fan. On the fringe of their own space of belonging, the media fandom emerges from the frivolities and exaggerations of pop music with a conceptual question trodden in an empirical view: is there a particular aesthetic triggered by the corporeal and virtual experience of pop music fans? In view of this, I propose to verify theoretically and empirically a certain "aesthetic of fandom" within pop music fandom through the pilgrimages of fans, in an autoethnographic research, in which I place myself as object of study as a fan of Britney Spears. The pilgrimage is to the city of Las Vegas, where Britney Spears presents her five-year residency, "Piece of Me", putting myself as a fan of her since I was eleven years old. I also accompany the pilgrimage of the fan Tiffany Bradshaw, a drag queen who mimes Britney and who goes to a paid meeting (meet & greet) with the artist, before the show. Issues anchored in the identity, memory, imagination, legitimacy, contest, affection, worship, and rituals of the pop divas fan emerge providing tools to question the particularities that may constitute a singular aesthetic in the mediated experience of the pop music fandom. The corpus of this work is composed of fans of fixed shows (residences) in Las Vegas. Theoretical concepts such as "devir diva", "devir fan", monument body and pop city are concepts that emanate from this thesis.

Keywords: Pop music. Fandom. Aesthetic experience. Britney Spears.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO: “Have You Ever Heard a Song That You Kinda Felt Like A Slave...a Slave, To The Music?”</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>SEPARAÇÃO: <i>Becoming Britney</i></b>	<b>41</b>
2.1	NOTAS SOBRE CULTURA POP	50
2.2	NOTAS SOBRE FÃS E FANDOM	54
2.3	NOTAS SOBRE PEREGRINAÇÃO	79
2.4	NOTAS SOBRE EXPERIÊNCIA ESTÉTICA DA APARIÇÃO E DESAPARIÇÃO	86
2.5	NOTAS SOBRE DRAMAS SOCIAIS NA FRUIÇÃO DE MÚSICA POP EM PETROLINA, PE	96
2.6	ARMÁRIO: <i>Give Me A Sight, Hit Me Baby One More Time</i>	107
<b>3</b>	<b>MIRAGENS URBANAS: O Estágio Liminar no Deserto</b>	
	<b>Pop</b>	<b>127</b>
3.1	<i>CROSSROADS</i> : Precisamos Falar Sobre Las Vegas	142
3.2	“ <i>LOST IN A FIGURA, IN A DREAM</i> ”: Experiência Pop Na Strip	146
3.3	“ <i>DON’T YOU KNOW THAT YOU’RE TOXIC?</i> ”: Dados Cristalinos Sobre Las Vegas	156
3.4	“ <i>MAKE IT A FREAKSHOW</i> ”: O Começo dos Shows e o Surgimento Dos Complexos Hoteleiros Em Las Vegas	167
3.5	“ <i>KEEP ON DANCING ‘TILL THE WORLD ENDS</i> ”: Miss Bomba Atômica versus <i>Miss American Dream</i> no Turismo Atômico	176
3.6	<i>BLACKOUT</i> : Os Apagamentos e Reincenações nas Implosões Controladas da Strip	184
<b>4</b>	<b><i>HOMECOMING</i>: A Diva e o Lar</b>	<b>211</b>
4.1	“ <i>JUST LIKE A CIRCUS</i> ”: Jive Records, Max Martin e a Anatomia do Corpo Monumento	218
4.2	“ <i>IT’S ME AGAINST THE MUSIC</i> ”: Biografia de Fã Através de Britney em Las Vegas	234
4.3	“ <i>IT’S MY PRERROGATIVE</i> ”: A Geografia Inventada Pelo Fandom	251

4.4	<i>“ANOTHER DAY, ANOTHER DRAMA”</i> : Liminóides Urbanas do Corpo Monumento	270
4.5	<i>“QUICKSAND”</i> : Peregrinações à Animitas	276
4.6	<i>“I’LL FLY AWAY ON A TRIP TO YOUR HEART”</i> : Primeira Viagem	284
4.7	<i>“BABY, ONE MORE TIME”</i> : Segunda Viagem	299
4.8	<i>SOMETIMES I RUN, SOMETIMES I PILGRIM</i> : Última Parada, uma Animita	310
4.9	<i>“I WANNA GET IN THE ZONE”</i> : Espaços de Drama e Disputa no Fandom	317
5	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS OU POR UMA PEREGRINAÇÃO COMO METODOLOGIA</b>	320
	<b>REFERÊNCIAS</b>	330

## 1 INTRODUÇÃO: “*Have You Ever Heard a Song That You Kinda Felt Like a Slave...a Slave, to the Music?*”

Refletir sobre cultura de fãs significa trazer à tona singularidades que resistem às modulações dos díspares fluxos de mediação responsáveis por tonificar as experiências e acionar questões estéticas através do envolvimento corpóreo do indivíduo enquanto consumidor, ouvinte, fruidor, fã de cultura pop.

Dos fóruns online e grupos nas redes sociais digitais à ambulância que carrega o corpo desmaiado do fã no show da Lady Gaga, ser fã ou pertencer a algum *fandom* traz estigmas que reforçam estereótipos ao relacionar a Figura do consumidor à ideia de alienação.

Por outro lado, uma análise de tais grupos ou de seus componentes, tendo a experiência estética como viés, parece ajudar a entender a cena pop e a relação social que se forma através do culto a um produto midiático, como a uma diva pop.

De uma forma mais pontual, questiono como estes indivíduos, fãs, performatizam seu gosto ao peregrinar por um ídolo da música pop. Tal análise se mostra útil, sobretudo, na perspectiva de uma reconfiguração conceitual dos termos “fã” e “*fandom*”, atrelada com uma revisão metodológica do uso da autoetnografia nas pesquisas sobre cultura de fã, a partir da experiência de peregrinação enquanto consumo.

Para tanto, elenco a peregrinação de fãs de divas da música pop para análise, propondo pensar este tipo de consumo para além de um deslocamento geográfico feito pelo fã, tal como é visto no termo “turismo biográfico” do campo do turismo, que investe em viagens e visitas de fãs a locais que pertenceram a história de um ídolo político, da música, audiovisual, escritor, entre outros, independente da área cultural a qual ele pertença. Neste caso, a peregrinação é vista como turismo biográfico ao se basear em um turismo cultural, pautado pela biografia do artista, como propõe o turismólogo Fábio Tomaz (2016)<sup>1</sup>: “A história de vida de personalidades mundiais tem se tornado o *leitmotiv* para uma experiência turística. Para alguns fãs, seus ídolos são quase entidades sagradas, por isso, realizar um roteiro turístico biográfico é quase uma peregrinação”. A diferença entre peregrinação e turismo biográfico, neste ponto, se debruça sobre conceitos. Enquanto a peregrinação atua como conceito que carrega uma carga religiosa, o turismo

---

<sup>1</sup> Matéria “Turismo biográfico: o interesse público no privado revelado pelo turismo”, escrita e publicada por Fábio em 2016 para o site EmFocoTurismo.com.br . Disponível em < <http://emfocoturismo.com.br/turismo-biografico-o-interesse-publico-no-privado-revelado-pelo-turismo--fabi> > . Acesso em 20 de jan 2017.

biográfico é um termo mercadológico para um formato de visitação à memória do artista através, exclusivamente, destas visitas. Fábio (idem) propõe pensarmos o termo “turista-fã”, mas destaca que o propósito desta viagem é uma revisitação a uma memória geograficamente ilustrada da personalidade em questão:

Personalidades das artes, em geral, política e esportes, como Elvis Presley, Michael Jackson, Beatles, Frida Kahlo, Rolling Stones, Pelé, Picasso, Amy Winehouse, Che Guevara, Mandela, Barack Obama e Madonna, dentre outros, são nomes que motivam seguidores que se deslocam aos locais mais significantes de suas histórias para, com isso, ter uma experiência turístico-biográfica. Esses seguidores são denominados de “fã-turista”. Assim como as biografias, os roteiros turísticos biográficos podem ser: individuais, como o de Mandela; de um casal, como o de Frida Kahlo e Diego Rivera; ou ainda de um grupo de pessoas, como o dos bossanovistas.

Repensando, portanto, o local do fã neste processo de consumo da diva pop, parto da hipótese de que a experiência fandôminca de peregrinação pode ser, além de um deslocamento geográfico – o qual muitas vezes aciona uma “geografia inventada” – um ritual xamânico de presentificação do ídolo, sobretudo postulando uma experiência estética do fã através de seus ritos performativos de consumo no trajeto.

A peregrinação elencada para análise, inicialmente devido a interesse pessoal, já que me coloco neste texto como fã de divas pop, principalmente da artista norte-americana Britney Spears, quem eu comecei a acompanhar aos meus onze anos de idade, em 1999, tem como destino a cidade de Las Vegas, que se tornou meu campo de análise. Lá a cantora passou cinco anos se apresentando com o formato de show “residência”, um espetáculo fixo, em detrimento da turnê, apresentado em teatros construídos exclusivamente para tais apresentações, dentro de complexos hoteleiros e cassinos, durante temporadas que duram anos, alguns chegando a décadas, como no caso da cantora canadense Céline Dion. Sempre sem grandes alterações no roteiro do show, na lista de músicas, cenário ou coreografias, o show residência para evocar a nostalgia para públicos específicos, numa tentativa de manter Las Vegas viva, para além dos jogos de azar.

As residências de Las Vegas costumam acontecer em blocos que duram três meses, com o show se repetindo, pelo menos, três vezes por semana. O ciclo parece ser interminável, com uma quantidade ainda maior de apresentações quando se trata de um espetáculo no qual os artistas podem ser substituídos, como no caso do show póstumo “Michael Jackson – One”, lançado em 2013 junto com o da Britney Spears. Em “One”, o *Cirque du Soleil* interage com a holografia de Michael em duas apresentações por noite, três ou quatro noites na semana. O show residência se decanta na biografia de artistas,

tendo a nostalgia como principal acionamento de consumo para turistas e fãs, daí a escolha de nomes populares e da música pop como principal gênero dos shows residência. O pop parece atuar como um catalisador da memória coletiva.

Indo além de um “turismo biográfico”, percebo que os deslocamentos dos fãs através da biografia dos ídolos podem acontecer para além de um movimento geográfico, pensando o consumo de fãs de divas pop, como uma eterna peregrinação na busca pela reconstrução da diva e, diante da lógica estética de Foucault (2016), em “A Hermenêutica do Sujeito”, entender uma ética de si mesmo.

Originalmente, Las Vegas, Britney e seus fãs não seriam os únicos objetos de estudo desta tese, que também não se concentrava na peregrinação. No entanto, com a ida à campo, debates sobre questões metodológicas de análise e a qualificação, percebi que Las Vegas, a cidade arquitetada no meio do deserto de Mojave, nos Estados Unidos, com a função de entreter, e sua concentração de shows pop atos nostálgicos, reconfigurados pelos shows de Britney e Michael, poderia desvelar algo maior do que simplesmente um “cemitério de elefantes”, como a mídia tem largamente chamado a cidade, a partir de uma publicação de 2015 da Folha de São Paulo, quando esta fez uma análise crítica da residência de Britney, se referindo a este formato de show em Vegas como uma “aposentadoria” e à cidade como um centro de ostracismo estético devido a sua arquitetura e sua proposta de experiência de entretenimento e comércio datados, baseado numa memória coletiva, extremamente mediada e remediada pelo rádio, televisão e internet.

“Las Vegas é cemitério de elefantes do pop, como Britney Spears e Elton John”, diz a manchete da Folha, que continua: “Segundo essa popular história zoológica, quando um elefante fica velho e sente que vai morrer, caminha na direção de uma determinada área naquela região para morrer ali. Quase sempre vários esqueletos de elefante são achados juntos, caracterizando um cemitério”<sup>2</sup>

Las Vegas ganha importância neste texto ao passo que vai se revelando, ao longo da minha própria peregrinação, como uma metáfora do pop enquanto gênero musical, ajudando, inclusive, a repensar as noções de cultura e música pop.

A cidade traz um formato de entretenimento que, se era considerado um “cemitério”, após a adesão de Britney, passa a se tornar um expoente da música pop

---

<sup>2</sup> Matéria de Thales de Menezes para a Folha de São Paulo. Disponível em: <  
<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/06/1641779-las-vegas-e-cemiterio-de-elefantes-do-pop-comobritney-spears-e-elton-john.shtml?cmpid=facefolha>>. Acesso em 20 abril 2016.

contemporânea, com altos salários aos artistas e diminuição do ritmo de trabalho, já que o cantor em residência dificilmente sai em turnê ou se apresenta na televisão, por conta dos contratos de exclusividade com os conglomerados hoteleiros. Após Britney em 2013 com o show “Piece of Me”, por exemplo, a cidade estreou residências de Mariah Carey, Jennifer Lopez, Pitbull, Bruno Mars, Ricky Martin, Backstreet Boys, Lady Gaga (que apresenta duas residências ao mesmo tempo, uma de jazz e outra pop), Gwen Stefani, Christina Aguilera, o rapper Drake e, em sua mais recente adição, a recém lançada cantora de rap, Cardi B. Sendo os dois últimos conhecidos por participações em músicas pop, os *featurings* ou duetos, além de seus trabalhos autorais solo.

As apresentações musicais “ao vivo” de Vegas no formato de residência (muitas são dubladas ou trazem o artista em holografia, como a de Britney e Michael Jackson, respectivamente), têm início com Frank Sinatra em 1953, através do show “Viva Las Vegas (meet me in Las Vegas)”, no Sands Hotel & Cassino, local onde hoje é o The Venetian Hotel & Cassino. O cantor se apresentava com seus amigos do Rat Pack (“Os maiores”), Dean Martin, Sammy Davis Jr, Joey Bishop e Peter Lawford. O show representa o que o jornal inglês The Telegraph<sup>3</sup> chama de “velha e boa Las Vegas”, “onde a fumaça rolava pelos bares, personagens sem escrúpulos se reuniam em cantos sombrios, e o palco estava cheio não de lantejoulas e sorrisos sem graça de Britney Spears, mas de cantores com vozes tão fortes quanto os copos de uísque empoleirados no balcão”<sup>4</sup>.

O show de Sinatra, apesar de acontecer diversas vezes durante a década de 50, não tinha uma agenda tão específica pré-programada. As próprias vedetes da cidade, nas duas primeiras décadas de sua existência, nos anos 10 e 20, tinham uma agenda mais repetitiva do que a de Sinatra. Por isso, aponto que o formato de residência como é visto ainda hoje, se formatou com Elvis Presley em 31 de julho de 1969, no International Hotel. O espetáculo se chamava “Elvis Presley: Live in Concert” e atendia a plateias com seus 2 mil lugares esgotados.

Próximo de completar cinquenta anos em 2019, o show fixo tem se popularizado pelo mundo em casas noturnas e teatros, mas principalmente em cruzeiros, destaque para os cruzeiros brasileiros, sempre com atos populares musicais. No Brasil, por exemplo, o

<sup>3</sup> <https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/north-america/united-states/articles/frank-sinatra-trail-hotels-vegas-hawaii/>

<sup>4</sup> Tradução Nossa (T.N.): de “that version of the city where smoke rolled around the bars, unprincipled characters gathered in gloomy corners, and the stage was filled not with the sequins and blank smiles of Britney Spears, but by crooners with voices as strong as their tumblers of whisky perched on the piano.”



formato nasceu oficialmente com o show “Emoções em Alto Mar” de Roberto Carlos, estreado em 2005 e que segue com datas até 2019, sem previsão de encerramento.

Outros atos nostálgicos nacionais parecem seguir a tendência, como Bel Marques, ex vocalista do Chiclete com Banana (axé), além de Marcia Felliipe, ex vocalista da banda Companhia do Forró. Ambos começaram seus shows em 2018<sup>5</sup>. Wesley Safadão, cantor popular de forró contemporâneo, mas com um público ainda mais jovem que os atos anteriores, é aguardado como atração marítima em 2019, num “Cruzeiro do Safadão” (ou “WS on Board”), experimentado pelo cantor em alguns momentos esporádicos, mas que deve acontecer com mais frequência, pelo menos uma vez por ano, a partir de 2019.

Em Vegas, ao final do primeiro ano de sua residência, Elvis lançou a faixa “*Suspicious Minds*”, que chegou ao primeiro lugar da Billboard, garantindo uma reenergização do seu espetáculo, que contou com 700 apresentações ao todo, chegando ao fim apenas em 1976.

Quase quarenta e cinco anos depois do show de Elvis e de a cidade apresentar residências de atos populares dos anos 80 e 90, tais como Celine Dion, Cher, Barbra Streisand, Elton John, Shania Twain e Lionel Richie, a cena pop de Las Vegas adiciona Britney com o show “*Piece of Me*” (POM), numa tentativa – que deu certo – de rejuvenescimento do público local, trazendo uma artista que teve seu apogeu em meados dos anos 2000, através da MTV e da cultura do videoclipe em seu auge.

Vegas estava em uma crise imobiliária e turística, a terceira da cidade, por volta de 2008. O seu público havia envelhecido, outras cidades passaram a liberar os jogos em hotéis, atraindo os mais velhos, ao passo que as novas gerações não tinham tanto interesse e/ou verba para fazer apostas nos cassinos. Com isto, a busca por hospedagem na cidade estava em queda livre. Sobravam quartos nos hotéis já em funcionamento e diversas obras de novos complexos de entretenimento estavam em pausa, uma vez que os bancos começaram a dificultar a concessão de empréstimos para empresários locais, devido à crise que durou até meados de 2012.

O show de Britney, lançado no final de 2013, mesmo tendo outros artistas consagrados se apresentando na cena de Vegas, ganha uma importância ainda maior durante a ida à campo, uma vez que a olho como pesquisador e fã. Além disso, a “*Piece*

---

<sup>5</sup>“Cruzeiros com shows atraem mais passageiros”. Diário do Nordeste. Acesso em 20 de abril de 2018.

Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/suplementos/tur/cruzeiros-com-shows-atraem-mais-passageiros-1.1911566>>

*of Me*” inaugura uma nova etapa na história de Las Vegas e dá início a um reagendamento do formato de show “residência”, em detrimento da turnê, dentro de um seguimento mais jovem de artistas pop. Las Vegas, vista com um grande campo de ostracismo artístico, arquitetônico e de experiência comunicacional de consumo, passa a atrair um público mais novo e de fora dos Estados Unidos, já que para se apresentar em Vegas, os artistas cessam suas turnês, que costumeiramente passam por quase toda a Europa, Ásia e América do Sul. Os jogos de azar e as apostas começam a dar lugar a uma cena ainda mais pop.

Anunciada em 1998, Spears surge com “...Baby One More Time” na mídia, e é rotulada como cantora desde então, Britney passa a se auto intitular uma “artista de estúdio” quando lança seu show em Vegas aos 32 anos de idade, sendo a artista mais nova, até então – em 2018 Lady Gaga tomaria este posto – a aderir ao show residência. O “artista de estúdio” ganha nova conotação uma vez que a apresentação de Britney seria integralmente dublada: de trechos falados ao canto em si, o repertório incluía os vocais originais das músicas lançadas ao longo dos seus quase vinte anos de carreira, contendo mudanças drásticas vocais entre uma música e outra, principalmente nos *medleys*.

A dublagem nunca foi um problema para a música pop e acaba não sendo tanto uma questão atual, já que acontece há bastante tempo num gênero que explora visualidades como clipes, cenário de palco, coreografia e figurinos. No entanto, exceto por Janet Jackson, em quem Britney afirma se inspirar, os vocais dublados costumam ser pré-gravados e/ou funcionam como base de apoio ao canto ao vivo do artista, como faz Madonna, Beyoncé, Gaga e outros tantos, por exemplo, e como já fez Britney. Há diversos momentos nos quais a dublagem de vocais do disco se fizeram presente na carreira das cantoras citadas. Madonna talvez tenha sido a que melhor lida com a técnica, esteticamente falando, uma vez que ela já se apresentou sem microfone no Video Music Awards em 1990, quando performou “Vogue” usando uma estética teatral.

Outro ponto característico do show residência é não ter uma competição entre os shows em exibição: uma vez que apenas duas empresas são donas dos trinta complexos hoteleiros que ficam na *strip*, principal avenida da cidade, se não única, dominada pela MGM e pelo Caesar’s. Junto com Britney, o show residência póstumo de Michael Jackson em parceria com o Cirque de Soleil estreia na cidade e, naturalmente, era todo dublado, já que o cantor só aparecia em holografia.

Em 2014, devido à alta demanda da “*Piece of Me*” e popularidade de Britney na cidade, o complexo hoteleiro Caesars – note que não foi a prefeitura e sim uma instituição

privada – homenageou a cantora com um feriado, o “Britney Day”, em 5 de novembro daquele ano. Em 2015, o “Best of Vegas”, premiação local, elegeu a POM como o “melhor show da cidade”, fazendo com que o mesmo fosse renovado por mais dois anos, indo até o final de 2017, sofrendo pequenas alterações visuais ou sonoras.

Mais atos passam a ser adicionados para cobrir as “folgas” de Britney e para entreter o novo público da cidade, como Jennifer Lopez e Backstreet Boys, ambos no mesmo teatro de Britney, o The Axis, no Planet Hollywood, da franquia Caesar’s, a qual adiciona, ao mesmo tempo que Britney, Mariah Carey para dividir datas com Celine Dion no Caesar’s Palace Hotel & Cassino, o principal da franquia, mas voltado a um público mais velho do que o do Planet Hollywood.

Próximo do fim da residência, em 2017, Britney leva o show com palco e *setlist* reduzidos para a Ásia, e, após o fim do contrato com o Planet, para o norte dos Estados Unidos e quase toda Europa em 2018, com shows esgotados. Ao fim da rápida turnê em 2018 (EUA e Europa), Spears anuncia uma nova residência na cidade, desta vez no grupo hoteleiro concorrente, o MGM, que recém contratou Gaga.

Lady Gaga foi contratada em dezembro de 2017, após o anúncio de término do show de Britney no Planet Hollywood Resort & Cassino, sem renovação com a casa. O espetáculo de JLo também tinha previsão para término no ano seguinte. Com isto, o Planet Hollywood muda o nome do teatro para Zappos Theater e anuncia Gwen Stefani como nova *headliner*. Vocalista do No Doubt, mas com uma sólida carreira solo no pop e alta popularidade por ser jurada do The Voice nos EUA, Gwen passa a dividir o palco com Jennifer Lopez (por um semestre), Backstreet Boys e Lionel Richie (que retorna a Vegas).

Na cidade das miragens e dos retornos pós-colapso de ídolos da música, como se deu com as duas ondas de residência, a primeira com Elvis nos anos 60 e a segunda com Britney na segunda década dos anos 2000, o show residência de ídolos pop parece colocar os fãs peregrinos num campo de drama social frente ao público comum, turistas, seja no trajeto ou na fila do show, temos uma cidade que tenta controlar a experiência dos turistas e fãs em todo o trajeto, já que Vegas é um corredor comercial (tradução de “*strip*” usada na arquitetura) ao ar livre, repleto de escadas rolantes que aparecem do nada em calçadas fechadas com grades, obrigando o sujeito a percorrer um trajeto pré-programado, mesmo a pé, do hotel/pousada até o show. Se a antiga Vegas já fazia isso, de uma forma mais imperceptível, na primeira rua da cidade, a Freemont, em 1905, já que a rua surgiu ao lado de um trilho de trem, hoje ela continua a fazer o mesmo: se é comum termos aeroportos afastados da cidade, em Vegas, o turista e o fã já desembarcam na Avenida

Tropicana, uma vez que o aeroporto fica extremamente próximo do MGM que desemboca na *strip*.

O drama social, conceito do Victor Turner (2008), da obra “Dramas, campos e metáforas”, parece ser acionado por esta descrição de experiência de peregrinação à Las Vegas, uma vez que lida com performances em rituais performados em grupos ou comunidades, que se aglomeram no que Turner (2008) chama de *communitas*: grupo formado por laços sociais, tal como um grupo de índios com uma idade específica que, apesar de não se conhecerem a fundo, participam juntos de um ritual de circuncisão e ficam ligados por tal laço pelo resto da vida.

O termo “communitas” parece ajudar a entender, inclusive, os laços sociais de fãs em espaços limite (liminóides), que no caso da peregrinação religiosa, estudada pelo autor, se dá num embate entre turistas comuns e fieis, ou, adiciona num duelo entre o inventado e o espaço concreto. Nos espaços limítrofes, fãs e turistas escalonam sua performance de crença em cidades, diante de monumentos, altares ou espaços sacros.

Tendo em vista uma cidade-metáfora do pop, suas experiências controladas em shows de ídolos pop e a dramatização dentro da performatização de gosto dos fãs, algumas tensões se destacam nestes espaços de peregrinação até Las Vegas: o que difere um fã de um consumidor ou turista comum em tais situações? Ou ainda, é possível ser tão binário e categórico ao separar tipos de fãs entre as infinitas categorias de consumidores, mesmo falando de algo não mensurável, como o afeto por um produto da mídia? Uma peregrinação apenas se dá pelo deslocamento físico de um fã ou pelo deslocamento imaginativo, como é argumentado nos Estudos de Fãs, os quais, por sua vez, bebem nos estudos de Victor Turner? Podemos classificar o local de trajeto de peregrinação como um “espaço geográfico inventado”, uma vez que tais locais, em maioria, não apresentam elementos da narrativa buscada pelos fãs, já que se tratam de espaços “comuns” urbanos, como uma praça, vilarejo ou algo do tipo? É possível vincularmos a experiência de consumo de música pop a uma lógica de experiência estética, costumeiramente trabalhada diante das artes da “alta cultura”, num trajeto de peregrinação da diva pop?

Turner (2008) questiona ações simbólicas na sociedade através da peregrinação religiosa de fieis à imagens e locais sacros, ou seja, a lugares que lidam ou com uma representação imagética do “santo” numa escultura/monumento, ou com uma encenação do mesmo num lugar pelo qual teria passado Jesus Cristo, à exemplo, o que leva a um afastamento dos estudos sobre fãs da obra de Turner.

Dentro do campo das pesquisas sobre fãs e *fandom*, no âmbito da comunicação, a associação com estudos sobre religião era algo comum nos textos quando as pesquisas sobre fãs começaram, na década de 1980. Porém, no que é considerado dentro do campo como “segunda fase dos estudos de fãs”, que vigora até meados da primeira década dos anos 2000, e se volta ao fã no ciberespaço, Matt Hilss (2000, 2013) aponta que passa a acontecer uma ruptura com correntes religiosas. O autor diz que não há possibilidade de comparação entre ambos, uma vez que o fiel religioso busca um sentido para a vida dentro da religião, enquanto o fã de cultura pop a tem como *hobby*.

No entanto, novas abordagem de ambos os campos de estudo, tanto do religioso, quanto do *fandom*, parecem apontar para uma fase menos binária nesse embate, principalmente através de um retorno ao estudo de peregrinação de fãs, após mais de duas décadas voltadas à cibercultura e deslocamentos apenas virtuais. Parece não haver como desassociar as duas coisas (virtual e geográfico), uma vez que estamos lidando com rituais, dramas e performance de gosto. Tais questões acionam termos como êxtase, incorporação, vigília, orações, espaços sacros e divindades através das divas do pop. Neste sentido, o entrelaçamento com a religião a partir da obra de Victor Turner e Edith Turner (2011) reaparece como um dos vetores de análise da experiência estética dentro desta subcultura de gosto que é o *fandom*, como define Henry Jenkins (1992).

O receio da comparação está vinculado aos estereótipos de consumidores, como os citados no começo deste texto: o fã desmaiado, o fã que passa horas em grupos online ou físicos debatendo sua diva, o fã alienado que esquece do seu entorno para se dedicar exclusivamente a alguém que ele nem conhece, às meninas fúteis fãs de ídolos pop ou os meninos gays que veneram divas da música. Curioso que o termo “fã”, no Brasil, não é usado no futebol, por exemplo. Ao invés de se chamarem de fãs, eles se chamam de torcedores: homens, viris, que possuem um amor pelo time e que praticam um *hobby*. Curioso também que dentro da política brasileira, mesmo parecendo haver uma quantidade maior de pessoas fanáticas, mais do que nos *fandoms* de celebridades pop, o termo não é usado. “Fã”, vinculado a um descontrole emocional, parece não ser usado nestes casos por lidarmos primeiro com uma masculinidade frágil dos torcedores de futebol, que parecem temer que um simples termo os tire do pedestal social masculino e os aproxime das mulheres – na visão machista deles. E, dentro da política, campo largamente visto como “sério” e também “masculino”, parece sofrer do mesmo problema.

Além de ser discriminado socialmente por ouvir música pop, o homem gay afeminado e fã de uma diva é tratado como escória dentro do próprio universo LGBTQ:

numa visão machista, este tipo de gay é muito “básico” (*basic bitch*) e não tem profundidade cultural por consumir e se biografar na cultura pop pré-fabricada. Por isso, o gay “afeminado” é chamado corriqueiramente pelos gays mais “machos” (ou “machudos”) de “bicha pão com ovo” – atente que não é mais “gay”, e sim “bicha” –, termo que vem junto com “passiva” (por apresentar trejeitos mais “femininos”, são binariamente rotuladas por um papel “feminino” na cama, “o corpo que é penetrado”); “bicha quaquá”, por só repetir discurso fácil, como um pato; e “bicha chiclete”, o gay chato, repetitivo e de fácil consumo (tanto para ser “comido” por outro gay, este mais “machudo”, quanto sendo uma pessoa aculturada por se vincular ao gênero pop e suas artificialidades cênicas).

Costumeiramente, se o homem gay, espectro no qual me encontro, idolatra uma diva pop, principalmente alguma vinculada à dança, tal como Britney, Beyoncé ou Madonna, ele será adjetivado como “bicha poc” ou “bicha poc poc”, que é o resumo de todos os adjetivos preconceituosos que mencionei acima. O termo “poc”, curiosamente parecido com “pop”, tem origem principal na marca da goma de mascar “chiclete PLOC”, um clássico dos anos 90, além de ser uma sigla criada a partir das iniciais de “Pão Com Ovo”, reordenadas, e denotam uma bicha afeminada e burra.

O próprio termo “fã”, derivação da língua latina, traz um significado etimológico oriundo de “devoção”, através do termo latino “*fanaticus*”, que designa “quem pertence a um templo” e, desde o seu surgimento, na Roma Antiga, é carregado de preconceitos. O termo surge para descrever ritos extremos aos deuses na Roma Antiga, como à Bellona, deusa da guerra, e a Cíbele, também conhecida como Gaya ou mãe de todos os deuses. Ambas tinham um ritual chamado *Dies Sanguinis*, no qual seus seguidores se mutilavam para conquistar bênção, em busca da presença ou reconstrução da deusa. No caso de Bellona, nome que deu origem ao termo “bélico”, os sacerdotes a acionavam para vencer batalhas, fazendo cortes no braço e derramando o sangue sob sua Figura, para dar-lhe vida. Seus seguidores eram chamados de Ballonários

Percebe-se então que as formas narrativas imbuídas nas performances de música pop ganham destaque uma vez que fãs deste gênero aparecem como cerne da experiência estética fandomica: dos Beatles à One Direction, de Cher a Ariana Grande, os fãs de música pop biografam seus ídolos em seus corpos através de gestos, da fala, dublagem, uma identificação. No Rock in Rio 2017, por exemplo, o cancelamento em cima da hora do show de Lady Gaga, que seria no dia 15 de setembro de 2017, acarretou uma fantasmagoria urbana: fãs vagavam pela cidade na noite após a confirmação do

cancelamento em cima da hora, menos de 48h antes do show, todos ostentando objetos que rememorassem a cantora, numa tentativa de preencher a presença de sua falta.

Na cidade do rock, no lugar e na hora do show, fãs se reuniram e fizeram vigília na calçada da fama do festival, onde se encontra a recém colocada estrela de Gaga. "Isso aqui parece um túmulo", comenta um fã da fila. Outro diz: "Estamos orando pela saúde dela", explica o fã, fazendo referência ao cancelamento do show por conta da fibromialgia, doença que fez Gaga desmarcar. Uma ficção, uma fixação da falta do corpo de Gaga nos fãs e na estrela-lápide. A calçada da fama do Rock in Rio, vale ressaltar, tinha cheiro de tinta fresca: era sua inauguração, mas já apresentava ao público estrelas com nome de bandas que passaram por ali desde 1985, tal como Queen, AC/DC, Barão Vermelho, Ivete Sangalo, Skank, Justin Timberlake, entre outros. A escolha de Justin Timberlake, que, em 2017, se apresentava pela segunda vez solo no festival, me chamou atenção. Afinal, sua aparição que mais lotou foi em 2001, quando ele integrava a *boy band* NSYNC. Logo em seguida, percebi que a estrela da Britney, que se apresentou no mesmo palco e no mesmo ano, além de voltar ao festival em 2004, na edição de Lisboa, não estava ali também. Britney havia sido vaiada por ter mostrado uma bandeira americana no telão durante a música “*Lucky*”, apresentada em 2001. E o NSYNC, que trouxe um show no mesmo formato, contando com os mesmos produtores de Britney, por ambos serem da mesma gravadora, não foram questionados individualmente, mas pelo combo pop que formaram se apresentando no mesmo dia que Sandy & Júnior, Sive (outra *boy band* similar) e Aaron Carter (irmão do Nick Carter, popular membro da *boyband* Backstreet Boys). Curioso que mesmo o \*NSYNC fazendo zero esforço para falar em português ou para adaptar os elementos visuais do seu show ou letras de músicas, só o corpo que rebola (Britney), traz menos roupa e sensualiza foi vaiado *in loco*. Os debates sobre playback vieram só no dia seguinte.

Doze anos depois do Rock in Rio e após sete álbuns, um EP (“*Chaotic*”), duas coletâneas, além de dois filhos, colapso público, demissão de toda a equipe e contratação do Osama sam Lufti para gerir sua carreira, reabilitação, ordem judicial contra o recém contratado empresário, a mãe solteira Britney resolve mudar a velocidade de sua carreira ao estreitar a “*Piece of Me*”, seu show residência, em Las Vegas, e abandonar a tradicional fórmula de divulgação pop instituída por Madonna: novo single, apresentações em programas de TV em continentes diversos, lançamento de álbum, mais singles e turnê mundial.

Em Vegas, Britney demanda um engajamento corpóreo ao provocar lágrimas durante uma canção dublada por ela e cantada pelos fãs, o inverso do esperado. Há alguns quilômetros à frente, fãs de Michael Jackson se aglomeram, peregrinos de todos os lugares do mundo, para assistir a uma show póstumo, que, em meio a bailarinos fisicamente presentes, traz ao palco a utopia de um corpo imaginado, arquitetado a partir da memória midiática do ídolo, que se reproduz acionando uma arquitetura cênica nostálgica ao recriar performances anteriores dele.

#### **a) Trajeto e estética do sensível no fandom**

Refiro-me a performance de gosto do fã através de uma narrativa ficcional incitada pela diva pop em espaços ritualísticos de presença do ídolo e do fã, em espaços de peregrinação. Ou seja, trajetos de consumo. A atitude estética nessas manifestações do sensível está no trajeto criado pelo indivíduo fã e pela diva, e faz o ídolo Figurar como potência quase xamânica de catarse, de transe, uma presentificação da experiência (Seel, 2005; Guimarães, 2006) através de rituais individuais ou comunitários em sacrifícios, agradecimentos, trabalho e deslocamentos através e pelo ídolo.

Ao lidar com uma relação entre o experiencial e objetos que produzem questões sensíveis, parte-se de uma noção estética que vislumbra sensações a partir de uma *esthesis*, lógica que decanta-se na noção de César Guimarães (2006) sobre experiência estética, quando o autor fala da presentificação do objeto como um êxtase, um meio de transporte, um meio de transtorno. Esta noção do sensível acaba por levantar flancos dentro dos estudos de *fandom*: a lógica frenética da experiência dos fãs, principalmente dentro da cultura pop, parece despontar particularidades tal como experimentações através do engajamento que engendram a hipótese de uma estética particular do *fandom* de música pop.

Proponho verificar certa “experiência do *fandom*” na música pop através da noção de performance de gosto nas peregrinações de fãs. Questões ancoradas na identidade, memória, imaginação, legitimação, disputa, afeto e engajamento corpóreo do fã através do ídolo, da diva pop, vêm à tona fornecendo ferramentas para questionarmos a existência de particularidades que podem constituir uma estética singular na experiência mediada do *fandom* de música popular massiva, que componha uma “estética do fandom”.

Ir a um show musical se conFigura numa experiência estética na medida em que se trata de uma forma intensificada de percepção estética. Se tomarmos como pressuposto



o fato de que estamos num estado potente de emoção, misto de ansiedade, ânimo, excitação e posterior melancolia, diante de assistir – e estar presente – num mesmo espaço que um artista que se admira, o debate sobre percepção estética parece oportuno para refletir sobre a experiência estética do show musical.

Neste sentido, Martin Seel (2005) defende em seu livro *“Aesthetics of Appearing”* que a percepção estética consiste numa espécie de duplo: trata-se da “atenção ao aparecimento do que está aparecendo” (SEEL, 2005, p. 12), ou seja, um enxergar para além da aparência, daquilo que se revela em superfície. Um sentir diante da presença ou numa espécie de plenitude das relações que se fazem presente no estrato, no corpo, gerida no ápice daquilo que podemos chamar de sentido, acompanhando outros – e complexos – atos estéticos.

Objetos são transformados pela intensificação do olhar, metamorfoseados pela sensação estética. Temos aqui o prazer diante desta situação: a possibilidade de sentir algo não necessariamente na determinação do ser-assim, mas na fricção e na ficção da individualidade do parecer – da maneira com que está presente no aqui-agora, mas ao mesmo tempo na poética da fantasmagoria nublada criada pela máquina do ídolo pop. “A percepção estética, por se delongar com o aparecimento de coisas e situações, adquire uma consciência específica da presença, oferecendo àqueles que se renderem a ela, tempo para o momento de suas vidas” (Seel, 2014, p.26-27). Histórias e biografias dos artistas, dos fãs, dos espectadores, circunscritas num contexto geográfico em que “o indeterminado no determinado, o que não é realizado no realizado e o que é incompreensível no compreensível se tornam evidentes, gerando assim a consciência para a abertura da presença”. (SEEL, 2014, p. 36) A presença é utopia, está e não está, é a sensualidade do objeto que se desnuda em diversas camadas fantasmagóricas mediadas. É potência de trânsito para o que Michel Foucault (2013) chama de heterotopia, um lugar fictício criado em cima do estrato de uma concretude.

É, portanto, a matéria-prima da experiência estética, a presença. E aqui, cabe pensar a presença também nos moldes do que Hans Ulrich Gumbrecht (2010), tratando-a dentro do fenômeno estético (incluindo aqui o show musical). A presença, para o autor, evidencia-se de modo epifânico, inesperado e “único”, dentro de um espectro que envolve a utopia de não voltar a acontecer, gerando, portanto, aquilo que podemos chamar de fascinação. A fascinação seria, assim, o resultado de uma tensão entre a efemeridade da sensação e a consciência da singularidade do fenômeno, isto é, a impossibilidade de compará-lo com outra ocorrência. É ela um dos elementos do transe. Nesse momento

epifânico, o estado do espectador e do artista é o de sintonia com as coisas do mundo, com a memória e uma consciência inebriada, desperta através de uma estética da aparição e de um desaparecimento, como propõe Paul Virilio em “Estética da Desaparição”, obra publicada originalmente em 1980.

Presença seria, portanto, “a relação espacial com o mundo e os seus objetos” acionando um estar e uma certa consciência memorialista de estar, ou como observa o autor, a ideia do sujeito experienciando algo mas também o sujeito se vendo experienciando este “algo” e, adiciono, o sujeito visto através deste “algo”. Não há, do lado do observador, uma intencionalidade atuante em busca de um sentido quando ocorre a produção de presença, mas a descrição da produção desta presença está atrelada aos efeitos comunicacionais de objetos espaciais, tais como espetáculos teatrais, esportivos e obras de arte, evidenciando pontos de interseção entre a noção de pragmatismo estético de Richard Schusterman e também de experiência artística de John Dewey.

O fandom e o indivíduo fã parecem ser o suporte inicial da experiência estética a partir da adoção de uma atitude diante de um objeto. Há, então, uma performance composta pela narrativa do ídolo, do objeto, e também na atitude do fã. Mark Duffett (2013) trata deste conceito: ação performática, a performance, e da resposta corpórea e sensível a esta ação inicial que parecem constituir a experiência, dando conta das lógicas de interações em situações performáticas apontadas por Simon Frith (1996) em seus ritos de performance e por David Hesmondhalgh (2013).

Um grito de amor, um empurrão para chegar à grade e ver de perto, uma ficção pessoal que emula o artista no cotidiano, numa conversa com amigos, num cover da drag, numa peça de roupa, numa memória inventada, numa paródia. Uma aparição, a presença, como pontua Martin Seel (2005). Experiências sensíveis, afeto em jogo. Há, na performance e ancorada na identidade e na memória dos fãs, elementos constituintes de uma estética do fã? A leitura dos *fandoms* nessa perspectiva requer uma reformulação das concepções propostas neste trabalho como reflexões iniciais de nossa pesquisa sobre o tema.

## **b) Hipótese e objetivos da tese**

Minha hipótese aqui é de que, diante da fruição de narrativas dos ídolos pop pelos fãs, se deem experiências estéticas de peregrinação dentro da performance de gosto.

De maneira mais pontual, nos objetivos específicos, visto atravessar as seguintes questões: I) a possibilidade de a peregrinação acontecer desde o primeiro contato do fã

com o ídolo. Ou seja, para além de uma peregrinação geográfica, ser uma forma de fruição de um produto midiático pop; II) a lógica de que todo fã é, além de peregrino, colecionador de um arquivo de experiências através do ídolo; III) pensar o espaço da geografia inventada no consumo do fã de diva pop; IV) propor o corpo do ídolo pop como um “corpo-monumento”, vetor nostálgico; V) Revisar a lógica do pop enquanto gênero musical a partir de uma “arquitetura da peregrinação”, dando escopo ao que chamo de “cena da música pop”; VI) propor uma revisão de definições do termo “fã” e “fandom” através da experiência estética na peregrinação dos fãs e seus ritos de passagem. E, por fim, testar a peregrinação como método de estudo de fãs.

### c) Metodologia

Peregrino da Paraíba para o estado de Nevada, nos EUA, onde encontro Tiffany Bradshaw, numa expedição autoetnográfica, como um pesquisador *insider*, termo que Adriana Amaral (2008) usa para descrever o movimento do pesquisador fã. De acordo com a autora, este tipo de pesquisador olha para o universo através de sua própria biografia, a qual está entrelaçada com a do seu objeto. Todos os dados colhidos por meio de entrevistas com outros fãs, equipe do artista e fontes informacionais relacionadas à cidade de Las Vegas, neste caso, são falas que também atravessam minha vivência enquanto fã e pesquisador de uma forma prismática, transformada, possibilitando já uma visualização analítica do que foi dito.

Há então um recorte da técnica de coleta de dados através de entrevistas, que se dá por acreditar que relatos da experiência de outros fãs poderiam ajudar a traçar um paralelo sobre a relação sujeito-cidade-ídolo em espaço coletivo, ambiente de show.

Imerso neste ambiente, como fã, não há só uma leitura a partir do que é falado pelo entrevistado ou pelo ídolo, mas também o que transparece nas suas performances, tanto no palco, quando na plateia, através do fã em sua performance de gosto. As performances aqui acionam conceitos que ajudam a pensar a própria noção de “peregrinação de fã” como método de análise da fruição da cultura pop: conceitos que surgem diante da percepção do ritual de consumo da indústria pop.

Originalmente, este trabalho contava com a etnografia enquanto método, uma vez que relutei a me inserir no texto como fã e analisar pontualmente a minha peregrinação, juntamente com a de outros fãs, para assistir a um show de Britney. Fazer isso traz à tona diversas questões pessoais vinculadas à bullying na infância por ser fã de música pop, por

ser gay e, portanto, ser completamente diferente da maioria dos outros meninos do colégio católico. Lá, costumava-se dividir as turmas por sexo em aulas voltadas à educação física ou quando a turma dava muito trabalho ao professor de qualquer matéria. Ir ao banheiro também era um tormento e dias de aniversário, eu queria apenas desaparecer com medo da piada que seria feita no “com quem será”. Sem amigos homens, já mais velho, eu esperava que a Paris Hilton, celebridade dos EUA em voga no momento, aparecesse para me buscar no meio da aula, deixando os outros meninos chocados, mesmo que eles provavelmente não soubessem quem era a Paris. Pelo menos era o que acontecia no clipe dela “*Nothing in This World*” e era o que eu desejava para a minha ficção de fã.

Por tudo isso e pelas tensões familiares que foram formadas devido a minha performance de gosto, ou melhor, para evitar reviver-las, optei inicialmente pela etnografia.

A etnografia atua como método investigativo da antropologia com imersão em grupos para uma relação “intra-subjetiva” com o objeto. A autoetnografia, por sua vez, aparece como uma relação extrema do pesquisador com o objeto, arquivando as experiências em diário autoetnográfico e as interpretando de acordo com sua própria bagagem teórica e biográfica. Dentro de uma pesquisa autoetnográfica, no entanto, está contida a etnografia, uma vez que a forma de observação permanece entre as duas.

Uma das obras balizares da etnografia surge através do antropólogo polonês Bronislaw Malinowski, em 1922, no texto “Os argonautas do pacífico ocidental”, no qual o autor se insere em um arquipélago próximo à Nova Guiné para, através da fotografia como diário de bordo, registrar e narrar, posteriormente, os costumes dos nativos locais. Através da observação participante do autor, a curiosidade do etnógrafo se dava principalmente por um sistema de “comércio”, chamado Kula, que se refere a uma rede de trocas entre donos de objetos.

Malinowski encontrou dificuldade na língua falada pelos nativos analisados, uma vez que de acordo com o método, era necessário que o pesquisador usasse a imaginação para pertencer àquele grupo e, desta forma, compreender questões que apenas a observação não dariam conta. A ilha analisada por Malinowski, no litoral sul da Nova Guiné, tinha então a característica de um comércio com base na navegação e em peças artesanais que circulavam nessas peregrinações do objeto.

Nota-se uma preocupação do autor com a forma de descrever o método etnográfico e ressaltar o seu valor: “um trabalho etnográfico só terá valor científico se nos permitir distinguir claramente, de um lado, os resultados da observação direta e das declarações e

interpretações nativas e, de outro, as inferências do autor, baseadas em seu próprio bom-senso e intuição psicológica” (MALINOWSKI, 1978, p. 18). Há aqui a busca pela observação do ordinário, do cotidiano e do trivial na vida social de um grupo, ao passo que o pesquisador se insere na mesma, ao invés de focar em grandes acontecimentos únicos. Há, no texto de Malinowski, a intenção de deixar clara a diferença entre dados cristalizados, coletados pelo pesquisador na primeira ida à campo (quantidade de habitantes, características geográficas, principais rituais e costumes passados entre as gerações), com a interpretação por parte do pesquisador participante *in loco* das ações do grupo. Há destaque para quatro etapas do método: localização e solidificação de dados cristalinos, inserção de si próprio no grupo a ser analisado, registro do material em formato de diário de bordo e, por fim, escrita do texto analítico e interpretativo, que tensiona a experiência do etnógrafo com base em conceitos.

O autor ressalta também a necessidade de preparar um sistema de interpretação de dados através de um “quadro sinótico” do povo em análise, no qual se destaca a relação entre os membros do grupo (sociologia), os rituais (cerimonial) e sobre a economia local, para que só depois se entre nas questões mais triviais. Há que se levar em conta, explica ele, questões intuitivas do pesquisador na interpretação dos dados coletados, uma vez que se busca construir uma anatomia de algo inexplorado. A psicologia do autor aqui importa, uma vez que os dados cristalinos serão interpretados por ele diante das situações corriqueiras do grupo: “e por isso comecei a fazer um recenseamento da aldeia: “anotei genealogias, esbocei alguns desenhos, fiz uma relação dos termos de parentesco. Tudo isso, porém, permanecia material ‘morto’, que não podia me levar a entender a verdadeira mentalidade e o comportamento dos nativos”, explica Malinowski (1978, p 24.). Para ele, o arquivo de nada valia,

pois eu não conseguia obter deles nenhuma boa interpretação de quaisquer desses itens nem atingir o significado intrínseco da vida tribal. Quanto a obter suas ideias sobre religião e magia, suas crenças sobre feitiçarias e espíritos - nada disso parecia possível, exceto algumas noções sobre seu folclore, noções essas muito distorcidas pelo fato de serem expressas em inglês pidgin (MALINOWSKI, 1978, p. 24)

Entra aqui a questão de que os moradores brancos, que ficavam à margem da comunidade e eram o primeiro grupo a se comunicar com o etnógrafo, tinham visões muito pontuais, relata Malinowski (1978). E, apesar de úteis, não falavam sobre o cotidiano, que era o que interessava a ele, mas sim sobre grandes mudanças no cotidiano, como celebrações.

Ele começa então a se questionar se será capaz de conseguir mais informações sobre aquele povo do que o próprio homem branco que lá habita e, até então, só extraiu informações sobre pontos de destaque do comportamento nativo. São as “opiniões já sedimentadas”, ou o senso comum:

Na etnografia, o autor é, ao mesmo tempo, o seu próprio cronista e historiador; suas fontes de informação são, indubitavelmente, bastante acessíveis, mas também extremamente enganosas e complexas; não estão incorporadas a documentos materiais fixos, mas sim ao comportamento e memória de seres humanos (MALINOWSKI, 1978, p. 18).

O objetivo principal do autor aqui é, através de três etapas metodológicas, conseguir se inserir na comunidade dia após dia, de um modo que sua presença não cause mais estranheza nos nativos e que, assim, ele possa observar as características mais corriqueiras do povo:

Os princípios metodológicos podem ser agrupados em três unidades: em primeiro lugar, é lógico, o pesquisador deve ter objetivos genuinamente científicos e conhecer valores e critérios da etnografia moderna. Em segundo lugar, deve o pesquisador assegurar boas condições de trabalho, o que significa, basicamente, viver mesmo entre os nativos, sem depender de outros brancos. Por fim, deve aplicar certos métodos especiais de coleta, manipulação e registro da evidência. (MALINOWSKI, 1978, p. 24)

Para ele, ainda, o espírito do pesquisador de campo parte da teoria e, contanto que o pesquisador esteja disposto a repensar, descartar questões sobre o objeto, sua inspiração dependerá sempre dos conceitos. Portanto, o autor poderá, sem problemas, ser um teórico e, assim, sua inspiração estará em si próprio (MALINOWSKI, 1978).

Enquanto na etnografia o pesquisador precisa ter um papel moldável diante da comunidade onde se insere como observador participante, na autoetnografia temos um pesquisador já imerso naquele cenário, antes, inclusive, de se tornar pesquisador. Desta forma, toda a visão descrita parte da bagagem cultura adquirida já dentro do grupo em análise. Está é a principal diferença entre a etnografia e autoetnografia.

A pesquisa autoetnográfica, assim como a etnográfica, não se constitui apenas com a ida ao campo, mas na construção textual que narra as afecções vividas no campo, como narrativas de si e do outro através da visão do pesquisador. O afeto é aqui parte central da pesquisa e deve ser recebido naturalmente num texto desta natureza, contanto

que relembre sempre dos dados cristalizados e esteja, novamente, disposto a ser desconstruído com base nos conceitos adotados, como aponta Geertz:

Fazer etnografia é como tentar ler (no sentido de “construir uma leitura de”) um manuscrito-estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escritos não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado (GEERTZ, 1989, p. 20).

A autoetnografia é então compreendida “como narrativa reflexiva que revela com densidade a presença do pesquisador no campo de pesquisa, difere da etnografia pela não necessidade do pesquisador de adentrar a cultura estudada e se tornar parte dela, pois ele já é parte desta cultura” (GUTIERREZ, 2010, p. 11).

Estamos diante de dois tipos distintos de narrativas, ambas nos ajudam a entender comportamentos sociais, porém levando em consideração dois métodos distintos: de um lado temos uma argumentação metodológica que incide sobre uma distância entre o etnógrafo e o nativo, mesmo que precise ainda de uma aproximação, que sem dúvida ajuda a montar um contorno do grupo no qual o pesquisador se insere. A preocupação com detalhes do cotidiano é válida, pois mostra uma intenção de imersão pelo lado oposto ao óbvio que mira os grandes acontecimentos. Do outro lado, a autoetnografia traz uma vertente mais moderna de liberar o etnógrafo para trazer um relato do mundo através de si próprio, sem deixar de lado uma triangulação entre si próprio – outros sujeitos imersos no mesmo grupo – conceitos teóricos.

A autora Heewon Chang (2008) faz um levantamento das correntes antropológicas de metodologia de pesquisa que levaram ao surgimento e popularização da autoetnografia e que me ajuda a entender o método. Chang se preocupa com as narrativas de si na pesquisa contemporânea e sua relevância no âmbito das ciências humanas e sociais, uma vez que passam a ser criticadas pela carga pessoal que o pesquisador insere.

A autora percebe uma grande valia na autoetnografia como método por ser o que tanto a criticam, ou seja, um relato pessoal, mas analítico. Ela a considera como uma forma de o ser humano entender suas relações com o mundo para entender a si próprio e os grupos de sujeitos entrelaçados por esses laços. São narrativas que aguardam uma análise interpretativa com base na visão de mundo do etnógrafo, que tem, de forma clara, uma relação prévia com o objeto. Esta relação permite, inclusive, que a coleta de dados se dê no próprio pesquisador. Ou seja, o pesquisador como fonte e suas relações de vida como mediadoras. Há, no entanto, a necessidade de lembrar que o relato não seja apenas

descritivo, trazendo a necessidade da inserção da ponderação teórica, reafirmando a necessidade da triangulação cita acima: “Ao articular e reviver o termo autoetnografia, Reed-Danahay (1997) não apenas nos lembra do interesse de longa data do antropólogo sobre si mesmo, mas também libera uma nova geração de antropólogos para trazer suas histórias pessoais para o centro da sua investigação.”<sup>6</sup> (CHANG, 2008, p. 45).

Numa busca do escopo dos textos narrativos em primeira pessoa, é possível citar importantes contribuições para o campo da antropologia, e o que chama a atenção neles é exatamente o objeto de análise e sua proximidade com o pesquisador. Muitos deles, por exemplo, são textos escritos por filhos sobre suas mães. Chang (2008) relata que alguns antropólogos tinham como objeto de análise sua própria família. No texto “Through Harsh Winters”, de Kikumura (1981), à exemplo, o autor relatou e interpretou a história de vida de sua própria mãe que imigrou do Japão para os Estados Unidos nos anos 2000, o levando consigo. A mãe era uma jornalista e possibilitou análises sociais sobre os movimentos históricos em uma visão única de um imigrante.

Outra obra é a “Sun Chief”, lançada em 1942 por Simmons, antropologista que colheu a biografia de um líder indígena das tribos Hopi (que ficavam no Arizona) e a interpretou antropológicamente, recontando a história de forma interpretativa e analítica.

Analisando correntes de “narrativas pessoais”, Chang (2008) as condensa em três grupos: etnografias biográficas, como as citadas acima, as etnografias nativas e, por fim, a etnografia do tipo diário.

As “etnografias nativas” são contos de um etnógrafo sobre seu próprio povo. Já a do tipo “diário” traz uma conexão ainda mais íntima do pesquisador com o objeto, que se torna um texto de memórias das experiências do etnógrafo, como se fosse mostrado além dos eventos em análise, o bastidor de todo o processo de pesquisa, para tensionar dados cristalinos e resultados interpretados.

A autoetnografia, portanto, passa a ser uma conjunção destes três tipos: busca a narração em primeira pessoa de um grupo intimamente ligado ao etnógrafo, portanto tem uma carga autobiográfica, uma reflexão do comportamento social do grupo através do seu próprio comportamento como integrante do grupo e, por fim, uma análise com base nos conceitos e que relativa esta aproximação.

---

<sup>6</sup> T.N.: By articulating and reviving the term autoethnography, Reed-Danahay (1997) not only reminds us of anthropologist’ long-standing interest in self, but also liberates a new generation of anthropologist to bring their personal stories to the center stage of their investigation



Há então um debate entre formas distintas de estruturação de pesquisas etnográficas, todas retiradas do *Journal of Contemporary Ethnography*, lançado em 2006. A divergência aqui se dá em torno de uma abordagem mais reflexiva e menos objetiva, com menor quantidade e/ou necessidade de colher dados cristalinos. Outra tem um intuito mais teórico e para que isso aconteça, possui uma veia analítica com maior destaque.

Cinco etapas metodológicas são necessárias para que a autoetnografia aconteça com intenções teóricas: “(1) ser um membro completo no mundo social em estudo; (2) ter reflexividade para analisar dados sobre si mesmo; (3) estar visível e ativamente presente no texto; (4) inclui os outros informantes em situações semelhantes na coleta de dados; e (5) está comprometido com a análise teórica<sup>7</sup>” (CHANG, 2008, P.45-46). As etapas descritas são propostas originalmente por Anderson (2006, apud CHANG 2008). E se Anderson preza pela objetividade com relação ao campo, outros autores como Ellis e Bochner (2006) e Dezin (2006), na mesma publicação, prezam por engajamento emocional mais aguçado do pesquisador que, por conta disso, terá um texto mais subjetivo. Ressaltando que a oposição entre objetividade e subjetividade na autoetnografia seja uma luta sem fim, Chang apresenta autores como Best (2006), ainda da publicação citada, que cria uma balança entre as duas.

Seguirei, a partir de aqui, com as características descritas por Anderson, mas levando em conta pontos de suspensão, uma vez que me insiro no espaço do show para analisar fãs, enquanto também sou um fã da pessoa no palco. Afinal, “uma autoetnografia não se concentra apenas em si mesmo, mas em buscar a compreensão dos outros (cultura / sociedade) através do self. Assim, o “eu” é um objeto para se olhar e uma lente para obter compreensão de uma cultura social<sup>8</sup>” (DUCKART, 2005, apud CHANG, 2008, p. 48-49).

Chang (2008) também opta pelo meio termo: combinando análise cultural e interpretação com uma descrição narrativa detalhada, mesmo que ainda com uma carga emocional latente. A autora espera que, “as histórias de pesquisadores autoetnográficos sejam refletidas, analisadas e interpretadas dentro de seu contexto sociocultural mais

---

<sup>7</sup> T.N.: “(1) a complete member in the social world under study; (2) engages reflexivity to analyze data on self; (3) is visibly and actively presente in the text; (4) includes the other informants in similar situations in data collection; and (5) is committed to theoretical analysis

<sup>8</sup> T.N.: a autoetnografia is not about focusing on self alone, but about searching for understanding of others (culture/society) through self. Thus, self is a subject to look into and a lens to look through to gain an understanding of a societal culture

amplo<sup>9</sup>” (CHANG, 2008, p. 46), numa tentativa de transcender a ideia de mera autobiografia, conectando as esferas privadas e pessoais à análises culturais: “Os autotnegrafistas variam em sua ênfase no processo de pesquisa (grafia), na cultura (etno) e no self (auto)<sup>10</sup>” (ELLIS; BOCHNER, 2000, p. 740). Assim, ela conclui que a autoetnografia deve levar em conta o rigor do método etnográfico para propor uma análise cultural e interpretativa de uma autobiografia. “Em outras palavras, autoetnografia não é apenas sobre focar em si mesmo apenas, mas sobre pesquisar um entendimento de outras (cultura/sociedade) através de si próprio” (CHANG, 2008, p. 48-49).

Uma das dificuldades do método é a necessidade de reviver tópicos emocionais desgastantes ou complexo do passado, como citei acima, e por isso tem sido uma metodologia usada para estudos sobre religião, tais como nos livros “*Final Negotiations: A Story of Love, Loss, and Chronic Illness*” escrito por Carolyn Ellis e lançado em janeiro de 1995, marcado como “biografia” nas livrarias, e “*Spirituality, ethics, religion, and teaching: Professor’s Journey (Studies in Education and Spirituality)*”, lançado por Robert Nash em 2002. Com isso, a autora destaca ainda o uso da autoetnografia para ajudar a entender questões psicológicas de indivíduos, através de seus próprios relatos na área de saúde, num processo terapêutico, por uma vantagem holística e íntima de um olhar único sobre o objeto, que já é “familiar”. Em suma, ela conclui que a autoetnografia é uma questão de maturação:

Todos os aspectos da vida podem se tornar um objeto de estudo da autoetnografia. Quando um tópico de pesquisa é selecionado, a pergunta mais importante deve ser o que fazer com ele. O requisito mínimo é que os pesquisadores estejam dispostos a cavar mais fundo em suas memórias, escavar detalhes ricos, trazê-los para as mesas de exame para classificar, rotular, interconectar e contextualizá-los no ambiente sociocultural. Compromisso com a análise e interpretação cultural é a chave para prosseguir com qualquer assunto<sup>11</sup>. (CHANG, 2008, p. 51).

Para tanto, há a busca de uma escrita mais amena, usando estruturas de narrativas de contação de história. Daí cito ainda duas vantagens no método, ambas destacadas por Adriana Amaral (2009): “discutir os múltiplos papéis do pesquisador e de suas

---

<sup>9</sup> T.N.: I expect the Stories of autoethnographers to be reflected upon, analyzed, and interpreted within their broader sociocultural context

<sup>10</sup> Autoethnographers vary in their emphasis on the research process (graphy), on culture (ethno) and on self (auto)

<sup>11</sup> All aspects of life can become a subject of autoethnography. When a research topic is selected, the most important question should be what to do with it. The minimum requirement is that autoethnographers must be willing to dig deeper into their memories, excavate rich details, bring them onto examination tables to sort, label, interconnect, and contextualize them in the sociocultural environment. Commitment to cultural analysis and interpretation is the key in proceeding with any topic

proximidades, subjetividades e sensibilidades na medida em que se constitui como fator de interferência nos resultados e no próprio objeto pesquisado" (AMARAL, 2009, p. 15) e a marcação subjetiva "e influência (positiva e negativa) no processo epistemológico da vivência da própria pesquisa e dos contornos enfrentados em relação ao objeto (AMARAL, 2009, p. 22).

Outra pesquisa que inspira este texto em sua estrutura narrativa é a de Faith Wambura Ngunjiri e Kathy-Ann C. Hernandez. Ngunjiri (2007, 2010) é uma queniana que se dedicou a estudar mulheres negras em funções de liderança comunitária na África. Hernandez, nascida em Trinidad, tendo crescido e lecionado nas Ilhas Virgens, estudou seus próprios alunos adolescentes. Agora, em parceria com Chang, elas se postulam como mulheres imigrantes e de cor na academia dos Estados Unidos, propondo o que elas chamam de autoetnografia colaborativa, ao passo em que suas pesquisas se tornaram posicionamentos políticos dentro da academia predominantemente branca. Apesar, então, de haver uma crítica (Anderson, 2006; Holt, 2003; Salzman, 2002; Sparkes, 2002) ao método pelas indefinições que se dão pela aproximação do pesquisador com o objeto que, de acordo com os autores citados, perderia o valor crítico, Ngunjiri, Hernandez e Chang (2010) defendem que o método permite um acesso único e valioso a questões sensíveis, voltadas à experiência, que permitem se compreender para compreender o espaço social em que se vive:

Autoetnografia é um método de pesquisa qualitativa que utiliza dados sobre o self e seu contexto para obter uma compreensão da conectividade entre o self e os outros dentro do mesmo contexto. Esse método de pesquisa é diferente dos outros de três maneiras: é qualitativo, autofocado e consciente do contexto<sup>12</sup> (NGUNJIRI, HERNANDEZ, CHANG, 2010, p. 1).

Com isto, parto para algo afirmado como necessidade básica para garantir visões analíticas do meu objeto, o fã, a partir de um traçado triangular de conceitos.

#### **d) Estrutura da tese**

A tese conta com um formato narrativo em primeira pessoa, tendo a peregrinação de fãs de divas pop como objeto. Por se tratar de uma análise da minha própria narrativa enquanto fã e pesquisador, e para testar a peregrinação como metodologia de análise

---

<sup>12</sup> T.N.: "Autoethnography is a qualitative research method that utilizes data about self and its context to gain an understanding of the connectivity between self and others within the same context. This research method is distinctive from others in three ways: it is qualitative, self-focused, and context-conscious."

autoetnográfica, proponho a estrutura da tese em etapas da peregrinação, aderindo a noção de peregrinação proposta por Victor Turner e Edith Turner na obra lançada originalmente em 1978, intitulada de “*Image and Pilgrimage in Christian Culture*”, e que compõe o ponto de partida dos estudos sobre peregrinação ao abordar o deslocamento do cristão pelo mundo, guiado pela fé.

As etapas são: (1) separação (*separation*), (2) estágio liminar (*the liminal stage*) e (3) retorno (*homecoming*), as quais representam respectivamente a saída do fã de seu cotidiano ordinário, a viagem e o encontro com o objeto sacro (a diva) e, por último, seu retorno com a dádiva conquistada e readequação ao cotidiano ordinário. Victor e Edith Turner (2011) criam estas etapas a partir da “jornada do herói”, estrutura narrativa apontada por Joseph Campbell (2013) como sendo comum às narrativas desde as mais antigas, mitológicas, quanto as mais atuais.

O Monomito, termo usado por Joseph pela primeira vez em 1949, ou “Jornada do Herói”, como passa a ser chamado depois, divide-se também nestas mesmas três etapas: a de separação, iniciação e retorno. Para Joseph, a jornada é

a aventura de um herói diante de um mundo com um cotidiano comum em uma região de maravilhas sobrenaturais: forças fabulosas são encontradas lá e uma batalha decisiva é vencida. O herói volta da sua misteriosa aventura com o poder de conceder bênçãos aos seus semelhantes. (CAMPBELL, 2008, p. 23.)

O herói aqui pode ter dois pontos de vista: ele pode ser a narrativa mediada construída para o ídolo ou, na peregrinação, como apontam Victor e Edith Turner (2011), se refere ao percurso percorrido por um peregrino para alcançar algo concreto e/ou simbólico.

Pontualmente sobre as celebridades, observo esta estrutura comum desde as artistas de ópera do século 19, como Maria Malibrán (1808-1836), como a primeira diva reconhecida. Em seguida, temos a onda das grandes vedetes francesas), como abordo mais a frente e que se aproxima ainda mais do tratamento hollywoodiano das estrelas, mesmo já na ópera, por exemplo, existir um comércio de medalhas com o rosto de Maria Malibrán (GONZALLES, 2018), que se assemelha a forma de comércio em torno dos shows pop.

Pontualmente as artistas de cinema e da música passam a ser tratadas como divindades, através do mito do herói difundido pelos romances literários, lidando com uma Figura mediada de tamanho inatingível em copo físico, como postula Fernando

Gonzalez (2018), ao citar ainda que “não é coincidência que datem desta época os primeiros registros da utilização do termo “diva”, para descrever estas artistas, que se tornavam cada vez mais independentes e ganhavam cada vez mais influência e poder no cenário operístico e musical (COWGILL E PORISS, 2012)”, como quando os solistas e as técnicas de canto ganharam destaque no mercado, devido a reconfigurações tecnológicas e do mercado no século 19 (GONZALEZ, 2018), com as artistas de ópera, que passam a ser tratadas como divindades em seus shows, criando os primeiros grupos de fãs da universo musical.

[...] a música emerge hoje como élan social, uma espécie de “paisagem sonora”, que permite que os indivíduos vivenciem trocas, façam catarses, gerem memórias e identidades coletivas que são atualizadas nos eventos musicais. Os shows são não só um conjunto de produtos e serviços de alto valor agregado, mas também acontecimentos extremamente significativos para as vidas dos consumidores. (HERSCHMANN, 2017, p. 21)

Adiciono à fala de Herschmann (2017), com base em Gonzalez (2018) que não apenas os shows funcionam como esses espaços, mas todo o trajeto, físico ou virtual, até ele. Para que se possa tensionar a lógica deste tipo de fruição através de um *corpus* do trabalho, delimito a peregrinação de fãs de divas pop à cidade de Las Vegas, nos Estados Unidos.

A cidade em questão é escolhida aqui por três pontos: (I) metáfora do pop, por ser arquitetada em meio a um deserto para entreter passantes; (II) a sedimentação da cidade como destino turístico para shows de música pop; (III) a criação do formato de show “residência”, que se deu no local com Elvis ao final dos anos 60, se consolida e se espelha pelo mundo, principalmente no Brasil, através de cruzeiros musicais.

Cemitérios do pop, decadência e ostracismos, “cidades” ou não-lugares construídos com areia do deserto, que aparecem e somem com rapidez, que são esquecidos e lembrados ao mesmo tempo, que simulam corpos utópicos dos ídolos para fãs, como monumentos para os turistas. Locais que não existem em si, mas que se criam na espetatorialidade mediada pela memória midiática daquele corpo e daquela cidade. É possível entender Las Vegas como uma metáfora da música pop e, ainda assim, propor a hipótese de que há experiência estética na fruição de fã deste gênero musical?

Para responder tais questões, retomo a divisão da tesa nas três etapas da peregrinação: separação, liminares e retorno e as relaciono com o *self*, o fã, o trajeto, a cidade, o lugar, e o show, e, por fim, com a memória e os laços formados. Cada etapa

constitui um capítulo e, cada um deles, se debruça sobre uma parte da minha peregrinação, acionando conceitos durante o processo. Porém, três autores e três conceitos possuem um papel de alicerce nesta obra.

#### e) Triangulamento teórico

Os conceitos elencados para proporcionar o triangulamento teórico pedido pela autoetnografia lida, de forma larga, com a lógica da experiência estética, a peregrinação e a cultura pop. A partir da ida a campo, alguns autores surgem para ajudar a entender estes três espaços: Victor Turner, ao falar sobre peregrinação, espaços de drama, tensões entre hierarquias de grupos religiosos e objetos sacros; Michel Foucault (2013) se torna necessário por estarmos lidando com não-espacos construídos em cima de locais esmos, como Las Vegas no deserto, ou um cruzeiro no oceano, sobre a utopia do corpo do ídolo e sobre mediações; Svetlana Boym (2001) é elencada tendo em vista que a nostalgia parece ser um dos elos que incitam a peregrinação. No centro do campo de análise, o fã, o lugar e o ídolo são analisados como dramatizações performáticas de gosto. Para tanto, elenco Hennion (2007), debatendo a performance de gosto de ouvintes musicais; Robert Venturi, Denise Scott Brown e Steven Izenour, arquitetos e autores do “Aprendendo com Las Vegas” (2003).

Figura 01 – Gráfico triangular conceitual



Fonte: Autor

## f) A tese em capítulos

Uma vez que a tese tem como base a verificação do processo de peregrinação de fãs de divas pop diante da experiência estética em Las Vegas, e elenco a autoetnografia como método, opto por dividir a tese não em capítulos, mas em partes da peregrinação, cada uma formando um capítulo. São três partes, cada uma delas vinculadas a uma fase ou estágio da peregrinação como proposta por Turner (2008, 2011). Dentro de cada parte, elenco experiências da minha memória, além dos conceitos que dialogam com as memórias e com as fases de “separação, liminar e retorno”. Tendo como pilar conceitual a noção de cultura pop, peregrinação e experiência estética, proponho, dentro de cada fase/parte, uma reorganização da mesma.

Em “**Separação: *Becoming Britney***”, lido com o ato de se assumir fã e, pessoalmente, se assumir um fã gay no interior de Pernambuco. Aqui então entram conceitos vinculados à Diana Taylor (2013) ao abordar o meu próprio arquivo e repertório, e Judith Butler (2015) com através do meu relato sobre mim mesmo. É também nesta primeira parte onde debato o arcabouço teórico principal da tese, como as noções de “geografia inventada”, através de Fernando Resende (2014, 2018); “Cultura pop” através de Jeder Janotti Jr (2016); “Peregrinação” com Turner (2008), Aden (1999) e Brooker (2007); “Estética”, Paul Virilio (2015) e “Dramas sociais” através de Turner (2008).

Ainda no capítulo 1, entro nos dramas sociais que estão vinculados ao ato de ser fã. Para tanto debato o conceito de fã e *fandom* através de Edgar Morin (1988) Fiske (1992) e Henry Jenkins (1992), passando por textos posteriores destes autores, que acionam, por sua vez, gerações mais novas de pesquisadores do campo do *fandom*. Debato ainda o fã de diva pop como um peregrino.

Em “**O Estágio liminar no deserto pop**” entro nas dramatizações acionadas por Las Vegas. Tento fazer um estado da arte da indústria do espetáculo na cidade e de como funciona a urbe pré-planejada para o entretenimento. Proponho então pensar Las Vegas como uma metáfora do pop enquanto gênero musical. Para isso, me volto para a economia simbólica e afetiva das disputas desse espaço entre fãs e turistas. Recorro à Vegas sempre através de Britney, uma vez que, antes dela anunciar sua residência, eu nunca havia cogitado visitar Nevada. Aqui entram autores da área de arquitetura e urbanismo, que debatem cidades-parque, como Robert Venturi, Denise Scott Brown e Steven Izenour através da obra “Aprendendo com Las Vegas” de 1972. Analiso, no caminho, a cidade

residencial criada pela Disney, na Flórida, chamada de *Celebration* e, a partir delas, tensiono a lógica das cidades-fachada *versus* cidades para pessoas. A pesquisadora e professora de arquitetura e urbanismo Marcela Dimenstein (2018) e suas aulas aparecem nesta parte da narrativa fornecendo o subsídio teórico sobre o urbanismo particular de Las Vegas.

No “**Homecoming: a diva como lar**” proponho pensar o fã como um nômade, analisando minha trajetória com Britney e Las Vegas, passando ainda pela trajetória de dois outros fãs, o Victor, que vai à Las Vegas na minha primeira ida à campo (2015) ver Britney e a holografia do Michael Jackson, e a trajetória da *drag queen* paulista Tiffany Bradshaw. Ela costuma incorporar Britney em suas montações e performances e vai a Vegas em 2017 para encontrar Britney num *meet & greet* (encontro pago e pré-agendado com o artista) performatizando uma Britney de 2004 para a Britney de 2017. Este último terço propõe um debate entre a cidade pop, a performatização de gosto dos fãs nela, seus dramas e demarcações de território. Assim, reencontro e localizo a ideia de corpo monumento, da qual emerge o “devir diva” como uma lógica de consumo através da peregrinação, ritual de incorporação. No último tópico do trabalho, esboço uma proposta metodológica através do uso da peregrinação ritual como método de análise para consumo de fãs.

Todas as partes da tese são introduzidas por trechos da letra da música “*Alien*”, performada por Britney no seu “álbum mais pessoal”, o *Britney Jean*, lançado em 2013 para a divulgação da residência. Criada por William Orbit, produtor da Madonna, escrita por ele e Britney, posteriormente os fãs descobriram a possibilidade de terem usado uma fã de Spears, que hoje é cantora, Myah Marie, para gravar alguns vocais da música que abre o álbum “mais pessoal” de Spears. A faixa descreve ainda um processo de peregrinação, na minha interpretação, e as artificialidades do pop, num drama afetivo que faz com que a diferença entre ficção e realidade não importem. E, todos os títulos e intertítulos dos tópicos dentro destes capítulos trazem trechos de letras cantadas por Britney ao longo dos seus vinte anos de carreira. As músicas selecionadas para os títulos foram escolhidas numa tentativa de relacionar o repertório dela também com as etapas da peregrinação.

Por fim, pontuo que o meu corpo diante da diva é a minha primeira ida à campo, primeira peregrinação. Las Vegas aparece aqui como um espaço concreto, apesar de lidar com invenções e ficções. No último capítulo, chego então na proposta de conceito de “corpo monumento”, de fã como “nômade” e de “devir diva”, na incorporação da diva



pelo fã, para além da *drag queen*, permeando suas relações sensíveis com o mundo e estéticas na ética de se entender como sujeito performativo. Estas questões me fazem chegar a proposições iniciais, ainda em aberto, de peregrinação como um método de análise de consumo de fãs.

Como sugestão de experiência de leitura, aproveitando que costumo discotecar em uma festa pop, que foca os anos 80, 90 e 2000 na música, em João Pessoa, a “Timebomb”, montei uma playlist das músicas citadas neste texto, contendo algumas outras que inspiraram a tese. A lista está disponível no Spotify, que permite audição das faixas por usuários cadastrados pagantes e não pagantes, através deste link: <https://tinyurl.com/PlaylistPeregrinando> . Em uma segunda playlist, é possível acessar todos os clipes citados através do YouTube: <https://tinyurl.com/VideosPeregrinos> .

## 2 SEPARAÇÃO: *Becoming Britney*

“There was a time I was one of a kind  
 Lost in the world out of me myself and I  
 Was lonely then like an alien  
 I tried but I never figured it out  
 Why I always felt like a stranger in a crowd  
 Ooh that was then like an alien  
 But the stars in the sky look like home, take me home  
 And the light in your eyes lets me know I'm not alone  
 (continua)

O termo “separação”, usado para definir o primeiro estágio da peregrinação, pode se referir a diversas instâncias de movimento, mas para Victor Turner (2008) falar sobre separação é tentar entender a lógica das opções e escolhas do sujeito em movimento por um espaço prescritivo, ou seja, controlado por um conjunto de regras e costumes, tal como o espaço urbano e suas cenas. Ser ator ou audiência, escolher entre ir ou ficar são dicotomias que envolvem a “separação” na jornada do fã.

O trajeto percorrido por um fã de música pop será sempre prescritivo, já que são espaços privados e voltados ao consumo, como a ida a Las Vegas, um corredor de lojas no meio do deserto, intercaladas por shows. O que muda nos lugares por onde o fã se faz presente é qual poder, regras ou instruções vigoram: o Estado e seus três poderes (legislativo, executivo e judiciário), a mídia, a geografia, os consensos sociais (sejam eles velados ou não), os costumes e regras de um hotel ou de um teatro.

Saindo do binarismo, é possível pensar ainda a fase da “separação” dentro da peregrinação como uma multiplicação do sujeito fã, ato de fragmentar o *self*, multiplicando-se em prol da criação de laços sociais diversos através de experiências socioculturais em dimensões distintas. Tais experiências constroem as formas simbólicas baseadas no afeto em lugares de peregrinação física. E “não há como negar a presença de uma curiosidade renovada em relação aos laços entre cultura, cognição e percepção, na medida em que esses laços se traduzem em formas simbólicas” (TURNER, 2008, p.9), principalmente num entrelaçamento com o virtual (tanto no sentido de ciberespaço, quanto pela virtualidade da imaginação do peregrino).

Dessa forma, a peregrinação de fã aciona uma geografia inventada não apenas no espaço físico, mas também na internet, passando a incluir, proponho, a procura do fã por arquivos da diva através de peregrinações sensíveis em entre-lugares que não podem ser

mensurados pela lógica de tempo baseada em passado, presente ou futuro ou apenas por lógicas capitalistas de consumo.

A busca por um show raro de Britney, nunca lançado oficialmente, ou por fragmentos de uma apresentação funcionaria também, neste caso, como parte de uma peregrinação. Posso buscar os fragmentos de vídeos no Youtube e Instagram, tal como posso imaginar o show a partir de fragmentos midiáticos (fotos, vídeos, gifs animados, relatos orais e/ou escritos por outros fãs, que podem ser verdade ou não).

Naturalmente que nenhum desses dois tipos de busca trará o show que eu não vi de volta. Ressalto aqui que na música pop nada vai realmente embora ou deixa de existir. Os produtos da música pop continuam acontecendo na memória coletiva dos fãs.

O conceito de peregrinação parece então transbordar para além do espaço de tempo de uma viagem turística (turismo biográfico), ou da audiência de um vídeo, se postulando como uma jornada de uma vida inteira, contendo várias peregrinações dentro de si. Eu, a exemplo, comecei a acompanhar Britney por acaso. Fã das Spice Girls, ainda criança, aos nove anos de idade, fiquei desolado com a saída da minha componente favorita da banda, a ruiva *Ginger Spice*, ou Geri Halliwell. Acompanhar sua carreira solo, na qual ela ironizava o grupo, era um misto de sensações, pois eu também ainda acompanhava o grupo, que seguiu como quarteto por mais um álbum. De toda forma, eu estava tentando gravar um clipe da Geri, “*Look at Me*”, em uma transmissão da Tv Manchete, num VHS reutilizado. Coloquei esparadrapo no furinho da fita que impedia uma nova gravação e/ou selecionando a gravação em baixa qualidade para caber mais vídeos.

Neste clipe<sup>13</sup>, que começa com os dizeres “Figura é só imaginação. A realidade raramente é mostrada”, Geri aparece enterrando alguém com uma bota de plataforma nas cores da bandeira da Inglaterra, calçados clássicos da *Ginger Spice*. No final, ela renascia nua, dentro uma piscina.

Sim, o pop é bem clichê e essa primeira sensação pode impedir que você descubra diversas outras camadas por trás de tudo isso. Vale lembrar também que eu tinha apenas nove anos. O clipe acabou, mas eu, atordoado com aquela narrativa, enquanto a Geri, nua, aparecia num frame congelado, não apertei o botão que pararia a gravação. Logo em seguida passou “...Baby One More Time”, primeiro clipe da Britney. Vinte anos depois, estou eu escrevendo essa tese num quarto cercado por uma grande coleção: um disco de

---

<sup>13</sup> Assista ao clipe no link: <https://tinyurl.com/VideosPeregrinos>

ouro da Britney, recém recebido, emoldurado num quadro pela Nielsen Scan, empresa que faz a métrica das músicas nas rádios e streaming dos EUA, está na parede ao meu lado. Há ainda uma estante com cerca de 300 a 400 itens da Britney. Daqui, avisto 25 cópias do “...Baby One More Time” (BOMT), seu primeiro álbum, em CD, empilhados na estante. Cada cópia tem uma variação, podendo ser ou visual, tal como a tipografia da capa ou uma diferença de contraste entre as imagens da capa; mudança na ordem das músicas; faixas bônus; alteração no encarte etc. Geralmente cada cópia é de um país diferente. Além dos CDS, há três versões em vinil recém lançadas, nos 20 anos do álbum, na mesma prateleira. As três são dos EUA, mas uma delas é um *Picture disc*, a outra é prensada em rosa leitoso e a terceira tem glitter na capa e disco transparente. Há ainda 8 fitas k7 do álbum. Cinco são promocionais e pertencem a um sorteio que o *fansite* que eu criei (BritneyOnline.com.br) junto com dois amigos (o Gabriel e o Danilo) realizou em parceria com a Sony Music Brasil em janeiro de 2019. Duas eu ganhei de presente de um amigo que mora nos EUA, e a terceira foi uma troca, ambas na minha coleção tem funções diferentes: uma vai ser ouvida normalmente, outra permanecerá lacrada e a terceira funciona como uma “poupança”, guardada para que, no futuro, quando o item for ainda mais raro, eu troque por algum outro item raro da Britney, com outro colecionador. As fitas k7 de BOMT foram uma edição limitada e comemorativa lançada pela Target. Elas se esgotaram ainda na pré-venda.

Guardadas numa caixa de sapato que imita o design de uma caixa som, estão minhas outras fitas K7. Britney divide o espaço da caixa com duas fitas recém lançadas da série de TV “Stranger Things”. Há outras seis fitas do BOMT lá dentro, que eu colecionei ao longo desses 20 anos. Uma é da argentina e foi presente de um amigo fã que se desfez da coleção. Outra é da China e está lacrada. Outra também é da China, mas vem com glitter na caixinha e outro layout na capa, mas com a mesma foto. A terceira é coreana e também muda o layout, mantendo a foto. A quarta é especial, pois veio da Tailândia e tem uma foto inédita na capa. A sexta fita é a primeira versão dos EUA, de 1999, com a capa rosa. Há ainda um MiniDisc (MD), tecnologia entre o cassete e o CD, tem o formato de um disquete e som digital. Naturalmente nunca consegui um MD *player* e esse permanece inaudível ainda hoje. Não poderia deixar de citar uma fita lacrada, embalada numa foto da Britney impressa. A fita era entregue por ela em shoppings dos EUA em 1998, antes de ficar famosa, e tem trechos das músicas que estariam no álbum, o qual só sairia no ano seguinte. “*Sneak Preview Cassete*” é o nome dessa última, e tem como foto uma Britney com cabelos escuros. No verso há cinco faixas, todas com

aproximadamente 1 minuto e meio de duração. Uma delas, “*You Got it All*”, nem entrou no CD de estreia. Acabou virando faixa bônus do seu segundo álbum. Abaixo da *tracklist* há um endereço para o fã enviar cartas para Britney.

Cada item desses conta uma história, mesmo os fabricados em 2017 no aniversário da faixa. Naturalmente que tenho um apego maior aos itens mais antigos e que eu comprei há mais tempo. Um desses itens está autografado e dedicado a mim, com um coração. Levei o encarte de um desses CDs do BOMT quando fui a Vegas pela primeira vez e pedi a assistente da Britney se ela conseguiria um autógrafo no disco. Ela disse que tentaria e, se desse certo, me mandaria pelos Correios. Dei meu endereço e alguns meses depois recebi o disco. Nunca saberei se foi a Britney quem autografou e esse pensamento me incomoda até hoje. No entanto, o que importa é que esses itens são a materialização das minhas memórias enquanto peregrino. São *souvenir* não apenas da minha relação afetiva com meu ídolo, mas da minha própria vida entrelaçada com a da Britney.

Entender a peregrinação como trajetória de vida do fã, imbricada com a biografia da diva, significa pensar tais deslocamentos como um processo biográfico, construído através das sensibilidades afetivas do fã, tendo a vida da diva como tessitura. E, de modo algum, significa dizer que há uma alienação deste sujeito, uma vez que a peregrinação não pressupõe um completo desprendimento de uma dimensão para habitar outra. Proponho então pensar que através da geografia inventada pelo fã em peregrinação, o sujeito habita lugares e dimensões distintas ao mesmo tempo, confirmando o ponto de partida, a “separação” de Victor Turner (2011) como uma multiplicação.

A geografia é uma construção social com base nas narrativas socioculturais prescritivas. Ela é aquilo que acontece entre os sujeitos e os lugares. Por isso ela é uma encenação, uma performance de experiência. A mídia funcionaria como uma audiovisualidade da experiência do espaço geográfico, como aponta Fernando Resende (2018; 2014). O professor Dr. da Universidade Federal Fluminense pontua que para além de questões econômicas, “a geografia inventada é uma questão política, sociocultural, de luta entre camadas, tempos e devires. Os atores estão disputando espaço e daí surge a alteridade” (2018). Para ele, o espaço é sempre uma disputa e o corpo é um instrumento. Entendo aqui então a cena pop através do consenso entre práticas que dão lugar a um modo de ser, ou de performatizar o gosto pela música, no caso dos fãs de divas pop.

Las Vegas ilustra esta situação sendo, ao mesmo tempo, centro e margem, a depender do referencial: corpo do fã ou corpo da diva. Há então, a necessidade de um debate sobre narrativas do corpo em território de dramas. Entendo então aqui, através de

Resende (2018; 2014), a narrativa do corpo como uma produção de sentido no espaço, uma projeção daquilo que pensamos como sendo o “mundo”. Estes corpos estão em conflito a todo momento, não só os fãs *versus* turistas em locais de peregrinação, mas pensando o próprio *fandom* como um espaço. Logo, como um lugar que lida com a relação entre desejo e interesse, gerando a disputa por um lugar de diferença. O espaço, para Fernando Resente (2014), seria então o acúmulo de tempos desiguais, que aqui exemplifico através da noção de “devir”, na qual entro mais a frente. E, através do espaço, a noção de cultura é escuta e disputa, vista neste texto como aquilo que é dado como pronto.

Tendo em vista tal relação entre cultura, cognição, espaço urbano e percepção do sensível através de deslocamentos geográficos de um sujeito fã, que entendo como sendo um sujeito prismático, por onde atravessam os conceitos e outros objetos, proponho pensar a separação aqui não como uma “partida” à uma viagem ou como uma saída que deixa um vazio, mas numa lógica de ubiquidade, plural, numa vertente pós-moderna que faz com que o fã esteja em vários lugares e dimensões ao mesmo tempo, mesmo que a peregrinação lide com diversas questões limítrofes, como o espaço físico. Pontuo especificamente a partida do fã em sua jornada de peregrino, suspendendo uma realidade entediante e prescritiva, tanto geograficamente, quanto socialmente, mas nunca numa suspensão uniforme e completa, na busca de fixar a ficção do ídolo. Turner (2008) relaciona o despertar para a separação do peregrino com o prazer enquanto vetor de deslocamento. Ele pontua o prazer como vetor na peregrinação:

a falta de obrigação ou coação por normas externas lhes confere [aos indivíduos] uma qualidade prazerosa que os torna capazes de serem absorvidos mais prontamente pela consciência individual. O prazer torna-se então, uma questão crucial no contexto das mudanças inovadoras (TURNER, 2008, p.14).

Neste sentido, o debate sobre prazer aciona outro termo, extremamente sensível quando se relaciona com a produção de conteúdo por parte do *fandom*: o “amadorismo”, ou a noção de “amador”, que vincula trabalho e prazer ao se referir a um movimento do sujeito em prol do que ou de quem ele ama. É também o termo “amador”, inclusive, o responsável por nortear a ideia de “economia cultural do fã”, título do texto canônico de John Fiske (1992).

Para Fiske (1992), o fã é aquele que propõe uma produção de sentidos através do produto. Retornarei aos tipos de produção de sentido de Fiske mais a frente, porém, começo a pensar a peregrinação como atos diversos de consumo (ir à procura de um disco,

ir ao show, a procura virtual de um arquivo no computador, a troca de arquivos, a imaginação etc) como um processo que engloba de uma forma ainda maior a noção de produção de sentido. Há, para o autor, uma diferença inerente à produção do fã com relação ao produto consumido e, portanto, toda a produção no ato de consumo por um fã seria amadora.

Tendo o discurso do amador sido construído ao longo do século XX, o termo adquire função de uma identidade negativa, sendo “aquilo que não é profissional, nem comercial”. A lógica de produção afetiva tem como contraponto, principalmente, o padrão de qualidade cinematográfica, tal como som, Figura, iluminação e enquadramento.

O cinema amador, por sua vez, surge como um contraponto documental, caseiro e feito com baixo orçamento. Dentro da lógica do *fandom*, foi a partir da produção de conteúdo por fãs sobre obras canônicas cinematográficas (principalmente *Star Wars*) que o conteúdo “não oficial” feito por fãs começou a ganhar destaque na mídia, já que George Lucas, criador de *Star Wars*, entrou numa guerra contra a produção da audiência. O fato, que só instigou ainda mais a produção de materiais não-oficiais, ajudou a sedimentar uma área de estudo destes fenômenos. Através dela, é difícil dizer que o amador tem um conhecimento técnico inferior ao oficial, afinal, ser fã é se especializar no objeto idolatrado. Naturalmente que “se especializar” admite diversos tipos de fruição do objeto.

O embate inspirou Henry Jenkins a pesquisar sobre fãs e a cultura *geek*, sendo ele mesmo um fã de *Stars Wars*, na década de 80. Além disso, a rixa deu fruto ao documentário “O Povo Contra George Lucas” (*The People Vs George Lucas*, 2011, EUA), do fã sueco Alexandre O. Philippe. O arquivo está disponível na playlist de vídeo criada por mim para este texto<sup>14</sup>

O vídeo de 93 minutos de duração foi produzido em 2009, exibido no festival brasileiro “É tudo verdade” em 2010 e lançado na internet em 2011, através do site [peoplevsgeorge.com](http://peoplevsgeorge.com). Dividido em três partes, o documentário desenvolvido por fãs conta, na primeira parte, como a franquia *Star Wars* influenciou fãs a produzir conteúdo, mostrando que muitos desses fãs se especializaram em áreas de comunicação, entrevistando diversos profissionais da área, formados e famosos no mundo, que tiveram a marca de George Lucas como influência.

A segunda parte do vídeo questiona a autoria na relação entre fãs e criadores oficiais, tendo em vista alterações que George Lucas fez em seus filmes já exibidos, pós

---

<sup>14</sup> <https://tinyurl.com/PlaylistPeregrinando>

lançamento, como regravações de cenas com o propósito de atualizar os efeitos especiais do longa. As alterações acabaram adicionando novos detalhes à narrativa, levando os fãs a uma verdadeira crise e, por conseguinte, a se organizarem contra as mudanças, levando aos eventos e encontros de fãs que deram origem a Comic Con Experience (CCXP), um exemplo da solidificação e da comodificação das experiências de fãs. Em ambos os casos são elencados três conceitos: ritual, trânsito e transe. Estes três termos vêm à tona quando penso em experiências de fãs ao longo da história. Principalmente quando, dentro dos Estudos de Fãs, retomamos o que Roger Aden (1999) chama de “peregrinação de fã”.

O fenômeno envolve um deslocamento do indivíduo no espaço e no tempo, seja através de uma viagem interna do fã consumidor ao ler uma ficção ou de uma viagem física. Estes espaços físicos rememoram produtos, tais como sets de filmagem, a casa de infância onde morava um ídolo, lápides de personalidades mortas. Também são consideradas peregrinações trajetos trilhados pelos fãs para ver ao vivo seus objetos de consumo, como shows, filmagens em andamento, entre outros. Neste caso estamos lidando com o trânsito, pelo menos de forma inicial. O qual, por sua vez, leva ao transe. E, não há como haver peregrinação sem transe.

Estudada inicialmente por Aden Roger na obra *“Popular Stories and Promised Lands: Fan Cultures and Symbolic Pilgrimages”* de 1999, quando este fenômeno ainda acontecia de forma orgânica, ou seja, sem a intervenção de empresas em sua organização inicial, o movimento era observado quando fãs se juntavam em grupos ou partiam sozinhos para viagens, fazendo eles mesmos os mapas dos locais que desejavam ver, ou trajetos em busca de um autógrafo ou foto com o ídolo. O processo, por mais que movimentasse o mercado com compras de passagens, hotéis, souvenir, etc., era ainda mais espontâneo.

Para além disso, como já mencionado, havia a possibilidade de o produto cultural despertar uma viagem interna, como o fã que se imagina no castelo de Harry Potter enquanto lê os livros da série. Neste caso de imaginação de uma viagem, de deslocamento sem sair do lugar, estaríamos lidando com a ideia inicialmente de um transe, o qual leva o indivíduo ao deslocamento. De uma forma mais abrangente, em ambos os casos, independente de qual tipo de deslocamento estamos lidando quando estudamos estas situações, nós, fãs e pesquisadores de pop, estamos pensando nos rituais que funcionam como dispositivo: a preparação para ver a série de televisão, uma conferência que reúne artistas de quadrinhos e séries (CCXP), um caminho até o show.



Annne Cunningham Osborne e Danielle Sarver Coombs no livro "*Female Fans of the NFL*" lançado em 2016, pontuam a noção de ritual dentro dos estudos de fãs ao dizerem que “rituais, por definição, são comportamentos regulares e repetidos que carregam um significado sacro. Eles podem simplesmente ser entendidos como manifestações públicas da devoção de um indivíduo, mas também podem ser mais que isso” (2016, p. 136).

Por mais que as autoras não se debrucem sobre a ideia de que o ritual não necessariamente precisa ser público, elas trazem um ponto importante ao afirmarem que o conceito de *fandom* é esculpido a partir dos rituais que os fãs desenvolvem publicamente, seja pintar o rosto para assistir a um jogo do NFL, no caso delas, seja a peregrinação até o show, no meu caso.

O que observo ao longo da história dos shows pop é que o mercado passou a se apropriar deste comportamento dos fãs, criando experiências commodificadas. O show em Las Vegas é uma delas. É uma tentativa da indústria do entretenimento de atribuir valor a esse tipo de experiência, de criar vetores de peregrinação com suas celebridades, conferências como a Comic Con, encontros pagos com os ídolos (*meet & greet*). Não atribuo maior ou menor valor a essas experiências pagas. Afinal, assistir a um show também é pago. Enquanto fã e pesquisador vejo esses espaços mais curtos no tempo e pagos como necessários de análise, tal como a que proponho aqui. Afinal, quando lidamos com celebridades e com música, foco deste texto, temos a peregrinação como parte inerente ao próprio produto.

Na cultura pop a noção de artista, celebridade e produto se entrelaçam a todo o tempo, sendo esta a base da produção de conteúdo desses artistas: é lançada uma música para que se compre o *single* e o álbum, os quais te levam a uma série de shows, produtos lançados a partir desses shows e desses clipes. No meio do processo, além dos clipes, notícias escandalosas, presença em premiações, programas de televisão e entrevistas ajudam a sustentar o que os fãs e os artistas chamam de “Eras”, cada uma referente a um disco ou projeto de peso. Naturalmente que o *streaming* alterou um pouco a lógica desse processo, mas com o retorno do vinil e da fita cassete, sabemos que o consumo não se trata de algo tão binário como a “morte” e “vida” dos meios de comunicação, mas talvez com uma reconfiguração de suas funções.

Para alguns fãs, grupo no qual me incluo, o lançamento do disco e do show ao vivo são o clímax de qualquer era, uma vez que o disco (junto com os clipes) representam a direção estética que o artista vai tomar nos próximos anos, além de ser a fatia da obra

que dará escopo às outras. O show, por outro lado, é a materialização da virtualidade contida na voz processada do disco e na Figura editada do videoclipe. É a chance do fã de presenciar tudo isto diante dos seus olhos, com menos quantidade de mediação possível – sem esquecer que os espaços físicos dos teatros, arenas e casas de shows funcionam também como mediações, assim como o palco.

A hipótese aqui é a de que tanto a nostalgia quanto a presença atuam como vetores para uma viagem em busca do ídolo diante de um cenário composto por mercadorias, mas que para além disso, propor o corpo do ídolo como mediação para dentro do próprio corpo do fã, um como extensão do outro através da memória e da nostalgia. Um encontro mediado por fragmentos do passado, capaz de adicionar ainda mais valor aos produtos comercializados durante o percurso de peregrinação e fazendo com haja um senso de “direito” do fã diante do objeto idolatrado

A relação fã-indústria começa a ser estudada por conta da batalha pela propriedade cultural, que dá o tom da primeira fase dos estudos sobre fãs, que vai dos anos 80 aos 90, fazendo com que Henry Jenkins descreva o movimento de deslocamento desses consumidores (fãs) como uma invasão clandestina à produtos de cultura pop, na obra “Textual Poachers”, lançada em 1992, traduzida para o Brasil como “Invasores do Texto: fãs e cultura participativa” em 2015, como citado ao mencionar o documentário dos fãs de *Star Wars* acima.

Naturalmente que antes dos anos 80 havia estudo sobre audiência, plateia e consumo, principalmente no campo dos usos e gratificações, nos anos 70, ou até mesmo em aspectos sociológicos e antropológicos do consumo de mídia, principalmente no cinema, em obras como “*Sociology of film : studies and documents*”, lançada em 1946 na Inglaterra, que em parte do trabalho, analisa a relação entre espectador e ídolo do cinema, com depoimentos de fãs.

Retomo então o uso do termo “amador” para seu significado inicial, relacionando afeto e trabalho, ao passo que revivo os *usos e gratificações*. Por mais que o termo “amador” tenha passado por diversas reconFigurações oriundas de uma maior acessibilidade tecnológica a indivíduos comuns, maior possibilidade de conexão e de trabalho colaborativo à distância, a ideia de fuga de um espaço prescritivo ou invasão do mesmo e o desenvolvimento de produtos derivados dos originais e canônicos, permeia os conceitos de fã e *fandom*. Antes de me voltar para a minha própria peregrinação e análise da mesma, se faz necessário debater quatro termos iniciais: cultura pop, fã, *fandom* e

peregrinação, numa tentativa de decantar o estado da arte de cada um deles, dentro da comunicação.

## 2.1 NOTAS SOBRE CULTURA POP

O que seria, então, o gênero de música pop, onde o fã que eu analiso se situa? Certamente o gênero não é exclusivamente uma sonoridade, mas uma forma de circulação de produto, algo como uma máquina e engrenagens, tal como explica Jeder Janotti Jr (2016) em “Além do rock: a música pop como uma máquina de agenciamentos afetivos”. Janotti Jr. (2016) propõe pensarmos a música pop como uma máquina de guerra. Afiliando-se a Deleuze e Guattari através da obra “Mil Platôs”, da década de 1980, Janotti Jr. afirma que:

Para além de quaisquer binarismos, que ora supervalorizam os acionamentos do pop como modos de transitar de modo fluido pela cultura contemporânea, ora desvalorizam sua potência enxergando somente os traços fugidios e efêmeros, pensa-se pop como uma máquina de guerra. (JANOTTI JR. 2016, p. 109).

No conceito de Deleuze e Guattari (1997), vislumbra-se a ideia de uma máquina que lida com afetos ou afetividades. Gerenciando a máquina de Deleuze e Guattari estão os nômades, indivíduos que transformam seus novos caminhos em casas itinerantes feitas por seus agrupamentos, suas tribos. Seu território é constituído no âmbito das experiências de percurso. Há aqui a noção de um território ficcional ou ficcionalizado, criado ou recriado pela ficção do objeto-ídolo que, junto com o fã nômade, desterritorializa as instâncias fixas dos espaços concretos. E, nem por isso, é um espaço menos “verdadeiro”. Novamente proponho uma aproximação do texto de Janotti Jr. (2016), quando este afirma que a música pop cria mundos: “Neste cenário, pode-se abordar a música pop como um conceito que cria mundos” (JANOTTI JR. 2016, p. 109), transformando lugares em espaço. Jeder (2013), ancorado e Anthony Giddens (2002), ele observa que “lugar é um espaço particular, significativo porque torna familiar para seus participantes algumas referências para sentir e partilhar o mundo, ou seja, lugar é a própria referência que usamos para entender o que envolve a ideia de mundo” (JANOTTI JR. 2013, p. 1).

O lugar mediado pela experiência musical sensível se aproxima da ideia de “cena musical”, tratada também por Jeder (2013) ao analisar cenas de *heavy metal* como “processos de territorialização do espaço do espaço urbano” (2013, p. 02), ou seja, temos

um gênero musical com uma sonoridade e fruição globalizada, mas que vai se hibridizando com a cultura local “ganhando corpo através de performances que materializam aspectos sensíveis e sociais da música em um jogo de apropriações diversas que envolvem conexões entre local/global, masculino/feminino, estética/mercado, tecnologias coletivas/individuais, dispositivos/subjetividades, etc” (idem, p. 02).

Um dos flanco investigativos que nasce aqui, a partir dessa noção de cena, ainda que apressada, é que Las Vegas parece se configurar como uma cena de música pop. Naturalmente que a territorialização no pop talvez seja mais difícil de se apontar, por ser extremamente fragmentada em espaços distintos, e não é intuito desta tese fazer essa pontuação, mas desconfio que, talvez, o forró e o brega brasileiro, ao se apropriarem de músicas pop e da estética das divas dos Estados Unidos, antecede, por exemplo, os memes que dão uma conotação ainda mais local, com performances ainda mais marcadas por traços geográficos, como os fãs brasileiros de Lady Gaga que imitavam os sapatos usados por ela e desenhados por Alexander McQueen com tijolos. Ou seja, fora de Las Vegas fica difícil pontuar cena pop, por lidarmos com corpos de ídolos que estão em todos os lugares.

Figura 02 – À esquerda, o fã Saullo Berck performa “Alejandro”, música da Lady Gaga; à direita, Gaga é fotografada saindo de hotel com look McQueen



Fonte - YouTube/ Coolspotters.com

É comum que tecnologias trabalhem com a lógica de expansão corporal e que estas sejam levadas ao ápice em apresentações ao vivo de música pop, um gênero que produz não só música em série e em grande quantidade, como precisa arquitetar corpos artístico, corpos que sejam ubíquos e passíveis de adoração, como os dos deuses, que estão em todos os lugares e, ao mesmo tempo, não se encontram em lugar algum.

Para tal demanda, só um maquinário seria capaz de dar conta. É esta, pelo menos, a visão da indústria da música pop debatida no livro *“The song machine: inside the hit*

*factory*”, lançado em 2016 por John Seabrook. O autor é colunista musical do jornal *The New Yorker* e através de entrevistas com produtores, propõe a ideia de um maquinário produtivo do pop, ainda não enquanto conceito, mas ao passo em que expõe suas engrenagens e suas fórmulas, para desvelar ali, um campo ou uma cena, mesmo que mais abrangente.

Em “Máquina e imaginário”, lançado por Arlindo Machado em 1993, o autor, mesmo não falando do gênero musical, busca pensar a mídia como este maquinário de forma conceitual, apostando numa máquina semiótica, capaz de produzir Figura e sentido através da tecnologia e em série. A máquina na mídia, para Machado (2003), surge com o intuito de expandir o corpo humano, como intenção de materializar uma Figura de forma estática através da máquina fotográfica e, principalmente, reproduzir esta mesma Figura em grande quantidade.

Para Janotti (2016), o pop é uma máquina responsável por transformar espaços em lugares, podendo se tornar revolucionário e artístico através de sua circulação frutiva. A noção é baseada no conceito de “máquina de guerra”. Para Deleuze e Guattari (1997), trata-se de uma máquina que lida com a potência afetiva de um indivíduo visto como “fora da norma”, “como o outro”, um nômade. O pop, por sua vez, representa tanto aquilo que escapa (as monstruosidades de Lady Gaga, o perfeccionismo doentio de Beyoncé e Madonna, a loucura de Britney), quanto aquilo que deseja se tornar canônico, principal, centro, “oficial”, algo que represente uma coletividade.

A música aqui é apreendida (ou liberta) na noção de experiência proposta por Jorge Larrosa em “Tremores: escritos sobre experiência”, obra de 2014. Para o autor,

A experiência não é uma realidade, uma coisa, um fato, não é fácil de definir, nem de identificar, não pode ser objetivada, não pode ser produzida. E tampouco é um conceito, uma ideia clara e distinta. A experiência é algo que (nos) acontece e que as vezes treme, ou vibra, algo que nos faz pensar, algo que nos faz sofrer ou gozar, algo que luta pela expressão (LARROSA, 2014, p. 10).

Proponho pensar o fã da diva pop como o que é afetado por esse tremor experiencial, por uma vibração que causa angústia oscilada com festa, com um pedido de proteção divina, que nos leve para um lugar seguro e com outras prescrições mais flexíveis. O fã da diva pop é o fazer-dizer do corpo, uma dança, uma performatividade ritual que sincroniza passado e devir num tempo outro. A experiência do fã (sujeito) está para o *fandom* (coletivo), como as atuações singulares no coletivo, tal como propõe

Jussara Sobreira Setenta (2006), no seu estudo sobre espaços coletivos de danças contemporâneas, ao dizer que:

As atuações no coletivo se singularizam nas reflexões críticas que promovem sobre os diferentes modos de fazer-dizer. Na coletividade, também o conceito de identidade passa a fazer parte do processo em curso, na mesma direção da dos sujeitos que deixaram de se entender como sujeitos-unidades com propósitos individualistas. No espaço do coletivo estão criadas vias de acesso para ocorrência de processos e projetos associativos entre pensamentos distintos que necessitarão descobrir os seus fazeres-dizeres. (SETENTA, 2006, p. 101)

O conceito de *fã e fandom*, portanto, não podem ser vistos de forma ontológica, mas sim através da lógica da identidade pós-moderna: múltipla e em constante mutação, o que significa entendê-los como uma “performatividade” para além da imitação (mimese), indo em direção à representação. Entendo o som, a música e a diva (performer) como uma potência performática. “Nas artes, ‘performar’ é fazer um show, é interpretar, dançar, é um concerto” (SCHECHNER, 2002, p.28)<sup>15</sup>. Ou seja, as performances, a dramatização da vida cotidiana em atos escalonados diante da sociedade ordinária, agenciam e transformam espaço em lugar e vice e versa, a todo tempo, acionando tanto a desterritorialização de um espaço, num entre-lugar, ou a reterritorialização do mesmo, como propõem Deleuze e Guattari em “O Anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia” (1976).

O autor e professor do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal de Mato Grosso, Marcos Aurélio da Silva (2015), defende uma ideia de performatividade, ao invés de uma performance, através dos estudos sobre gênero e identidade de Judith Butler (1990), que por sua vez se inspira em John Austin (1962 APUD BUTLER, 1990), propondo que “parte do prazer, da vertigem da performance, está no reconhecimento da contingência radical da relação entre sexo e gênero diante das configurações culturais de unidades causais que normalmente são supostas naturais e necessárias.” (BUTLER, 1990, p. 196). Nos fãs, há níveis menos visíveis e há níveis mais escalonados de afetação, assim como no debate sobre gênero. Muitas das ações escalonas e seus dramas se dão diante do embate entre o espaço do fã e o lugar turístico. Neste aspecto, Silva (2015), enfatiza que a performatividade é uma construção do sujeito ao longo de um percurso de vida, numa tentativa de construir sua identidade fugindo de binarismos presentes na noção de “natural”, “normal” ou

---

<sup>15</sup> T.N.: “In the arts ‘to perform’ is to put on a show, a play, a dance, a concert”

“corriqueiro”. Ou seja, há na performatividade uma tentativa de lidar com o cotidiano trazendo para ele fragmentos que tensionam a regularidade e a mesmice das prescrições sociais.

A performatividade seria, então, para Silva (2015), um ato discursivo “artificial”, ou seja, um artifício, a agregação de performances e dramatizações de algo que não está, originalmente, na esfera corporal do sujeito. O autor cita como exemplo mais latente a *drag queen* e, talvez um pensamento que possa ajudar a desenhar a noção de performatividade trabalhada em Silva (2015), é a fala da *drag queen* RuPaul: “nós nascemos nus e todo o resto é *drag*”<sup>16</sup>

Assim, pontuo que a peregrinação parece se consolidar através de atos ou tentativas de incorporação da diva pela qual se peregrina. Não apenas numa *drag* que se inspira numa cantora pop famosa, mas em algo menos palpável. Este processo de incorporação, se decantaria numa encenação ou exposição de arquivos da diva em si, enquanto fã. O devir seria então uma performatividade. Como tais características não são necessariamente oriundas do sujeito social, o fã e o *fandom* se relacionam com a noção de performatividade dentro da performance de gosto.

## 2.2 NOTAS SOBRE FÃS E FANDOM

Um fã é, inevitavelmente, um colecionador. Não falo de uma coleção de objetos físicos necessariamente, mas de uma coleção de memórias a partir de trajetórias, temporalidades e performances. Enciclopédico, o fã parece colecionar suportes que emanem seus ídolos, colocando-se como um ator-dispositivo na reconstrução da cosmologia do idolatrado, através da ansiedade de posse e presença: possuir e ser o ídolo, torna-lo presente. A ideia de fã como colecionador parece dar conta do que vimos até aqui como características: amador e peregrino, contraditório e antagônico, corpo híbrido de passado, presente e futuro, e de devires, uma “contradição materialista real”.

Curioso que quando perguntados sobre o que colecionam, no caso dos fãs que acumulam objetos materiais dos ídolos, assim como eu, eles respondem que colecionam Madonna, Beyoncé, Britney, ou qualquer outra diva, ao invés de falarem que colecionam CDs ou itens da cantora. Talvez este discurso em metonímia seja um indício de que fãs

---

<sup>16</sup> A frase é oficializada na música “Born Naked” de RuPaul, lançada em 2015, mas tem sido dita por ela em entrevistas para explicar a arte *drag* tanto antes quanto depois do lançamento do single. Um desses momentos foi numa entrevista com Oprah que aconteceu em 2018.

colecionam suportes na tentativa de tornar viva esta narrativa embebida em ficção, que é a narrativa da diva da música pop. Tal discurso implica num processo dentro da comunicação que talvez possa ajudar a entender não apenas o próprio conceito de “fã” e “*fandom*”, mas também aciona a lógica da experiência estética através da fruição dos produtos de cultura pop.

Em “*Why Music Matters*”, David Hesmondhalgh (2013) analisa o *fandom* da Madonna ao apontar o “tornar-se Madonna” como uma prerrogativa e intensão dos fãs: “os fãs ‘se tornaram’ Madonna de uma forma que negava qualquer distância entre a performer e o público; eles participaram na construção e circulação dos “*meanings of Madonnaness*” em sua própria cultura<sup>17</sup>” (HESMONDHALGH, 2013, p. 201).

Parto da ideia de que este tipo de fruição implica percorrer caminhos ou trajetórias de consumo em peregrinações sensíveis, proponho aqui repensar a noção de *fandom* engendrada com a experiência estética, através do chaveamento das peregrinações de fãs. Estas movimentações vistas como forma de consumo da narrativa da diva pop, mesmo sendo algo que Fiske relaciona com a cultura pop em geral: “As características comumente recorrentes desses vídeos feitos por fãs (*fan vídeos*) podem ser entendidas como típicas da produtividade semiótica e, portanto, invisível, característica da cultura popular em geral.<sup>18</sup>” (FISK, 1992, p. 46).

O fã se conFigura então como um catalizador para a existência da diva ficcional, a partir de uma peregrinação geográfica (ir ao show da diva) ou para dentro de si (rememorando a história da mesma) e por isso tem sua base de estudos, pelo menos da década de 80 e 90, voltadas para rituais de adoração.

O próprio termo “fã”, derivação da língua latina, traz um significado etimológico oriundo de “devoção”, através do termo latino *fanaticus*, que designa “quem pertence a um templo” e, desde o seu surgimento, na Roma Antiga, é carregado de preconceitos.

O termo em latim surge para descrever rituais de culto à deuses, como à Bellona, a deusa da guerra, e ao seu templo, o Templo de Bellona, no Campo de Marte, na antiga Roma. O local foi construído por Ápio Cláudio Cego, político da República Romana, próximo ao Teatro de Marcelo, no Século III a.C. Nele se davam dois rituais para esta deusa, o *Dies Sanguinis* ou “dia de sangue”, todo dia 24 de março, e o Balonárias, todo

<sup>17</sup> T.N.: “the fans ‘became’ Madonna in a way that denied any distance between performer and audience; they participated in constructing and circulating the ‘meanings of Madonnaness’ in their own culture”

<sup>18</sup> T.N.: The commonly recurring features of theses fan videos can then be understood as typical of semiotic, and thus invisible, productivity that is characteristic of popular culture generally



dia 3 de junho. Ambos se davam pela reunião de fieis sob o templo, mas o primeiro chama a atenção por tratar de uma oferta do próprio sangue do seguidor à deusa, na esperança de que Bellona o ajudasse a vencer batalhas. Neste ritual, o indivíduo deveria, em transe, fazer ferimentos em si próprio e cobrir a Figura da deusa com o próprio sangue, dando a ela vida e poder para interceder frente as batalhas (BELTRÃO, 2012).

Outro ritual romano que levou à criação do termo é o Culto à Cíbele (Cybele), deusa dos deuses, também conhecida como Mãe Terra, responsável pela fertilidade, pela natureza e pelos animais, introduzida em Roma em 204 a.C, quando passa a ser chamada de *Magna Mater* em latim (BELTRÃO, 2012). À Cíbele eram atribuídos rituais de entrega de flores e frutos no local que hoje é a Basílica de São Pedro, construída pela Igreja Católica no século IV, em Roma. Porém, ela também tinha o seu *Dies Sanguinis*, tal como Bellona. Em seu ritual era necessário que o fiel homem decapitasse sua própria genitália, numa castração coletiva masculina. Como estamos falando de uma deusa da fertilidade, responsável pela criação de toda a natureza, como acreditava-se na Roma Antiga, o ritual noturno, no qual acontecia a castração masculina grupal, era uma orgia de pedidos e de lamentações para Cíbele. O mesmo, que incluía também mulheres, costumeiramente se transformava em tensões sexuais e, no clímax, era esperado que os homens abrissem mão de sua “virilidade”, castrando-se e jogando sua genitália para a Figura da deusa, ainda com sangue. Logo após eles deveriam passar a usar trajes tidos como femininos à época e a esconder traços masculinos do rosto.

Era também comum que, ao invés de jogar as genitálias masculinas em seu templo, os homens saíssem em peregrinação pelas ruas de Roma e as jogassem em casas aleatórias. Os moradores das casas “marcadas” no trajeto teriam então obrigação de fornecer toda a ornamentação feminina que este servo precisaria dispor para performatizar sua fé. Esta segunda parte do ritual, referente a marcação de casas e obrigação de fornecer as vestes “femininas”, pode ser lida como uma punição dos sacerdotes de Cíbele aos romanos, uma vez que o Estado vetava que seus homens fossem castrados e “perdessem a virilidade” necessária para a guerra. Portando, os romanos não poderiam oficialmente participar do ritual. Com isso, os sacerdotes de Cíbele eram, em suma, compostos por escravos ou orientais.

Agora coletivamente castrados, os homens passavam a integrar um grupo chamado Galli, nome dado aos seguidores da deusa, também conhecida como Gaya. Os sacerdotes costumeiramente usavam turbantes, brincos, precisariam deixar o cabelo crescer e pintavam os rostos, se tornando Figuras andrógenas. Na bíblia, há referência aos

eunucos, como eram chamados os homens castrados, como sendo uma parte dos homens que faziam sacrifícios pelo reino dos céus (Mateus 19:12).

O costume do ritual de castração vem do Mito de Átis, filho da deusa mãe. Cíbele, que idolatrava o filho, se tornou sua amante na vida adulta, o que é entendido na mitologia como uma tomada de posse da virilidade, um ato de castração, não sendo, necessariamente, um ato sexual de incesto. No entanto, a deusa teria afastado o filho do mundo, tomando ele somente para si, numa redoma paradisíaca, a qual não durou muito: Átis se apaixonou por uma ninfa e, após transar com ela, enfrentou a ira da mãe, que o fez entrar em um estado de êxtase, num ritual de juramento de fidelidade. Em transe de rito, ele se castrou, para não mais quebrar o juramento. Porém, ao recobrar os sentidos, teria visto que a amputação o havia mutilado de uma forma que o levaria a “morte”, como de fato aconteceu, já que ele sangrou até desmaiar e chegou a “morrer” nos braços de Cíbele. Átis, no entanto, era um deus, e, portanto, não morreu de fato. Ele renascia a cada primavera para passar os verões, período associado a fertilidade, com sua mãe, voltando a morrer novamente quando o sol se despedisse, no inverno, levando Cíbele às lágrimas (chuvas de inverno). Ela choraria até a primavera, quando voltava a se animar com o retorno do filho. Assim, o ritual dos sacerdotes à deusa dos deuses se inspirava nesta narrativa mitológica de ritual sacro (BELTRÃO, 2012).

Os rituais romanos faziam parte do que Hannah Arendt chama de “*vida activa*” em “A condição humana”, obra de 1958 que estuda as relações sociais desde a Grécia Antiga até a constituição geográfica da Europa moderna das décadas de 1940 e 50. A autora atenta para o surgimento do termo “social” na Grécia Antiga, que se referia a agrupamentos de pessoas para ações coletivas. E aponta que nestes grupos um bom discurso era a chave para o topo da hierarquia, uma vez que ele era o meio de persuasão capaz de unir indivíduos em prol de algo em comum na esfera pública de suas vidas. Do lado privado do sujeito, como Arendt (1995) aponta, costumava ser destinado ao trabalho e questões orgânicas individuais, as quais a autora chama de “labor”. Este último termo teria relação com as tarefas exigidas pelo nosso próprio corpo, como as fisiológicas, o ato de se alimentar, entre outros. O que fazemos em prol disso, de acordo com ela, compõe o mundo natural/orgânico, enquanto que o “trabalho” aconteceria em prol da criação de uma realidade artificial, oriunda de necessidades mundana.

Neste sentido, destaco o termo *fandom* como um grupo que desenvolve uma atividade pública para criação de laços sociais. É um nome dado ao grupo de fãs que organiza rituais para seus ídolos, como os sacerdotes para as deusas. Ou, muitas vezes, é

lido como um substantivo coletivo. Henry Jenkins define o termo como subcultura do gosto através de formações de grupos e de experiências sensíveis individuais ou coletivas. Seria, então, o coletivo de fã e suas formas frutivas, performáticas e midiáticas. O termo é uma aglutinação de *fan kingdom*, ou reino dos fãs, e novamente nos remete à ideia de templo, ritual e idolatria, como aos deuses mitológicos (JENKINS, 2008). Falo, então, de corpos imaginados e mediados, dos ídolos, que funcionam quase que como monumentos, e de templos de pertencimento, coletividade e sacrifícios ou trabalho por uma divindade.

Numa esfera que fica no entrelugar entre a performance de gosto pública e privada, estaria o fã de produtos midiáticos, sujeito que cria um forte laço afetivo com um ou vários produtos da mídia e, a partir disso, passa a desenvolver suas relações sociais públicas e privadas, a entrelaçar sua própria biografia com o produto de entretenimento.

Costumeiramente apontados como desequilibrados, os fãs e os *fandoms* de produtos midiáticos precisam enfrentar os questionamentos externos sobre tamanha comoção em prol de algo que é largamente considerado como frívolo, tal como uma cantora da cultura pop. A cantora ou diva *per se* também é vista como algo descartável e mercadológico, que não é passível de despertar afeto e, principalmente, inviabilizaria a experiência estética.

Por mais que cronologicamente não estejamos no século XIX ou na Roma Antiga, se associar enquanto indivíduo homem a um produto de cultura pop com tanta devoção, ou demonstrar afeto em público por um ícone da cultura pop, como uma cantora, pode trazer estereótipos à tona, uma vez que a origem do termo *fanaticus* é vinculada a estes tipos de culto de “castração” ou de “dar o próprio sangue para dar vida a uma deusa/mulher”. Talvez seja por isso que, para além de considerado um desequilibrado, o fã homem, pontualmente de divas, seja também castrado no discurso midiático, assim como os sacerdotes de Cíbele eram vistos na sociedade romana.

Entro aqui na relação sociedade-cidade-sujeito-música, agenciadora das cenas musicais, sempre muito observada diante de música com feições mais aceitas pelo público “masculino”, como o rock. Afinal, a polis prescritiva não quer que um filho da terra perambule por suas ruas venerando uma mulher, a qual julga-se pela vigilância da sociedade. A prescrição vai além da cidade, chegando na normatividade binária social, que apesar de se reconfigurar ao longo dos anos, parece ganhar mais força política.

Arendt (1995) propõe que a ideia de um discurso prescritivo por parte da cidade ou do Estado seja inibidor da *vida activa* ou a “ação” política do indivíduo. Inibe também a existência de um corpo político, adiciono. Para a autora, a cidade vigilante tem um papel

fundador no indivíduo enquanto ser social, afirmando que "ao invés da ação, a sociedade espera de cada um dos seus membros um certo tipo de comportamento, impondo inúmeras e variadas regras, todas elas tendentes a 'normalizar' os seus membros, a fazê-los 'comportarem-se', a abolir a ação espontânea ou a reação inusitada" (ARENDT, 1995, p. 50), algo presente na arquitetura de uma cidade considerada “corredor comercial”, como Las Vegas.

Ao mesmo tempo, o sujeito é incentivado, desde a Roma antiga, a se destacar socialmente por uma individualidade, mesmo que esta também seja controlada e normatizada. Arendt (1995), ao observar a construção de grupos sociais, pontua que haveria inicialmente a relação do sujeito com pares através das aproximações e homogeneizações e, esperava-se que a partir dali o sujeito se destaque com suas individualidades. Trata-se então de uma concepção social que apenas aceita experiências vigiadas, doutrinadas e pré-arquitetadas pelo que aquela sociedade considera como “normal”. Qualquer movimento estranho, com excessos ou fora do percurso, é passível de julgamento, destarte a construção social do termo “fã”.

O uso do termo *fanaticus* remete então a pessoas que, de alguma forma, escolheram burlar a prescrição estatal de normatividade com os seus excessos, tais como os seguidores de Cíbele. Entro aqui na noção do sujeito enquanto corpo, dentro da relação sociedade – sujeito – cidade – música através da noção de corpo de Foucault (2013), ou da performatização de um corpo, que seria a de um corpo utópico, um corpo ficto (adjetivo para “onde há simulação” ou algo inventado), uma obra imaginativa, pela qual, num mundo mediado, o sujeito se biografa. É um corpo que não existe fisicamente nem em si mesmo. Ora o corpo físico do sujeito pode funcionar como estrato para o ficto, ora pode funcionar como limitador dessa utopia. A utopia, no entanto, não propõe uma divisão estanque entre realidade e ficção. Elas se misturam, pois agenciam ou são agenciadas por um entre-lugar (TAYLOR, 2013)

Proponho também, então, pensar o sujeito fã e o ídolo como corpos utópicos que se relacionam independente da distância geográfica na qual eles se encontram através desse entre-lugar. É como se estivéssemos diante de uma narrativa sobre nós mesmos, mas sempre entrelaçada com a sonoridade pop e o estilo de vida que suas relações intersubjetivas, da perspectiva Deleuziana da intersubjetividade (1992), com a diva, a música, a cidade e os outros sujeitos do *fandom*, mas também com o mundo não-fã (ou

“*no-maj*”<sup>19</sup>). O ídolo é mediação. Por isso, o *fandom* passa a ser visto como algo isolado, um universo que se abre e se encerra em si mesmo, quando ele parece muito mais, proponho, com experiências de autoconhecimento e relacionamento com o mundo.

Os sacerdotes que participavam do culto à Bellona, por exemplo, eram chamados de Ballonários, e vistos como um grupo fechado, tal como o *fandom* de Justin Bieber é chamado de Belibers – aglutinação do sobrenome do cantor com o título do terceiro álbum dele, o “Believe”, de 2012. Em meio a tantos escândalos de má conduta de Justin, os fãs se denominam “os que nele creem”, através do termo. Reitero aqui que, mesmo propondo pensarmos o termo “*fandom*” como uma forma de mediar a relação do sujeito com o mundo, a história do termo fortalece a ideia de isolamento em grupo e de afastamento do sujeito das questões normativas, ainda que seja dentro da música pop, intimamente vinculada às normatividades de consumo capitalista. Novamente Las Vegas reaparece como um campo de dramas sociais e metáforas, principalmente na relação turistas *versus* fãs, que será vista nas portas dos teatros onde os shows residência acontecem.

Aparece de forma clara, nesta cidade como campo de análise, o drama da nostalgia através dos corpos nostálgicos dos ídolos, uma vez que os shows residência costumam reencenar fases passadas e de fácil reconhecimento na biografia dos artistas. Britney, mesmo não tendo mais as feições que estão no imaginário coletivo e na memória midiática, precisa, por exemplo, pintar um abdômen definido em cima da sua barriga, ao usar em 2013, na estreia da POM, um figurino que remete ao que ela usou em 2000 no *Video Music Awards*, premiação da MTV na qual Spears, aos 19 anos de idade, fez uma “strip-tease”<sup>20</sup> ao vivo, e enquanto performava “Oops! ...I did it Again” (vídeo disponível na Playlist deste texto no YouTube<sup>21</sup>).

Por seu afastamento da prescrição de consumo e por essa relação com a nostalgia (a qual já foi considerada uma doença, como debato mais à frente no texto), o termo *fã* também tem sido exaustivamente relacionado com a psicopatia, reafirmando-se, midiaticamente dessa forma em um extremo, através de atos como o atentado de Mark David Chapman, assassino de John Lennon. Em 1980 Chapman teria pedido um autógrafo de John no mesmo dia do assassinato, em 8 de dezembro daquele ano, além de

<sup>19</sup> *No-Maj* ou não-mágico é um termo/gíria usado pela autora J.K. Rowling para descrever sujeitos do mundo ordinário e que não são bruxos no universo de Harry Potter

<sup>20</sup> Tudo o que ela fez foi tirar um terno e deixar à mostra uma calça e um top na cor de sua pele, cravejados em glitter

<sup>21</sup> <https://tinyurl.com/PlaylistPeregrinando>

costumeiramente frequentar o prédio onde o cantor morava, pedindo informações sobre ele, identificando-se como um fã ao porteiro, e assim sendo tratado pela mídia.

Em outra esfera, relacionado ao mundo *geek-nerd-descolado* dos jogos eletrônicos, há o uso do termo *fandom*, empregado muitas vezes pelos fãs para evitar a associação com o descontrole, já que é um termo cientificamente supracitado. Ainda assim, ressalto, *fandom*, conceitualmente, não tem vínculo exclusivo com fãs de jogos.

Dentro da cultura pop, os *fandoms* costumam receber nomes afiliados ao artista, como citei acima com os fãs de Justin Bieber, os relacionando com os seguidores da deusa Bellona. Os fãs de Gaga, por exemplo, ou os “monstrinhos” (*little monsters*), em tradução nossa, são os “fora da norma prescritiva social” e que se encaixam na norma prescritiva das mediações dela enquanto Figura midiática.

Os fãs de Beyoncé, por exemplo, se auto intitulam “BeyHive”, enquanto os de Rihanna, “Navy”. Aos fãs de Britney Spears, objeto de observação deste trabalho, foi atribuído o termo “B-army” e, destaco o sentido bélico que se aplica a estes três termos, voltados à defesa da diva pelos fãs e que parece ser uma tradição romana: o primeiro, “BeyHive”, faz referência a uma colmeia. Beyoncé, apelidada de “Queen B” e depois “Queen Bee”, termo em inglês para “abelha rainha”, comanda e é protegida por sua colmeia (*fandom*); Rihanna tem sua própria “marinha” (*navy*); enquanto Britney tem seu próprio exército (*army*). Curioso que tanto “BeyHive” quanto “Navy” foram termos criados pelos próprios fãs, enquanto o “b-army” foi criado pela equipe de Spears. Os fãs de Rihanna optaram pela “marinha” por conta de um trecho da música “G4L” da cantora, do álbum “Rated R” de 2009, que diz “*We’re an army, better yet, a navy, better yet, crazy*”. Vale ressaltar também que tanto Beyoncé (em carreira solo), que lançou seu primeiro single “Crazy in Love” em 2003, quanto Rihanna, que surgiu com “Pon De Replay” em 2005, tiveram suas carreiras construídas pós popularização da internet, enquanto Britney vem de 1998 com “...Baby One More”. Mesmo Beyoncé tendo herdado muitos fãs do Destiny’s Child, grupo que ela integrava desde 1997 e tinha papel de destaque, sua carreira passou a ter outro tipo de agendamento narrativo quando ela se tornou artista solo. A equipe da Britney, ao visto, sentiu necessidade de acompanhar os novos rumos do mercado ao criar o “b-army”, termo ao qual, por exemplo, eu, fã da Britney desde 1998, não consigo me sentir à vontade para me associar.

Percebo uma divisão hierárquica no *fandom* da Britney: fãs pré-colapso e fãs pós-colapso. Ou seja, fãs que acompanharam o começo de carreira da cantora, no qual a narrativa era voltada para a dualidade santa/pecadora (do álbum “...Baby One More

Time” de 1999 a 2000 com o “Oops! ...I did it Again”); posteriormente, tentativas de empoderamento no “Britney” (álbum de 2001), e, por fim, a entrada na vida adulta, com a pegada urbana noturna do “In The Zone” (álbum de 2003); a busca pela liberdade criativa foi destaque no álbum engavetado pela gravadora, o *Original Doll* (que fala sobre suicídio do corpo mediado na faixa escrita por Britney e intitulada com o nome do seu alter ego, “Mona Lisa”<sup>22</sup>: “*Ela foi encontrada afogando no seu próprio mar / Correndo como um anjo, ela estava chorando demais para conseguir enxergar / Eles querem que ela [a Mona Lisa] enlouqueça para que se torne uma lenda viva / mas ela quer que você saiba que ela já não está mais aqui. Ela se foi / Damas, isso deixa vocês tristes? Companheiros, vocês precisam se despedir. Podemos então fazer um minuto de silêncio? / Deus?*”, escreve Britney na faixa de 2005) *versus* os fãs que entraram no *fandom* quando ela passou a vender uma narrativa de fragilidade, que bem se encaixa com o fato da própria equipe ter criado o termo “B-army”.

Nesta disputa de capital cultural dentro do próprio *fandom*, na qual me incluo, há sempre um tom de “quem sabe mais” sobre Britney e uma tentativa de quebrar as *fanfics* que os “fãs novos” inventam com rumores sobre a cantora. Começa a se destacar também, através do B-army, uma vertente de fãs que não aceitam que os fãs mais antigos critiquem qualquer coisa relacionada à Britney atual, seja uma coreografia fraca, uma dublagem malfeita ou uma escolha ruim de foto para capa de álbum. Tendo em vista que Britney, enquanto marca, tinha uma preocupação com qualidade estética, principalmente por parte de sua gravadora Jive, da qual ela era o produto mais lucrativo, empresa comprada pela Sony Music em 2011, há uma constante insatisfação de muitos fãs antigos – eu incluso, com a falta de cuidado que há com a administração da marca Britney Spears: clipes gravados e finalizados, mas vetados pelo próprio pai da Britney, quem responde por ela legalmente desde que ela entrou em colapso, em 2007, têm sido uma constante e levado a redução de orçamento para divulgação dos álbuns recentes, já que o clipe acaba tendo que ser regravado. O fato gera uma tensão, uma vez que como uma artista do apogeu da MTV dos EUA, Britney tenha predominantemente investido em clipes nos anos 90 e 2000, tendo lançado um álbum com dez clipes<sup>23</sup> em 2001, o “Britney”, quando o normal era de dois a quatro singles por álbum.

<sup>22</sup> Disponível na playlist de vídeo do trabalho: <https://www.youtube.com/watch?v=6UIWTtGhAPU>

<sup>23</sup> Estamos contando com “I’m a Slave 4U”, “Overprotected”, “Overprotected” (The DarkChild Remix), “I’m not a girl, not yet a woman” (três versões: uma com cenas do filme “Crossroads”, uma sem cenas do filme, mas gravado nas locações do longa e a terceira com Britney no deserto apenas, sem cenas ou locações do filme), “Boys (The Co-Ed Remix)”, “I Love Rock ‘N’ Roll”, o clipe com cenas de bastidores

Além de turnês que priorizam tecnologia mecânica, efeitos visuais e dança ao invés da voz, que passa a ser dublada. Adiciono à lista o cancelamento recente da nova residência de Britney em Las Vegas, a “Domination”, que havia sido anunciada para fevereiro de 2019, num pronunciamento mudo de Britney<sup>24</sup>, em Las Vegas, em novembro de 2018. E que foi cancelada em janeiro de 2018, desta vez com um texto de Britney nas redes sociais, pedindo desculpas aos fãs e informando que entrará em um hiato profissional, por seu pai ter uma grave doença que pode ser terminal. O cancelamento do show vem após diversas notícias de dificuldade na venda dos ingressos, principalmente comparado com o *sold out* de diversos shows da estreante na cidade, Lady Gaga, em janeiro de 2018, no mesmo teatro onde Britney se apresentaria com a “Domination”.

Pontuo que, independente das inúmeras possibilidades entre tais formas que o fã demonstra afeto ou se engaja no consumo, a noção de “trabalho” pela diva está presente, tal como os sacerdotes servem a Cíbeli e Bellona, ou como o culto umbanda à Iemanjá, mesmo que de forma oscilante: se em um momento um fã cria um mutirão para colocar a diva em primeiro lugar nas rádios mundiais, outro coleciona materiais físicos, e outro usa a diva como inspiração ao se transformar em *drag queen*. Outro fã simplesmente incorpora seus trejeitos ou estilo de vida ao seu cotidiano. Por exemplo: enquanto para um fã é importante viajar para ver o show ao vivo e arquivar sua Figura palpável, há fã que não queira vê-la ao vivo mesmo quando o show é na sua própria cidade, mas que se importa em ver a filmagem do show, gravada por outro fã, disponibilizada no YouTube. Independentemente de como e para quem a performance de gosto é apresentada, ela parece se constituir através da noção de trabalho, que aqui relaciono com a letra de “*Work Bitch*”, performada por Spears no álbum “Britney Jean”, lançado pela RCA em 2013. Apesar de eu não propor uma análise de letra de música, é importante citar que a faixa descreve pontos altos da ficção de uma vida glamurosa de diva pop, enquanto Britney pergunta: “Você quer festejar na França?”, e responde “É melhor você trabalhar, *bitch*”.

A noção de “trabalho” permeia toda a construção terminológica do termo “fã”: está presente na noção de pertencimento a um templo, no ato de servir e no “ser inspirado por”. Assim, a diva pop aparece aqui como objeto de trabalho de uma vida.

---

da turnê, “That’s Where You Take Me”, lançado apenas nas Filipinas, e por fim, “Anticipating”, ao vivo da Dream Within a Dream Tour, lançado apenas no Brasil e na França.

<sup>24</sup> Britney não disse uma palavra durante o “anúncio”, que aconteceu em Vegas. Vídeo disponível na Playlist do trabalho no Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=WUvRqthrntU>



O termo “*fandom*”, por sua vez, também ganha destaque nesta lógica, partindo da ideia de que se refere a uma aglutinação formada por “*fan kingdom*” ou “reino de fãs”, propondo um coletivo de sujeitos que compartilha a mesma devoção a um monarca/ídolo (JENKINS, 1992) e trabalham por ele e para ele. Com isso, aponto uma percepção de um tipo específico de engajamento do fã, que desenvolve um trabalho de apropriação ao tomar a diva para si e reconfigurá-la a partir de suas visões pessoais e locais, movimento clássico do capitalismo, porém com uma vertente afetiva.

Essa lógica norteia grande parte da pesquisa sobre fãs, desde o fim dos anos 1980 e começo da década de 1990, quando os estudos se consolidam, até hoje. Assim, a “resignificação” enquanto elemento definidor do trabalho do fã é tida, a partir de então, como um limiar entre o fã e o consumidor comum – “apreciadores”, como chamam Tulloch e Jenkins (1995) –, fazendo com que o nível e o tipo de engajamento do fã com o produto passem a definir o que se entende como “fã”.

Em defesa de um consumo por apropriação do objeto idolatrado, John Fiske, um dos primeiros autores a contribuir com os estudos sobre fãs de forma mais detida, critica uma visão desse tipo de experiência de consumo demasiadamente ancorada numa apropriação com base na alienação. Fiske aponta que não dependemos exclusivamente do texto consumido ou do seu gênero para nos definirmos enquanto um tipo específico de consumidores de mídia, mas principalmente de como este sujeito opera *dentro* destes textos. É também em “*The Cultural Economy of Fandom*” de 1992, que John Fiske resume a noção de *fandom* ao falar que toda a audiência se engaja em diferentes níveis de produção semiótica, para além das conexões propostas pelo mercado, fortalecendo a distinção entre fã e consumidor comum através do engajamento.

Para Fiske (1992), são três as principais características percebidas por ele no *fandom*: discriminação e distinção (social), produtividade e participação e acúmulo de capital, conceito que ele formula após dois textos sobre audiência e cultura pop, “*Television Culture*” de 1987, “*Understanding Popular Culture*” e “*Reading the popular*”, ambos de 1989.

Fiske (1992) debate os fãs através de vestuário inspirado no artista, narrativas derivadas, reedições de vídeo, entre outros, que passam a conFigurar o que chamo aqui de primeira instância da composição de uma enunciação estética do fã, uma performance de gosto musical: práticas que derivam do consumo da música pensado experiências individuais e coletivas, ambas agenciadas pelos dispositivos ao alcance dos ouvintes, como pontua Antoine Hennion em “*Taste as Performance*”, de 2007.

Fiske (1992) pontua a primeira especificidade do que ele chama de “cultura de fã”, como sendo o processo de produção com qualidades caseiras (amadorismo), demarcadamente inferior ao produto original nas questões técnicas, feito sem a autorização do criador original do produto, sobre um objeto pelo qual se tem apreço e, que Henry Jenkins (1992) vai dizer em complemento, se tem proximidade.

Apresenta-se aqui uma oposição trazida por Fiske (1992) entre o que ele chama de “cultura oficial” *versus* “cultura popular”. A cultura popular seria, segundo o autor, criada a partir do consumo destes outros produtos, os oficiais, que incitam três tipos de produção de sentido: (I) produção semiótica; (II) produção enunciativa; (III) produção textual.

No âmbito da música pop, a produção semiótica (I) se dá quando fãs se empoderam de discursos dos seus ídolos para firmar sua própria identidade, como usar elementos visuais de Madonna, objeto de estudo do autor, para manifestar o consumo como um ato político. Já a produção enunciativa (II) lida com fãs que usam e/ou incorporam ferramentas do ídolo (músicas, Figura, gestos, firulas) sem um discurso político explícito por parte do próprio ídolo, mas que para o fã se torna ferramenta de causa, como os fãs da Britney Spears que discutem direitos LGBTQ a partir de suas músicas, mesmo ela não abordando esse tema na maior parte de sua carreira. Há, nestes casos, uma apropriação de um discurso e uma ressignificação do mesmo.

Por último, mas não numa ordem crescente de importância, há a produção textual (III), que o autor vincula como oposição ao produto e à circulação massiva do mesmo, no que ele entende como circulação de *broadcasting*. Ou seja, é a produção de um fanzine que, sem ter os direitos autorais do grande filme de Hollywood, se apropria do conteúdo do produto, criando um novo artefato, que circulará de graça, tal como os *fansites* hoje.

Ainda para Fiske (1992), mesmo que todas essas três formas de produção de sentido (semiótica, enunciativa e textual) se apropriem de um discurso da indústria do entretenimento, todos passam a possuir características de “cultura popular” pela abordagem dos fãs, os quais entram em um jogo de oposição e adesão à indústria. Ao mesmo tempo em que se adere afetivamente, se consome um produto com funções massivas prescritivas. A visão sobre produção de sentido se faz útil também por propor uma noção de centro (indústria) e margem (fãs), de produção popular e de produção oficial.

Focando na lógica de produção textual, Henry Jenkins (1992, 2009) resume o fã como um indivíduo que, inevitavelmente, adere a produtos massivos e os reconfigura com suas funções específicas. Pega-se algo produzido pela indústria e tira-o de contexto,

usando o produto como plataforma para novos discursos. Jenkins acredita que o cerne do comportamento do *fandom* é reconfigurar o produto consumido.

A lógica de consumo definidora do fã é tratada por este autor ao definir o termo “leitura típica do fã” como “um processo, um movimento que vai da recepção inicial da transmissão televisiva a uma elaboração gradual dos episódios e sua remodelagem em termos alternativos” (JENKINS, 2015, p.70). Henry Jenkins trabalha seus estudos a partir da noção de *media fandom*, ou fãs de produtos da mídia, focando inicialmente na televisão. Jenkins (2008) entende este movimento como um certo ativismo na narrativa do produto. Para ele, os estudos da cultura do *fandom* “documentam um grupo que *insiste* em criar sentido a partir de conteúdos que outros caracterizam como triviais ou inúteis” (JENKINS, 2015, p. 24), texto no qual outro pesquisador de *fandom*, Cornel Sandvoss, se inspira para explicar que “O fandom constitui uma forma de subversão cultural que reflete as diferentes esferas de operação entre estratégias e táticas.”<sup>25</sup> (SANDVOSS, 2005, p. 13). Para ele, o *fandom* pode ser lida como uma forma subversiva dos meios capitalistas, mesmo operando dentro dele: “Popular texts and icons such as Madonna may be commodities and means of capital accumulation to the media industry, yet they are appropriated by fans as meaningful resources in their everyday lives” (idem).

Adriana Amaral, ancorada em Hennion (2007), propõe pensar que “a apropriação criativa reconfigura uma performance de gosto musical a partir da materialidade própria de um meio de compartilhamento de conteúdos musicais sob desígnios dos fãs de um determinado gênero musical” (AMARAL, 2013, p. 461), se aproximando do que chamo aqui de engajamento subversivo.

Neste cenário figuram quatro instantâneos iniciais: a) “*Loving Britney: A Britney Spears Lesbian Fanfic*”, fanfic que discute gênero a partir de Britney Spears e que conta com aproximadamente 17.000 mil leitores online; b) Cam Hong<sup>26</sup>, fã vietnamita de Britney Spears, que produz e vende itens não-oficiais da performer numa fábrica de CDs e DVDs que construiu dentro de sua casa. Não se trata aqui de CD-R gravado, e sim de um item sem qualquer diferença de um cd produzido pela RCA Records, gravadora da artista, pois até números a laser ele consegue inserir na mídia; c) Peo Carneiro, fã recifense de Britney que raspou a cabeça quando passou no vestibular em homenagem à

<sup>25</sup> T.N.: fandom constitutes a form of cultural subversion that reflects the different spheres of operation between strategies and tactics

<sup>26</sup> O nome original do fã foi ocultado para preservar sua identidade devido às questões de direito autoral envolvidas na prática de produtos não oficiais. Escolhi, numa rápida visualização, os dois nomes mais populares do Vietnam.

artista e que a usa para discutir gênero no documentário “Bichas” de 2016; d) O fã Austin, norte-americano que cria petições pedindo mudanças no trabalho estético de Britney.

Estes exemplos são fluidificados por sensações cotidianas que impulsionam todo tipo de movimento do fã, toda a performatividade acionada pelo ídolo e que passa a compor o que chamo de vida do fã, a partir da noção “cultura de fã”. Temos a fã que produz uma história com uma Britney lésbica e discute o assunto com mais de 17.000 pessoas, o fã que dribla o maquinário da indústria pop com produtos não-oficiais, o fã ativista que cria petições e o fã que emula Britney na vida. Todas estas imagens nos ajudam a visualizar performances distintas de fãs nos aspectos já citados.

Três décadas após a concepção de uma “cultura do fã” a partir desta especificidade regurgitativa e subversiva, está claro que esta é apenas uma das múltiplas visualizações possíveis do comportamento de consumidores, performances de consumi. Nela, a subversão de *conteúdo* e/ou a subversão de *modos de circulação* de produtos parecem ter uma função ainda latente, reivindicada aqui como grau zero do termo “cultura do fã”, como proposto por John Fiske em “*The Cultural Economy of Fandom*” de 1992.

Pensar a fruição da música pop implica em concordar que há várias formas possíveis de ouvir música, mas que diante de um gênero tão vinculado à noção de culto à celebridades, deve-se entender que as performances de consumo de fãs deste gênero passam por diversas esferas, mas principalmente, que nem todas elas são políticas ou reivindicam uma subversão. Ainda assim, há uma parcela de fãs que, ao demonstrar afeto pelo ídolo através de um consumo baseado na apropriação, tenta propor novas trajetórias comerciais através dos *fan work* (trabalho de fã), com uma certa lógica ativista.

A apropriação, por parte do fã que produz sentido através do produto original, seja resignificando a narrativa ou suas instâncias de circulação e venda, poderia, questiono, ser entendida como uma forma de subversão? Proponho usar o termo “ressignificação”, ao invés de subversão de produtos. A resignificação pode ser um dos primeiros indícios para pontuar uma experiência estética do *fandom*, uma experiência composta pela enunciação do fã ao se mostrar fã, ao performatizar o seu gosto musical, lógica próxima à noção de performatividade da música, proposta por Antoine Hennion (2007) ao discutir formas de escutas e sociabilidades do gosto.

A visão de uma leitura textual aparece aqui como regente dentro dos estudos sobre fã (*Fan Studies*) e ainda que notoriamente perceba o fã enquanto um fruidor, de fato, Fiske não limita o seu pensamento ao estipular uma operacionalidade positiva ou negativa

nestes objetos, possibilitando uma abertura a uma parcela de autores que seguiram as mesmas diretrizes conceituais que ele, ainda que entendendo o fã como algo subordinado (MASCARENHAS, SOARES, 2015).

Há, então, o que parece ser uma forte ligação entre a experiência de fruição do *fandom* e um movimento performático identitário através de sinestesias, ficcionalização da narrativa proposta pelo ídolo pop, emulação de memórias artificiais e engajamento corpóreo. A estrutura performática do *fandom*, inclusive, parece contribuir para a delimitação deste grupo. Ora, se estamos lidando com a música pop embebida em enxertos de vídeos e imagens, é urgente retomar a noção de performance tal qual ancorada nos estudos de Thiago Soares (2013), que reafirma a noção de que performatizar é se fazer Figura, é tratar de memória que compõe um espectro biográfico, narrativo, encenação midiática do indivíduo que aqui percebemos tanto do ídolo quanto do fã, quanto nos textos e sinestesias produzidos por ambos.

Estas características nos levam ao que considero como uma experiência contida na performance em si, mas também a partir de uma lógica de experiência híbrida devido a dualidade do fã apresentar uma performance de gosto parcialmente privada e parcialmente social – parcialmente sentido e parcialmente performado (DUFFETT, 2013). Entendo que estas esferas sensíveis promovem uma socialização, laços de interação ancorados na cultura, mas, principalmente, uma noção singular de identidade.

Num plano sensível, o suporte do fã consiste na memória, no arquivo e repertório do ídolo, ou seja, em um não lugar, como se coloca Diana Taylor (2013) em “O arquivo e o repertório: performance e memória cultural nas Américas”. Mexicana, criada no Canadá, a autora pontua a vida como um ato performático em trânsito, um ato de incorporação de bagagem, de performatizar dentro do próprio corpo, tratando o arquivamento como um fetiche que tenta apreender um instante que escorre pela velocidade com que o corpo apresenta um novo ato. Em outra instância, o repertório se apresenta como o instante em si, o exposto em um segundo, que se apaga no momento seguinte, no gesto seguinte. Seria possível, inclusive, tensionar a própria noção de performance dublada, do *playback* de Britney, mas também do formato de um show nostálgico, como as residências em Las Vegas, que parecem tentar corporificar e aprisionar para visitação, tanto o arquivo, quanto o repertório, na medida que reencena o corpo mediado da Britney na “Piece of Me”, que perde o compasso ao dublar a voz de 1999 em pleno 2017, na música “...Baby One More Time”, precedida por “Everytime” de 2003, e finalizando com “Oops! ...I did it again” e vocais dos anos 2000. Ambas são

apresentadas com um remix “gótico”, com a voz acelerada para tentar acompanhar o autotom do auto-tune que Britney adere a partir do álbum “In The Zone”, de 2003, principalmente nas faixas “Toxic” e “Brave New Girl”. A voz robótica é mesclada com sussurros plásticos, visualmente/sonoramente/aparentemente mais orgânicos, no álbum “Blackout” de 2007. Britney segue um roteiro comum nos shows pop, com gestos e falas programadas. Seria a Britney arquivada. No entanto, há aqui, naturalmente, a possibilidade e a esperança da falha nas brechas das prescrições do espetáculo pop, o que coloca em jogo um não binarismo entre arquivo e repertório. Curioso que ao mesmo tempo que é lembrado, o pop é apagado, esquecido, por ser largamente visto como uma frivolidade, uma música descartável, um corpo com validade. O pop, por sua vez, ao contrário de algo frívolo, principalmente pontuando a experiência estética num consumo que rememora o arquivo durante toda a vida do fã, que sempre será um peregrino, parece aderir à noção de performance de Diana (2013, p. 27), “como atos de transferência vitais, transmitindo o conhecimento, a memória e um sentido de identidade social por meio do que Richard Schechner denomina ‘comportamento reiterado’”. Proponho pensar Las Vegas como uma cidade pop, de comportamento reiterado. E, por mais que o pop soe como algo jovial, ele não apaga a repetição, atos que envelhecem ainda mais diante da dicotomia com a jovialidade. Porém, o encantamento da cidade parece estar exatamente neste duplo. Tom Wolf (1975, p. 16), no texto “Las Vegas (What?) Las Vegas (Can't hear you! Too noisy) Las Vegas!!!!”, comenta essa contradição:

O encantamento é ainda mais irresistível não para os jovens e sim para os velhos. Ninguém em Las Vegas vai admitir - não é o conceito moderno, glamoroso - mas Las Vegas é um resort para gente velha. Em seus últimos anos, antes que o tecido se deteriore e os fios do córtex cerebral se prendam ao crânio como um amontoado de algas secas, elas estão atrás de libertação.

É através da lógica de apagamento e reiteração do arquivo que a noção de presença é mistificada e também que se acionam nos fãs os gestos do ídolo como forma de fruir a música ao performa-la, por exemplo. Há ainda um colecionismo de trajetórias: o percurso que um fã faz virtualmente para encontrar um arquivo que procura do seu ídolo, o trajeto físico da peregrinação, inebriado pela nostalgia, na frivolidade de uma imaginação. O que seria o pop se não uma eterna reiteração da memória auditiva e visual do seu público, seus fãs?

Três distintos momentos já se passaram nos estudos de fãs e ainda não há um consenso, no entanto, sobre o que é ser fã. É bem verdade que a experiência fandômica é

prismática: o ídolo atravessa esse prisma que é o sujeito fã e de lá emanam diversas possibilidades. Evitando dar continuidade a uma quantidade infinita de categorias e seus desdobramentos que surgem nos estudos do fã, podemos pensar que os fãs se dividem em dois grandes grupos afetivos: indivíduos atentos e desatentos. Considerar os fãs dentro destas duas categorias é, de certa forma, negar que ele seria a pessoa que, impreterivelmente acompanha todo e qualquer passo do artista, pensamento comum dentro da área. É importante, no entanto, reiterar que para além da atenção, há aqui o afeto.

Ora, ambos os grupos são afetados por seus ídolos – que podem ser mais de um – cabendo um estudo sobre como esse afeto é manifestado ou performatizado. O afeto é um dos principais operadores de nossa memória. O professor da USP do Departamento de Fisiologia e Biofísica, Gilberto Fernando Xavier, conta à Revista Espaço Aberto/USP que “um aspecto fundamental que está associado ao que conseguimos ou não memorizar é o aspecto afetivo, o quanto aquilo te marcou, para o bem ou para o mal. É a ação de um componente emocional mais marcante”<sup>27</sup>.

O sistema no qual tais produtos se circunscrevem e agenciam presença e afeto é descrito por Edgar Morin (1989) em “As estrelas”, obra originalmente de 1957, como *star system*. E apesar de todas as mudanças mercadológicas que acontecem desde a década de 1930, quando o autor destaca o surgimento do estrelato enquanto sistema de consumo no cinema, até hoje, uma coisa permanece a mesma: o que sustenta a mitologia de uma celebridade é o amor dos fãs por algo que não existe em matéria, ou seja, que está contido numa ficção, num duplo do ídolo que tem no seu próprio corpo e no corpo do fã, um suporte, para além da mimese. A mitologia que se forma diante deste tipo de fruição parece materializar-se nos produtos que levam o nome, Figura e voz dos artistas – mesmo que manipuladas.

O amor, para Morin (1989), é um mito divinizador de uma relação idealizada, platônica, subalterna. Para ele, a fruição das vedetes do cinema europeu, que dão origem ao que ele chama de “estrelato e que seria importado por Hollywood, representa um sistema que engendra uma doutrina religiosa a um divertimento. Há então aqui certo dever com o ídolo (trabalho), muitas vezes de arquivamento e reiteiração, e certa magia diante do entretenimento (encantamento, sublimação): “o fenômeno das estrelas é

---

<sup>27</sup> <http://www.usp.br/espacoaberto/?materia=por-que-a-memoria-nao-funciona-sempre>

simultaneamente estético-mágico-religioso, sem ser jamais, exceto num limite extremo, totalmente um ou outro” (MORIN, 1989, p. 11).

Para Morin (1989, p. 11), o *star system* se assemelha com a mitologia dos deuses, mas de uma forma inacabada, uma vez que o culto a uma celebridade se associa principalmente ao prazer e ao entretenimento próprio do sujeito: “a mitologia das estrelas se situa num território misto e confuso, entre crença e o divertimento. A religião das estrelas seria como uma religião sempre embrionária e sempre inacabada”, afirma ao pontuar que uma análise desse cenário precisaria de uma metodologia multidimensional, a qual desse conta da presença humana na tela (mediada), da relação espectador-espetáculo (fruição), de uma análise dos processos psicoafetivos dentro dessa relação (experiências estéticas), sem deixar de fora uma análise do sistema econômico da produção destas estrelas (mercadológica) e, por fim, uma análise da evolução social burguesa (social e antropológica através dos laços afetivos). Incorporo então tais questões na pesquisa, uma vez que a peregrinação como processo social de ritos de consumo parece apenas se reconfigurar desde a adoração romana à Bellona e Cíbele, porém com um viés mercadológico mais nítido: “a estrela-deusa e a estrela-mercadoria, duas faces da mesma realidade, nos reenviam, respectivamente à antropologia fundamental e à sociologia do século XX”, (MORIN, 1989, p. 12), diz o autor, dando indícios da necessidade de uma visualização prismática, tal como nos estudos culturais.

Um dos pontos históricos que denotam a relevância das estrelas estudadas por Morin no sistema produtivo é quando Catherine Deneuve passa a ganhar mais do que o diretor Luis Buñuel para atuar no longa “*Tristana: uma paixão proibida*”, lançado em março de 1970. Ainda na mesma década, Brigitte Bardot passa a receber 150 milhões de francos por filme, enquanto Alain Delon chega próximo dos 200 milhões, num momento onde todo o resto da produção, incluindo os outros atores, tinham um orçamento que variava de 100 a 200 milhões. Max Linder, nome artístico de Gabriel Leuvielle, ator do cinema mudo, por exemplo, recebia um cachê de 20 francos em 1905 da produtora Pathé, e passou a receber 150 mil francos anuais da mesma produtora, porém em 1909, diz Morin (1989), antes de entrar na solidificação do conceito de “estrela hollywoodiana”: “De 1913-1914 a 1919, a estrela se cristaliza simultaneamente nos Estados Unidos e na Europa. Mary Pickford [ou] Little Mary, é a primeira e exemplar estrela: seu título de *noivinha do mundo* a oferece à projeção-identificação do espectador” (idem, p. 7). Concomitantemente surge na Itália Francesca Bertini e nos EUA, a atriz dinamarquesa Theda Bara, porém, o modelo hollywoodiano de celebridade que desemboca em Britney,



só se conjura em 1918, através da atriz Cecil B. de Mille, com a concepção de modelo feminino de beleza à lá *femme fatale*, mas ainda num corpo jovem e dúbio, como a lógica da ninfeta virgem e religiosa, mas não tão inocente assim. E assim se cristaliza o cânone de modelo de beleza feminina na Figura do cinema produzido em Los Angeles, com um final feliz, em paralelo com o surgimento dos atores-príncipes, homens heroicos, como Tom Mix.

A partir de 1919, então, os principais arquétipos de idolatria através da mídia já estão montados e se solidificam nas duas décadas seguintes, que Morin (1989) chama de “era gloriosa”. A era conta com os arquétipos da virgem, a *femme fatale*, a divindade misteriosa e sofredora. Com o tempo, as atrizes passam a morar em lugares afastados e elevados, como as Kardashian e Britney em Calabasas.

Figura 03 – “Britney e filho Jayden tomam *frozen yogurt* em Calabasas”, matéria de Zimbio.com em Nov. 13, 2010.



Fonte: Zimbio.com e FlynetPictures.com

A cidade do condado de Los Angeles fica afastada quase 50 km de LA, no alto das montanhas de Santa Mônica, no Vale do São Fernando incorporada à Califórnia em 91 e vivem um romantismo fatal na tela e fora delas, em busca do final feliz que se consolida como dogma norte-americano entre as décadas de 30 e 40, quando começa o acesso das massas aos filmes. A década seguinte é marcada pela introdução do neorrealismo pós-guerra, sucessor do realismo dos anos 30.

Figura 04 – Vista aérea de Calabasas nas montanhas Santa Mônica. Julho 2007



Fonte: BrewBooks Flickr - <https://www.flickr.com/photos/93452909@N00/961537197>

Figura 05– vista aérea da casa de Britney em Calabasas do ano de 2011



Fonte: Arquivo pessoal / Splash News

Junto com o realismo vem a ideia de sensualidade erótica, divina e ordinária que Morin chama de “brigidismo”, por conta do apogeu de Brigitte Bardot e do ato de despir-se no cinema, como nos longas “A luz do desejo”, lançado em 55, “Meu filho Nero” e “Desfolhando a Margarida”, ambos de 1956, com a atriz. Curioso que, em 2019, o termo “brigidismo” ainda é usado, mas agora para se referir a uma técnica de cirurgia plástica bastante comum entre as estrelas, de Britney e Christina Aguilera às Kardashian, que é o levantamento do lábio superior, para que a boca fique sempre entreaberta.

É durante a ascensão das estrelas através de pontos de contato com os mortais nas ficções realistas e neorrealistas, quando a atriz está *quase* acessível aos mortais, que surgem os fã-clubes, as revistas especializadas em celebridades, os paparazzi e a comunicação entre ídolo e fã através de cartas, momento que Morin (1989) classifica como “institucionalização do fervor”, ou seja, o afeto passa a ser prescritivo através da cristalização do termo “fã” enquanto indivíduo e de *fã clube* enquanto manifestações coletivas de afeto, antes da adoção do termo *fandom*. O autor relaciona este movimento particularmente com atrizes mulheres, uma vez que, para ele, a mulher seria capaz de carregar mais “mistério” que os autores homens, além de que há uma prescrição social que, de certa forma, libera uma mulher ser fã de outra mulher, sem que as questões de gênero da fã sejam tão questionadas quanto a de um homem fã de um galã, por exemplo.

Já nos anos 70, a vida privada da estrela passava então a ser vendida como pública: “sua vida pública é publicitária, sua vida na tela é surreal, sua vida real é mítica” (MORIN, 1989, p. 15), passando a seguir uma estrutura narrativa heroica feita de ciclos, muitas vezes conferidas às estrelas através de heroínas interpretadas por elas no cinema. O ciclo descrito pelo autor propõe o nascimento da estrela, com a separação de uma realidade ordinária, que a leva ao apogeu nas telas do cinema, durante a primeira etapa da carreira. A segunda repete o ciclo, mas para isso é preciso haver uma morte, para que se tenha uma ressurreição e novo apogeu. A última produção de *star system*, Morin credita à Marilyn Monroe.

As residências de Las Vegas em seus dois pontos inaugurais, com Elvis em 1969 e Britney em 2013, costumam pegar os artistas entre essas duas fases, para conferir um olhar ainda mais atento do público à cidade. Vegas então se aproveita dessa fórmula cinematográfica, que segundo Morin (1989) aconteceu sem que fosse prevista. Para ele, o *star system* no audiovisual só começa a ser identificado por volta de 1913, quinze anos após a popularização do cinema, que sonhava com a repetição da fórmula das vedetes do

teatro, porém, por conta da mediação, as estrelas do cinema se tornaram ainda mais onipresentes:

no nível dos fenômenos coletivos, a história das estrelas retomou a seu modo a história dos deuses. Antes dos deuses, antes das estrelas, o universo mítico, a tela, estava povoado de espectros ou fantasmas portadores do estigma do duplo. Progressivamente, algumas dessas presenças tomam corpo e substâncias são magnificadas, expandem-se em deuses e deusas. E, assim como determinados deuses do panteão da Antiguidade se metamorfoseavam em deuses-heróis da salvação, as estrelas-deusas se humanizam-se, tornam-se novos mediadores entre o mundo maravilhoso dos sonhos e a vida quotidiana [...] as estrelas modelos-de-vida correspondem a um apelo mais profundo das massas no sentido de uma salvação individual, e suas exigências, nesse novo estágio de individualidade, se concretizam num novo sistema de relações entre real e imaginário. (MORIN, 1989, p. 20-21)

Na citação, é descrito como o fã ou público devoto das estrelas eram entendidos a partir da década de 60 e como a estrela se transforma num mito, que é definido pelo engendramento da realidade com o imaginário, dá fé com a dúvida, da simplicidade com o esplendor, de proximidade e distância, de pertencimento e escape nas mãos do público, numa lógica de consumo baseada no jogo de servidão da estrela ao público, pontua Morin (1989) e do público à estrela, pontuo eu, como vimos nas formações bélicas (*fandoms*) de defesa de Beyoncé, Rihanna e Britney.

É Morin (1989), antes de Fiske e Jenkins, quem traz a concepção embrionária do fã de personalidades midiáticas, que ele começa a pontuar a existência de forma imbricada com o ápice do *star system*, a partir da década de 30. O autor apresenta a noção de culto à celebridade, a qual se porta de forma mítica, entrelaça o tal relação com o realismo no cinema, o qual conecta a ficção da tela e a mitologia da diva às massas. Morin (idem) descreve também a conexão dos seguidores com os ídolos destacando a Europa como berço da criação do que era chamado apenas de “clube”, conjunto organizado de pessoas que cultuavam o mesmo ídolo. Os organizadores dos clubes, também seguidores, faziam a linha de contato do ídolo inalcançável com os mortais, fornecendo, principalmente, o endereço de correspondência oficial da vedete (o qual nem sempre era o endereço residencial), permitindo uma comunicação quase direta através de cartas, com respostas em texto e/ou fotos autografadas. Os clubes também organizavam o embrião dos *meet & greets* (encontros do fã com o ídolo, normalmente pago). Se trava de encontros físicos das estrelas com seus seguidores, porém de forma gratuita, uma vez que os clubes passavam a ser mantidos financeiramente pelos próprios artistas, garantindo uma renda que, usualmente, era convertida para caridade. Surgem então as fundações dos artistas.

Se a entrada no clube era grátis no começo dos anos 30, em meados da década, com a maior organização, hierarquização dos fãs-administradores e dedicação dos artistas, que passavam a bancar financeiramente tudo isso, o acesso ao clube começou a se tornar mais restrito, incluindo testes que exigiam conhecimento da obra completa do artista, ser um colecionador e, por fim, assinar o *journal* (mais tarde chamado de zine, o *journal* era uma publicação feita por fãs, algumas vezes sob a supervisão dos artistas, distribuído periodicamente dentre o clube). Havia, naturalmente, clubes mais democráticos, pontua o autor, e que consideravam “fã” pessoas com outros atributos, como a simples apresentação de um discurso oral ou escrito de adoração, geralmente sobre a importância da Figura mitológica na vida do seguidor. Surge então, a comparação dessas organizações prescritivas com as igrejas.

os clubes de vedetes são as capelas onde se exaltam fervores particulares. E o ídolo, periodicamente, vem santificar o seu clube, revelando aspectos novos de sua vida privada-pública e suas atividades cinematográficas, respondendo às questões [dos fãs] que lhes são dirigidas. Ou ainda, cantando, dançando ou organizando excursões em grupo [com os seguidores] (...) os rendimentos do clube, com os das igrejas, vão em parte para instituições de caridade, em parte para a propagação da fé (...) aos pés de cada estrela, edifica-se espontaneamente uma capela, isto é, um clube. Algumas se transformam em catedrais, como no clube Luis Mariano, que chegou a contar com mais de 200 mil sócios (MORIN, 1989, p. 51-52)

Após o surgimento na França e na Inglaterra, os clubes passam a ser adotados por Hollywood, mas de forma ainda mais prescritiva, os estúdios recorrem a criação de departamentos para lidar com toda a comunicação entre artista e fã, com um contato cada vez mais mediado entre ambas as partes. Morin (1989) aponta que nenhum clube nos EUA nasce capela, por conta da grande estrutura dos estúdios. São verdadeiras igrejas, diz ele: “cada igreja organiza periodicamente peregrinações à grande jerusalém-mãe, Hollywood. Os festivais [de cinema] são grandes missas do corpo de Deus, nos quais a estrela desce para assistir pessoalmente ao seu triunfo” (MORIN, 1989, p. 52). O autor ressalta ainda que a presença do artista no mesmo local que o fã, como nas entradas dos festivais, “o fervor pode-se tornar frenesi, a adoração, delírio” (idem). Aqui há a primeira citação à peregrinação de fãs, numa metáfora com os peregrinos religiosos.

Porém, através de Morin, também se percebe o motivo de os estudos sobre fãs terem grade resistência a retomar o prisma religioso para análise. Através da examinação de cartas de fãs, em “As Estrelas”, Morin as classifica como sendo textos de “louvor,

arrebatamento, êxtase, profissão de fé” (idem, p. 53) e tenta definir o que é amor de fã, pontuar a adoração religiosa e comparar estes dois tipos de afeto.

São analisadas seis cartas, das quais cinco foram publicadas na obra “*British cinemas and their audiences: sociological studies*” de Jacob Peter Meyer, lançada em 1947, como documento de análise. As cartas foram enviadas por fãs à Jacob em resposta a uma enquete feita por ele através de um anúncio de pesquisa para a Universidade de Londres, colocado pelo autor em uma revista feita para fãs de cinema, a *The Picturegoer*<sup>28</sup>, que circulou de 1911 à abril de 1960, na Inglaterra. Tendo seu pico em 1940, a publicação chegou a ter mais de 300 mil cópias vendidas naquele ano. A *Picturegoer*, que nasceu sob o nome de “*The Pictures*” e tinha como maioria do público, leitoras mulheres, conta Lisa Stead (2011)<sup>29</sup>, PhD em revistas direcionadas para fãs, eteve seu auge nos anos 20 e dava voz e cores ao cinema mudo. Foi a primeira forma de comunicação entre a indústria e os fãs, pontua Lisa.

O sufixo “*goer*”, do inglês antigo, de acordo com o dicionário de Cambridge<sup>30</sup> é usado para descrever alguém que tem uma predileção por um tipo de atividade, um cinema-goer poderia ser traduzido como um “cinéfilo”. No inglês moderno, é uma gíria para descrever uma pessoa com muitos parceiros sexuais ao mesmo tempo. O dicionário de Cambridge diz que é uma gíria usada para mulheres: “uma mulher que é sexualmente ativa com várias pesssoas<sup>31</sup>”.

A revista, que tinha missão de trazer principalmente fotos coloridas dos bastidores dos filmes, diz Lisa (2011), teve seu o goer adicionado como sufixo à “fotografia” conforme o termo se popularizou. “Goer” era também um sinônimo para “plateia” nos anos de 1910, na Inglaterra.

O anúncio de Jacob Peter Meyer colocado na revista, pedia que a audiência respondesse, para fins de pesquisa, se consideravam que narrativas fílmicas influenciaram alguma decisão pessoal na área afetiva, como amar ou se divorciar de alguém, na forma como se portar socialmente ou em escolhas *fashion* para vestuário, cabelo etc. Morin (1989) aponta que as respostas contém uma série de depoimentos que “a linguagem do amor (estou apaixonado por) se mistura àquela da adoração (meu ídolo)” (MORIN, 1989, p. 53), e para ele, adoração é uma característica do culto religioso, que implica no que ele

<sup>28</sup> [http://humanities.exeter.ac.uk/film/news/title\\_166151\\_en.html](http://humanities.exeter.ac.uk/film/news/title_166151_en.html)

<sup>29</sup> [http://www.exeter.ac.uk/news/featurednews/title\\_166151\\_en.html](http://www.exeter.ac.uk/news/featurednews/title_166151_en.html)

<sup>30</sup> <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/goer>

<sup>31</sup> T.n.: “a woman who is sexually active with a lot of people”

acredita ser uma relação de amor subalterno, no que ele chama drasticamente de relação “verme-estrela”. Numa escala de organismo, o fã seria, para Morin, um parasita.

O autor então escolhe seis depoimentos, todos de espectadores, nos quais os temas são, de acordo com a ordem de análise do autor, o amor e adoração. Em ordem de apresentação em “As Estrelas”, os depoimentos falam sobre: amor e desejo sexual pelo ídolo; amor nostálgico; coleção de fotografias e imitação do estilo vestuário da atriz; paixão pelo ídolo; pensa no que o ídolo estaria fazendo durante o seu próprio dia-a-dia, prefere escutar o ídolo cantar mal a ouvir outro cantar bem; fã póstumo, peregrina para prestar homenagem ao ídolo, participa de fã clube de James Dean e diz “somos uma legião de todas as idades, cores e credos”.

As cartas são todas de fãs meninas, entre os 18 e 22 anos. Todas fãs de homens, exceto por uma fã de uma atriz que diz: “sempre me perguntava o que Deanna faria no meu lugar, para agir como ela. Vi todos os seus filmes”, conta a fã de 22 anos que “viajou” 16 km para assistir a reprise de um filme na cidade vizinha a sua, vestida como Deanna.

Para John Fiske (1982), toda a audiência se engaja em diferentes níveis de produção semiótica para além das conexões industriais do produto. No entanto, apenas os fãs transformariam essa produção de sentido em formas textuais com circulação numa comunidade. A partir dessa lógica de produção comunitária e colaborativa baseada no afeto, Fisk propõe pensarmos o termo “cultura de fã” como esta produção e circulação, que ele chama de “*Shadow cultural economy*”, como um nebuloso que atravessa a produção industrial. A cultura, por sua vez, se relaciona com a geografia, a qual lida com espaços. É importante então ressaltar que tais espaços podem ser mais prescritivos que outros, como uma diferença gritante entre duas cidades que vivem, ambas, de comércio: Las Vegas e Marraquexi, a exemplo comparativo. Se em Vegas temos um corredor comercial único e gigantesco, levando em consideração a escala da máquina (carro, trem, metrô) e tudo o que nele acontece precisa obedecer às regras locais, em Marraquexi temos um labirinto comercial orgânico, criado para uma escala humana e a depender da necessidade dos passantes. Por se tratar também de um clima escaldante no Marrocos, as ruas são repletas de curva e de árvores para proporcionar conforto a quem por ali passa. Se nela são os cheiros das frutas e produtos frescos que chamam a atenção do cliente, o corredor reto de Las Vegas em escala de máquina precisa criar outdoors gigantescos.

## 2.3 NOTAS SOBRE PEREGRINAÇÃO

Dentro dos Estudos de Fãs, um dos primeiros autores a debater sobre o conceito de peregrinação é Roger Aden, professor de comunicação da Universidade de Ohio e autor de “Popular Stories and Promised Lands: Fan Cultures and Symbolic Pilgrimages”, obra publicada em 1999.

Na obra de Aden (1999) temos a proposição de uma peregrinação através de uma viagem para dentro de si, ao falar sobre fãs que não faz o percurso geográfico físico, mas que passam pelas virtualidades narrativas da construção de um universo mitológico do objeto que consome. Até aqui, esta viagem é tida como uma viagem para o encontro com o objeto. No entanto, acredito que para além de buscar o objeto em nós mesmos, buscamos a nós mesmos no objeto.

O problema inicial é que o autor percebe as duas formas de peregrinação (viagem interna e deslocamento geográfico) como categorias distintas, que não se entrelaçam, ou seja, a peregrinação física não se vincularia com a viagem que criamos dentro de nós mesmos. Ainda assim, o autor destaca algo útil para esta proposta que faço, a de que a peregrinação busca fixar uma ficção, novamente fazendo uma conexão com a performatividade diante da proposta de Butler em “relatar a si mesmo” (2015): “a irrecuperabilidade de um referente original não destrói a narrativa; ela a produz ‘numa direção ficcional’” (BUTLER, 2015, p. 52). Através de Butler, considero a estética do fã como uma performatividade, ao invés de uma performance, por essa ação não ficar apenas no “dizer” fã. Neste caso, o sujeito precisa se fazer fã, e isso inclui se mostrar fã para o outro, diante de julgamentos tênues entre o classifica alguém como fã de algo.

Percebo ainda que, naturalmente, nos espaços de peregrinação física, nos quais é necessário recriar uma ficção com, muitas vezes, pouco material, já que a maior parte dessa estrutura local está na mediação, acabam exigindo ainda um esforço maior no sentido imaginativo, uma vez que a realidade da locação onde tal cena foi filmada não se parece com a que vimos na tela. A exemplo, a faixa de pedestres dos Beatles, na Abbey Road em Londres, pode ser só uma faixa em uma rua como qualquer outra, ou pode ser a faixa da capa do álbum da banda também chamado de “Abbey Road”. Para que ela deixe de ser uma simples faixa de pedestres em uma rua qualquer e se torne um cenário, uma relíquia e um ponto canônico entre os fãs dos Beatles, é preciso que o fã peregrino atue e, diante de sua performatividade de fã, faça com que a faixa se torne a capa do álbum.



Em 2007, Will Brooker, professor da Universidade de Kingston em Londres, questiona seu antecessor, Aden (1999) através do texto “*A Sort of Homecoming: Fan Viewing and Symbolic Pilgrimage*”, propondo uma reconfiguração à ideia explanada por Roger Aden.

A tese de Aden (1999) é a de que, além da peregrinação física, a que inclui um deslocamento do indivíduo pelo mundo atrás de fragmentos do ídolo, há também a peregrinação simbólica, que pode acontecer sem o deslocamento corporal do sujeito, enquanto se assiste/ouve algo do ídolo ou rememora o mesmo. Para o autor, os dois tipos de peregrinação são ritualísticos e possuem três grandes fases: (1) separação (*separation*), (2) estágio liminar (*the liminal stage*) e (3) retorno (*homecoming*), as quais representam respectivamente a saída do fã de seu cotidiano ordinário, a viagem e o encontro com o objeto sacro (a diva, neste texto) e, por último, seu retorno com a dádiva conquistada e readequação ao cotidiano ordinário.

Aden propõe essas três fases a partir da obra de Victor Turner e Edith Turner, lançada originalmente em 1978, “*Image and Pilgrimage in Christian Culture*”, e que compõem o ponto de partida dos estudos sobre peregrinação ao abordar o deslocamento do cristão pelo mundo guiado pela fé.

Para Victor Turner (2008), vivemos em um estado transitório a todo momento, por estarmos numa constante transformação evolutiva oriunda das adaptações socioculturais, as quais escapam às programações genéticas e às categorizações, principalmente em ambientes limites – tal como o fã, proponho – o que nos leva a novas formas de interpretação da experiência sociocultural: “A primeira dessas formas se expressa na filosofia e na ciência, a segunda, na arte e na religião” (TURNER, 2008, p.13). Sendo assim, encontraríamos nestes acolhimentos gerados pela repetição no pop, locais-limite, ou o que Victor (2008) chama de “liminóides”. Os espaços limítrofes, numa peregrinação física e geográfica se dá quando o fã encontra o turista num lugar que pra um é apenas um ponto turístico, enquanto para os fãs é um local sacro. Os limites são situações mais propícias ao que ele chama de “drama social”: “em que grupos e personagens conflitantes tentam afirmar seus próprios paradigmas e esvaziar os de seus oponentes” (TURNER, 2008, p. 13). Novamente aqui, retorno à Butler e a forma como um sujeito se apresenta diante de um oponente, como ele narra a si mesmo e como ele precisa “fazer” ser fã.

A peregrinação aos locais que se tornaram objeto de desejo não apenas para fãs, mas também para turistas, é apontada aqui então como um desses espaços de dramas

sociais, enquanto o fã performatiza ou dramatiza seu gosto pelo ídolo em sua permanência, muitas vezes de forma mais exagerada do que se estivesse sozinho. Um bom exemplo parte da minha própria peregrinação ao show de Britney Spears, em Las Vegas, em outubro de 2017, na qual passei primeiro por Los Angeles, para de lá ir até Vegas. Em L.A., fui até a calçada da fama visitar a estrela de Britney. Rodeado por turistas que visitavam a calçada na Hollywood Blvd (antiga Sunset Strip), eu dramatizava meu afeto por Britney ao me ajoelhar diante de sua estrela marcada naquela calçada com seu nome, e rezar por minha diva. No que aproveitei para tirar uma foto com a estrela, um grupo religioso que protestava contra a indústria de Hollywood se aproxima de mim, passando a intervir na minha dramatização com gritos e frases de ódio por eu estar “profanando” o ato de orar.

Figura 06 – Meu encontro com a estrela da calçada da fama de Britney, na Hollywood Boulevard.



Fonte: Arquivo pessoal do autor.

Ao observar mais atentamente as peregrinações religiosas, as quais podem funcionar muitas vezes como autopunição ou pagamentos de promessas, envolvendo votos de fome, longos trajetos percorridos à pé, entre outros, Victor Turner (2008) conclui que os peregrinos se comprometem, incondicionalmente, guiados pela fé ou objetivo oriundo dela, como a purificação, já que dificuldades e possíveis desastres tornam o

trajeto ainda mais desejável pelo sujeito, transformando a peregrinação em algo ainda mais prazeroso diante de dificuldades. Teríamos então no ato de performatização de gosto para os turistas a formação de arenas, nas quais os dramas sociais representam “o processo escalonado dos seus embates” (TURNER, 2008, P. 15).

Turner considera a peregrinação através de uma definição base da Enciclopédia Judaica de 1964, a entendendo, inicialmente, como “uma viagem feita a um templo ou local sagrado para cumprir um voto ou para obter algum tipo de bênção divina.” (TURNER, 2008, P. 161), ao passo que adiciona um caráter ritualístico à peregrinação:

O que quero dizer é que há um caráter de rito de passagem, até mesmo de ritual iniciatório, na peregrinação. Tendo a ver a peregrinação como aquela forma de antiestrutura simbólica institucionalizada (ou talvez metaestrutura) que substitui os principais ritos de iniciação da puberdade nas sociedades tribais como a forma histórica dominante. (TURNER, 2008, p.170)

Trazendo a lógica de Turner para a situação de show de uma diva, a fila se transforma numa arena importante para dramatizações, enquanto que o espaço reservado para a plateia, dentro do local do show, parece nos mostrar um segundo momento, e o pós-show, um terceiro. Elenco os três não por uma questão de ordem de importância, mas por uma ordem de acontecimento. Na fila, que pode durar meses, dias ou horas, tem-se o maior período de interação social entre os fãs e é onde se dá a primeira disputa, principalmente por seu próprio formato hierárquico ao acionar uma prévia do posicionamento do fã na plateia e conferir um certo status ao fã que chegou primeiro etc.

Nas peregrinações religiosas descritas por Turner (2008), observa-se certo companheirismo e ajuda mútua entre os cristãos, pois envolve o sacrifício do grupo ou individual, respaldado pela complacência das pessoas que observam aquelas peregrinações, tais como moradores das serras onde a santa foi avistada, que fornecem água para os peregrinos. Nas peregrinações de fãs, muitas vezes, há exatamente o oposto, como observado no filme documentário brasileiro “Waiting for B”, lançado em 2017 e dirigido por Paulo Cesar Toledo e Abigail Spindel. O filme mostra fãs brasileiros acampando com um mês de antecedência na fila do show que Beyoncé fez no Brasil em 2013. O show aconteceria em São Paulo, no estádio Morumbi, onde são sediados jogos de futebol. Enquanto os fãs, em sua maioria GLBTQ+, acampavam, percebe-se constantemente uma sátira hostil por quem passa pelo local e toma conhecimento do objetivo do acampamento: Beyoncé. O documentário discute a partir daí uma hierarquia

da fila e sua organização, os gestos e linguajar próprios que os fãs usam, inspirados na diva e oriundos de uma cultura queer estreitamente conectada com a noção da cantorapop.

Figura 07 – Fãs em peregrinação para Beyoncé (ao fundo) e pichação em parede ao redor do Estádio Morumbi em São Paulo, demarca território com o escrito “Beyoncé Diva 4”, em referência ao álbum dela intitulado “4”; Fandom reunido antes da abertura dos portões.



Fonte: Frame do filme “Waiting 4 B” (2017). Arquivo pessoal do autor

Os fãs que aparecem no filme, em sua maioria, moram em áreas periféricas da cidade e são de origem negra, o levanta um debate sobre questões sociais de raça, identidade e gênero, a partir da relação deles com Beyoncé. A perifericidade, para Turner, é constante nas peregrinações, pois, como observa, os templos tendem a ficar em locais mais afastados, como se fossem verdadeiras rupturas do cotidiano ordinário, como um oásis em meio ao deserto, ou como uma aparição, um limiar:

Aqui, o caráter periférico dos centros de peregrinação os distingue da centralidade do estado, das capitais provinciais e de outras unidades político-econômicas (...) Este caráter periférico pode ser considerado um aspecto espacial da liminaridade encontrada nos ritos de passagem. Um limen é, literalmente, um "limiar". Um centro de peregrinação, do ponto de vista do ator crente, também representa um limiar, um local e um momento "dentro e fora do tempo", e este ator - conforme atesta o testemunho de diversos peregrinos de várias religiões diferentes - espera ter lá uma experiência direta de ordem sagrada, invisível e sobrenatural, seja sob o aspecto material de cura miraculosa, seja sob o aspecto imaterial da transformação íntima do espírito ou da personalidade. (...) O senso do sagrado do peregrino não é mais privado; é uma questão de representações objetificadas, coletivas que se tornam virtualmente todo o seu ambiente e que lhe dão fortes motivos para crer. Não apenas isso, como também a viagem do peregrino se torna um paradigma para outros tipos de comportamento, sejam eles éticos, políticos e outros. (TURNER, 2008, p. 184)

Na peregrinação de fã, então, sua própria forma de consumo, apesar de ser desejada para a indústria, muitas vezes é vista como um comportamento de margem, periférico, divergente de uma forma “sadia” de gostar. Turner exemplifica a situação ao falar sobre crianças (meninos) circuncisados num ritual coletivo e que ali eles estariam despidos de seus status familiares e castas, por exemplo. Eles eram “as crianças circuncisadas”, numa coletividade, e, por sua vez, criariam laços afetivos entre si que extrapolariam as questões primárias sociais (classes, idade, gênero família etc.), daí surge uma modalidade de relação social que o autor chama de “*communitas*”, que aqui se relaciona diretamente com a noção de fandom.

Através do termo, Turner (2008) diz se referir ao que Robert Merton chamou de “os arranjos padronizados de conjuntos de papéis, conjuntos de posições e sequências de posições”, da ordem da “comunidade do sentir”, lingando, o que me permite ligar o fandom à noção de experiência estética. Trata-se de um vínculo espontâneo que ignora (mas não inverte) as conexões sociais estabelecidas.

Matt Hills (2000, 2013), questiona a associação feita entre fandom e religião, ao passo que os estudos sobre peregrinação ganham destaque na área, uma vez que, para o autor, tal relação implica em dizer que o fã é um indivíduo que busca nos textos narrativos uma “razão para viver” (HILLS, 2000, 2013). As autoras Lynn Zubernis e Katherine Larsen (2018) vão retomar esta lógica proposta por Hills e ampliam o debate: para elas, de fato, a relação de que fandom provém ou é igual a movimentos religiosos não faz sentido. No entanto, elas propõem uma inversão na equação, ao dizerem que talvez seja possível pensarmos a religião como algo proveniente dos fãs, ao passo que debatem a peregrinação e trazem o termo “performance de crença” (*performance of the belief*), ao analisarem a experiência do fã ao visitar os locais onde a narrativa dos seus ídolos se passou, tendo em vista que estes locais estarão provavelmente diferentes de como aparecem nos vídeos, fotos ou memória:

Alinhado com nossa compreensão do poder do afeto por mundos imaginários, talvez, do mesmo ímpeto – de criar e refinar narrativas que nos ajudam a entender nosso lugar no mundo, que fornecem diretrizes para vivermos nossas vidas e nos conecta a algo além de nós mesmos ao mesmo passo que nos conecta ao “sagrado”. (ZUBERNIS; LARSEN; 2018, p. 155, tradução nossa)

A noção de performance de crença é útil não só para pensarmos a peregrinação, mas toda a experiência de consumo do fã, uma vez que ela entra como uma relação completamente imaginativa da ficção da diva. Duncan Light (2009) fala sobre tais

nuances performativas dentro das peregrinações dos fãs – vistas aqui como performances de gosto –, ao analisar seguidores de Drácula em viagem à Romênia para visitar lugares onde o Conde teria vivido. Por se tratar de uma história com grandes ramificações mitológicas não visíveis na peregrinação, o autor afirmar que os peregrinos "não simplesmente encontram esses lugares, eles também o performam" (LIGHT, 2009, p. 241).

Para Aden (1999), "as peregrinações simbólicas caracterizam indivíduos revisitando ritualmente lugares especiais que são imaginados simbolicamente através da interação da história e da imaginação individual" (ADEN, 1999, p.10), propondo que a peregrinação simbólica não acontece ao mesmo tempo que a peregrinação física (turismo biográfico). Brooker (2007), ao contrário, propõe uma interdependência entre os dois tipos de peregrinação. Para ele, o percurso físico não invalida a construção de produção simbólica do indivíduo fã antes, principalmente nas peregrinações de fãs nas quais, assim como os cristãos, vão a locais onde o corpo físico do ídolo não está. Brooker vai além, pontuando ainda uma dependência entre os dois tipos de peregrinações.

Novamente, entra aqui a noção de performance de crença: "O objeto do fandom, muitas vezes ausente ou morto, não está lá para ver a performance [do fã] e, portanto, sua importância reside na ação em si e não em quem observa a ação in loco. No entanto, o pensamento de gravar essa ação com um celular e compartilhá-la com outros fãs mais tarde pode aumentar o capital do fã." (ZUBERNIS; LARSEN; 2018, p. 154).

As autoras Zubernis e Larsen (2018) propõem esta lógica ao descreverem o momento em que os fãs gravam seus nomes na Abbey Road como uma prova de que estiveram lá e como uma tentativa de deixar um pedaço de si dentro da ficção dos Beatles. Ainda para Zubernis e Larsen (2018), as peregrinações físicas ou geográficas possuem performatividades clássicas: repetir poses dos ídolos, encenar textos ditos naquele cenário no qual tal produto foi gravado, tentar levar um pedaço ou algum objeto do local e/ou tentar deixar alguma marca ali gravada. Esta parte da peregrinação torna-se uma área de escalonamento da performance de gosto do fã, numa tentativa de esvaziar o turista que o observa, como acontece nos shows-residência de Las Vegas.

No entanto, divergindo de Aden, Brooker aponta que seria inviável separar em categorias distintas as noções que Brooker passa a chamar de "peregrinação simbólica" e a de "peregrinação física", uma vez que elas não se opõem. Muito pelo contrário, o percurso físico não invalida a construção de produção simbólica do indivíduo fã antes, durante ou após o percurso. Uma leva a outra.

A peregrinação simbólica como pontuada por Brooker (2007) diz respeito a possibilidades de viagens “sem sair do lugar”. O autor fala sobre a relação que o indivíduo cria com o objeto de idolatria e sobre a possibilidade de, através da narrativa proposta pelo ídolo ou texto, acontecer um processo de imersão. Este fenômeno, para o autor, pode ocorrer ao assistirmos uma série de televisão, por exemplo, ao passo que ela nos transporta para outro espaço dentro de nossas próprias salas.

Este ponto que o autor chama de *Travelling Without Moving* (viagem sem movimento, em tradução nossa), está devidamente esclarecido por ele em seu texto como algo funcional. Brooker descreve relato de fãs que dizem que mesmo em dias ruins, colocar um episódio de sua série favorita é capaz de te levar de volta a um lugar seguro, daí a noção de “*homecomig*”, tendo o lar com segurança. Ele se aproxima então da questão proposta aqui ao dizer que a peregrinação evoca uma memória, a segurança de um local já conhecido.

Assim, a ideia de peregrinação estaria então ligada a uma ideia de retorno a um espaço comum, de pertencimento. Através dos estudos de Sandvoss (2005), Brooker passa a perceber o esforço de um fã em transformar o local onde ele está, um espaço urbano que outrora foi set de filmagem de uma cena, para se transportar para a cena em si, criando um local simbólico e pessoal. Brooker então aproxima-se da ideia de viajarmos para nós mesmos através do objeto.

## 2.4 NOTAS SOBRE EXPERIÊNCIA ESTÉTICA DA APARIÇÃO E DESAPARIÇÃO

Em 1988, o filósofo francês que se dedicou a pensar tecnologias da comunicação, Paul Virilio, propôs pensarmos numa “estética da desapareição”. Paul, que também é arquiteto, trata da simulação tecnológica, desaparecimento da técnica e da mediação, pensando este processo como uma fantasmagoria midiática, aqui observada como a principal intensão da música pop: num jogo de mostrar e ocultar, a todo tempo, no palco, com luzes, na rua, com os paparazzi, nas músicas, audiovisual e fotos com os efeitos e filtros. O autor então propõe examinar condições que possibilitam a experiência sensível para o sujeito mesmo dentro de um cenário tão controlado, propondo que a própria lógica da desapareição seja um vetor de experiência.

Virilio passa a desvendar o papel do tempo na desvinculação entre percepção da audiência e a concretude dos objetos, entre Figura formada na nossa vista e o objeto em si. Comparando a noção de “experiência” com uma crise de epilepsia, surgem em sua

obra (2015) noções para além da desapareição, tais como a incorporação e o transe fragmentado, numa lógica experiencial com uma característica fracionada, muitas vezes dispersa e enciclopédica: “A experiência, como duração, sempre se constituiu como algo dessincronizado e fraturado” (CRARY *in* VIRILIO, 2015, p.11). Ou seja, há, em outras palavras, uma proposta de experiência estética no jogo entre arquivar memórias medidas do ídolo, trazê-las à tona pelo fã ou pela própria marca da diva, esconde-las, omitir partes narrativas numa remediação do produto, principalmente dentro de Las Vegas, cidade-corredor comercial.

O autor tece então uma crítica a como o estado de transe, a ideia de possessão e os devaneios foram integrados ao cotidiano da vida coletiva ao longo do tempo, passando eles mesmos a se tornarem processos comuns, corriqueiros, quando deveriam ser acontecimentos únicos para configurar uma “experiência sensível” e, exatamente por isso, se aproximam da ideia de experiência como um lapso.

Virilio (2015), em alguma medida, afirma que existem elementos vigilantes, como os que pontuo nas partes dois e três da tese através da experiência ao vivo do show em Las Vegas, dentre eles a tecnologia como prescritiva. O autor propõe então algo já estabelecido hoje, sobre como o panóptico de Michel Foucault (“Vigiar e Punir”, obra lançada originalmente em 1975) age nas nossas vidas, e, conseqüentemente nas nossas experiências através de atores vigilantes que, a todo o tempo, constroem, regulam, guiam. Assim, o tempo e a tecnologia seriam dois dos alicerces mais poderosos de vigilância que implicariam em tentativas de um certo adestramento das experiências. Com o seu pessimismo em relação a tais mediações, ele diz:

O confinamento dos corpos não mais se dá na cela cinética da viagem, mas numa cela fora do tempo, que seria um terminal eletrônico em que deixaríamos por conta dos instrumentos a organização do nosso ritmo vital mais íntimo, sem nunca mais nos deslocarmos, enquanto a autoridade de automatismo eletrônico reduziria nossa vontade a zero.  
(CRARY *in* VIRILIO, 2015, p. 14)

A nossa cela fora do tempo e espaço é, neste caso, os trinta homens que fazem a segurança do teatro Axis, onde acontece o show da Britney na “cidade do pecado”. Irônico que a noção de “pecado” esteja tão relacionada a uma cidade tão restritiva quanto Vegas. Os seguranças funcionam como atores que acionam a todo momento a realidade num espaço de simulação que, para além do espaço dentro do teatro em si, gerencia um clima que paira em toda a cidade. Vegas, através da sua máquina semiótica (letrados,



luzes, totens gigantescos, caminhos públicos cercados por grade etc) propondo um desaparecimento nublado dos dispositivos de vigília.

Afinal, a noção de “diversão” emana a ideia de descontrole, de falta de fiscalização ou do ato de burlar prescrições, como a ideia de “festividade”, que trata mais a frente. Irônico, novamente, então, que o termo *fandom* seja uma aglutinação de *fan kingdom*, ou reino dos fãs. A lógica de reino aqui soa tão prescritiva quanto Vegas, acionando uma hierarquização dos fãs. Surge então a primeira pontuação sobre o termo *fandom*: o termo vem da indústria. Não se trata de algo que represente a organicidade do fã em si, mas apesar disso, ainda é útil por nos relembrar a importância de estudar o fã pelo viés de um maquinário afetivo e de guerra, como propõe Jeder (2013). Um outro exemplo de embate de espaços prescritivos em Vegas com relação ao *fandom* se deu quando eu e uma amiga, muito fã da Madonna e também pesquisadora de cultura pop, Mariana Lins, fomos a um *after party* que aconteceria em frente ao Planet Hollywood. Naquela noite de outubro de 2015, Britney se apresentava com a *Piece of Me (POM)* ao mesmo tempo que Madonna passava pela cidade com a *Rebel Heart Tour*. As duas se apresentariam ao mesmo tempo e na mesma rua, na *strip*, e rumores no submundo dos fóruns davam conta de que Madonna estaria nessa festa, dentro da boate do hotel Aria. Um mês antes, o local colocou alguns ingressos online, anunciando um DJ qualquer que tocava naquela noite. Mariana me manda uma mensagem desesperada, sem saber se arrisca ou não comprar o ingresso: custava cerca de 60 dólares, aproximadamente 250 reais à época. Decidimos arriscar. Quando o grande dia chegou, eu estava assistindo a POM exatamente em frente do lugar onde a festa aconteceria mais tarde, enquanto Mariana via a *Rebel Heart* no MGM, no começo da rua. Contando apenas com o oscilante wifi dos resorts, marcamos de nos encontrar dentro do Aria, na porta da boate às 22h. No entanto, era minha segunda vez na POM. Assisti ao primeiro show naquela mesma semana e com Mariana, mas separados na plateia. Observei, no primeiro show, que o público das cadeiras, acabavam deixando os copos de acrílico em que bebiam por lá mesmo, nas poltronas, para que fossem recolhidos pela limpeza, após o show. O copo era um item que custava cerca de 10 dólares e dava direito a refil, mas isso não chamava a atenção dos fãs, que preferiam ver o show sóbrios. Porém, não se tratava de qualquer copo: era um copo com a logo do show, que provavelmente se tornaria uma relíquia quando o show saísse de cartaz, como de fato aconteceu. E a grande parte da socialização entre os fãs no pós-show se dava nessa disputa, ainda dentro do teatro e sendo expulsos pelos 30 seguranças, que se transformava

numa gincana: quem conseguia correr mais rápido e pegar o maior número de copos entre as apertadas fileiras no estilo cinema, ganhava.

Figura 08 – À esquerda, copo da “Piece of Me”; à direita, vista do teatro Axis após o show.



Fonte: arquivo pessoal

A preocupação seguinte era tratar de encontrar os dançarinos ou alguém da equipe da Britney para fazer perguntas sobre o show e sua carreira, ou entrar numa transe nostálgica ao relembrar o passado com a antiga assessora pessoal de Britney, Felicia Cullota.

Aposentada dessa função, ela se tornou a “VIP Tour guide”, ou seja, uma funcionária responsável por guiar os fãs que comprassem os ingressos mais caros nos bastidores do show, mostrando item por item, relembrando figurinos antigos no guarda roupa atual de Britney ou com antigos membros da banda. Uma vez que muitos fãs não tinham verba para esses ingressos, eles (eu incluso) corriam para tentar encontrar a Felicia, que costumeiramente ficava no hall de entrada do teatro, ao fim do show, para entregar aos fãs VIP suas fotos com Britney e um pôster autografado. Felicia também recebia pessoalmente, durante os bastidores e no pós show as cartas, bilhetes e presentes dos fãs para Britney. Algumas cartas eram respondidas com cartões e palavras carinhosas da Britney, outras com uma foto autografada, ou um encarte de um disco autografado, caso o fã pedisse e enviasse o encarte junto com a carta (meu caso). Nunca saberemos quem assinava realmente aquelas mensagens, fotos e encartes, que receberíamos em casa, via correios, já que “Britney não assinava após o show por estar muito cansada”. Porém,



mas pensei “provavelmente ela já entrou ou ainda vai entrar”. No fim, ela ainda não havia chegado e ainda passaríamos cerca de meia hora em pé na fila para entrar na boate. Mais fãs da Madonna chegaram e começaram a se aglomerar, muitos vestidos de Madonna (havia uma parte do show em que ela chamava fãs para o palco, e geralmente escolhia quem estivesse à caráter). Entramos e não poderíamos estar mais deslocados: éramos um bando de gente, parte vestida de Madonna, parte com camisas dos shows POM e Rebel Heart. A boate era na cobertura do hotel e pode ser resumida como uma grande área VIP circular na pista de dança e uma área VIP externa. E nosso ingresso não dava direito a nenhuma delas, o que implicava em não podermos ficar parados em lugar algum por mais de dez minutos, sem que chegasse um segurança pedindo para circularmos: “Esta área está reservada. Vocês não podem ficar aqui”, mas todas estavam. Era um grande pesadelo gay: héteros com suas namoradas/esposas mais novas, a galera de direita das faculdades, e empresários, todos pedindo espumantes que chegavam através de bandejas seguradas por garçonetes seminuas, enquanto fogos de artifício num estilo vulcão saiam de dentro das garrafas de espumante.

Após circulamos em bando por aproximadamente uma hora, sem dinheiro para comprar as bebidas vulcânicas e ouvindo uma música eletrônica irritante, decidimos ir para a área externa. Lá, havia uma piscina central gigantesca e cada mesa possuía uma jacuzzi própria. A piscina gigante, ou a mureta de mármore que separava ela dos não vips foi o único lugar que nos restou. Finalmente sentamos e ficamos assistindo às TVs analógicas que decoravam a área externa da boate e passava clipes dos anos 90. Meia hora e muitas reclamações depois, além do arrependimento, eu e Marina entramos num clima introspectivos e ficamos apenas calados assistindo aos clipes. Mariana parecia querer ir embora quando nem para a TV ela olhava mais, até que eu fiz: “Amiga, tá passando algum clipe da Madonna na TV”. Ela olhou e ficamos alguns segundos (que pareceram uma eternidade) vidrados nas imagens, tentando descobrir que clipe era, calados. Até que numa voz seca, Mariana, sem tirar os olhos da Figura, fala: “Amiga, isso não é um clipe. Isso é dentro da boate). A cena seguinte poderia estar facilmente no filme “Guerra Mundial Z”, no qual Brad Pitt tenta fugir de zumbis que formam uma muralha “humana” para impedi-lo de sair dali vivo, num helicóptero.

Madonna estava vivendo seu momento DJ enquanto dividia as *pick-ups* com oDJ residente da casa, mas não havia como chegar perto ou assistir, pois ainda não era permitido ficar parado no espaço interno. Além disso, a boate estava completamente tomada por fãs e não-fãs se empurrando em movimentos circulares para tentar chegar

próximo da Madonna. Numa dessas “ondas” de movimento, fomos empurrados e jogados em direção a saída da boate, o que acabou sendo ótimo, pois ficamos do lado da cabine do DJ, que era um metro acima do nível da pista, mas conseguimos ver Madonna de perto. Só não conseguimos tirar uma foto que servisse devido aos empurrões e “ondas” de gente vindo em nossa direção. Ficamos próximos da Madonna por alguns segundos, à nível de conseguir ver a mistura da textura de sua pele, plásticas e do aplique encaracolado. Porém, quando rememoro tudo isso na cabeça sem olhar para as fotos borradas que tiramos, a Figura que vem é a da cabeça de Elba Ramalho no corpo de Madonna.

Figura 10 – Madonna na The Marquee



Fonte: GETTY / Arquivo pessoal

Talvez isto tenha alguma relação com um sonho recorrente que eu tive durante os primeiros anos da minha adolescência. Eu sonhava que estava num show da Britney. Era o mesmo que ela havia apresentado no Rock in Rio III, em 18 de janeiro de 2001, mas eu estava muito longe na plateia e, quando conseguia chegar próximo, via que, na verdade, era o show de uma *cover*. Porém, deixarei essa análise para a psicologia.

Por mais que a indústria da música e suas ramificações por si só não impliquem numa organização desta ordem do fã em ambiências fora e dentro do show – espaços extremamente seguidados pela grade, área vip, tapete vermelho, filas preferenciais etc. –, a máquina pop funciona de acordo com o sistema político vigente e, portanto, com vigília e hierarquização em todos os espaços de sociabilidade: fóruns online, grupos no *facebook*, grupos de aplicativos de texto, listas de e-mail. No show da Lady Gaga em Vegas, que começou em 2018, é proibido fazer fila, por exemplos. Todos estes casos recriam as grades que separaram as plateias do show e todos eles estão camuflados por uma sensualidade do corpo magnífico apresentado pela máquina em formato de ídolo.

Ser fã é, para além de tudo, resistência no sentido de conseguir manter as emoções, driblando a vigília: movimento clássico do indivíduo nômade, organizadores da máquina de guerra afetiva, como proposto por Deleuze e Guattari (1997). Ser fã é forçar um desaparecimento do maquinário no aflorar das emoções, é fazer enxergar por um viés específico na expectativa de defender o próprio ídolo. É manipular, escolher um lado, permear um conceito que é extremamente elitista dentro do pop, por muitas vezes ser relacionado ao poder aquisitivo de compra de toda a parafernália que os artistas pop lançam a cada mês. No caso de Britney, os fãs que vão a Vegas e posteriormente ostentam seus *meet & greets*, suas fotos do show tiradas da primeira fila ou os itens comprados na loja oficial (camisa, boné, tourbook, adesivo, ímã) se sobressaem, mas há uma linha tênue entre o que se mostra e o que se esconde, ou melhor, dentre os motivos que levam a mostrar e a esconder. Tomo como exemplo um fã bastante popular da Britney, o Alex, oí King Alex, como ele se intitula. Ele, assim como a maioria dos fãs, gosta de Britney desde de criança e costumava a ir a todas as aparições dela, mesmo no começo de carreira. Ele possui mais de 100 fotos tiradas com Britney em encontros pagos e gratuitos, desde que ele era criança. Ele costuma acompanhar Britney nas turnês (indo para quase todos os lugares do mundo onde ela se apresenta). O encontrei no show que Spears fez no Rio em 2011. Ele estava criticando o comportamento dos fãs brasileiros que, em certo momento do show, deixaram Britney assustada com tamanho alvoroço, fazendo com que ela pedisse “silêncio” à plateia no mesmo show.

Virilio (2015) propõe pensarmos a Figura que desaparece e reaparece modificada através da noção de um ataque de “picnolepsia”.

Do grego *picnos*, frequente. Lepsia, tomada, do ato de “tomar um tempo”, ou um “tempo roubado”. É um tipo de epilepsia que faz com que as pessoas percam a atenção durante alguns minutos ou segundos e que, ao retornarem para o tempo presente, recobram a memória apenas de antes da perda da atenção.

Na obra “Estética da desapareição”, Virilio se interessa pelo termo para assimilar a noção de experiência por conta do “não visto dos instantes perdidos” ao passo que relata um truque fotográfico criado por Georges Méliès, cineasta e fotógrafo, inventor da técnica do “truque por parada” na câmera fotográfica: um movimento de travamento de película da câmera que sobrepõe dois momentos/imagens em uma metamorfose a partir dos elementos em movimento. No truque, o homem, fotografado antes da parada da camera vira uma mulher, que agora passa pelo mesmo lugar que ele na rua: “os acasos da técnica haviam recriado as circunstâncias dessincronzantes da crise picnoléptica” (VIRILIO, 2015,

p. 25). O truque por parada torna-se em Méliès a própria base da produção da aparência, da sua invenção: “O que ele mostra de realidade é aquilo que reage continuamente às ausências da realidade que passou. É o ‘entre as duas’ realidades que torna visíveis as formas que ele qualifica de ‘impossíveis, sobrenaturais, maravilhosas’” (Idem, p. 26)., diz Virilio sobre o diretor.

No entanto, vale ressaltar que “a busca das formas [numa transformação] não passa de uma busca de tempo. Porém, quando não há formas estáveis, não há nem mesmo uma forma do todo” (idem). Ou seja, se pensarmos a lógica do desaparecimento criada pela máquina, implicaria pensarmos no reaparecimento da Figura produzida do ídolo para o fã – uma ficção – e, ao mesmo na contraposição entre as duas imagens: a imaginada e a real, quando os fãs assistem a um show, por exemplo. A sobreposição consagra a fantasmagoria, a distração, a camuflagem dos mecanismos e o despertar da experiência: nublar, assíncrona no tempo e espaço, uma vez que somos raptados para o duplo ficcional, estamos diante de fantasmas. Não é exatamente que não queiramos estar dentro da ficção, muito pelo contrário. No *fandom*, percebo que ao mesmo tempo que o fã quer fazer parte da ficção, ele quer desvendar fragmentos do real que existem ali. É, de forma paralela, uma ideia que não tem pretensão ou obrigação alguma de acontecer, mas que ao mesmo tempo há um empuxe constante do fã por uma sinalização de realidade, ou melhor, de materialização.

No palco, a percepção do artista é, então, relacionada à noção de velocidade contida na ficção e no pensamento. A Figura formada em nossos olhos e as sensações da presença são mais lentas, talvez, do que a ideia que temos criada pelo duplo do ídolo. Virilio fala sobre a dicotomia entre objeto e Figura fotografada: há um descompasso entre o objeto e a formação da Figura do objeto. No caso da experiência no show, novamente, o nosso pensamento diante da fantasmagoria nunca permite alcançar, afinal, a verdadeira aparência dos corpos.

Em Las Vegas, de acordo com Virilio (2015) que analisa brevemente a cidade, é criada uma situação de indução do espaço urbano a um estado “picnoléptico” do indivíduo. Ou seja, há o que chamo aqui de arquitetura do desaparecimento, ou arquitetura pop: estamos diante de formações de imagens nubladas por luzes, guiadas por fantasmas da diversão (jogos, drogas lícitas e ilícitas). Estaria aí a propensão urbanística para um local de shows fantasmagóricos, de monumentos deslocados diante das ruas, de monumentos nos palco, propostos pela velocidade do devir diversão: “ ‘Filmar o que não existe’, dizem ainda hoje os especialistas anglo-saxões dos efeitos especiais. No fundo,

isso é inexato: o que eles filmam existe, de um modo ou de outro. É a velocidade em que o filmam que não existe” (VIRILIO, 2015, p. 24).

Ou seja, não é que a Figura do artista não existe para nós, fãs. Ela existe, ela é real, ela apenas tem uma oposição com a velocidade do tempo e, por isso, só se concretiza, talvez, no nosso imaginário. É preciso de técnica para ativar o homem disperso e despregar o indivíduo censor do mundo “real”, colocando-o no que “seria uma espécie de transe controlado, ou melhor ainda, de controle de velocidade de consciência” (VIRILIO, 2015, p. 38), e esta técnica está presente num sistema narrativo do ídolo pop.

Sabemos que, no arquivo da coleção de momentos da diva pelo fã, o espectador é captado, primeiro, sempre por uma ilusão, e depois por uma tentativa de compreensão dessa ilusão no trânsito da vida de fã e no transe da presença do ídolo (ao vivo ou em áudio/vídeo). Virilio confirma a cronologia dessa aparição/desaparição ao afirmar que:

Podemos pensar na reflexão de Marcel Proust a propósito da Marquesa e Sévigné: ‘Ela não apresenta as coisas na ordem lógica, causal, mostra primeiro a ilusão que nos impacta’. Na ordem da chegada da informação, Proust nos aponta, portanto, o estímulo da arte como mais rápido, já que nela as coisas não acabam por ceder ao sentimento, mas, ao contrário, começam por ele. Em suma, a sensação, tornada causal pelo próprio excesso de sua rapidez, supera a ordem lógica. Proust verifica a ideia sofisticada de apatia, a instantaneidade da entrada possível numa outra lógica ‘que dissolve os conceitos de verdade e ilusão, realidade e aparência, e o que é dada pelo kairós, que podemos chamar de ‘ocasião’ [...], o que escapa ao universal e abre um espaço para a diferença, o epiekês, aquilo que é adequado num momento particular e é, por definição, diferente” (VIRILIO, 2010, p. 42-43)

Talvez colecionar a Figura, arquivar o ídolo, seja uma tentativa de dar materialidade a algo tão abstrato. Talvez seja a necessidade de demarcar fisicamente sua existência, de gravar sua memória num estrato antes que a memória se perca na experiência enquanto voltamos ao “comum”, ao ordinário. As semelhanças com a epilepsia e com o ataque picnoléptico, são repensadas pelo próprio autor, quando este menciona a experiência de uma das meninas que diz ter presenciado a aparição da Virgem Maria na Europa. Originalmente, a epilepsia provoca uma total perda de controle no indivíduo. No entanto, o que se percebe na experiência é mais próximo talvez de um sonho lúcido.

No relato descrito por Virilio (2015), a menina Bernadette fica pálida diante da Virgem, mas é despertada pela presença que emana a experiência mágica em si. Há aqui o que ele chama de uma repetição dos instantes que precedem a ausência epilética, ou



seja, há transe e há uma consciência dentro do transe que leva a narrativa fantasmagórica a sério: “As semelhanças aparentes com a epilepsia terminam aí: Bernadette era capaz de agir durante o êxtase, de se deslocar, até de comer. Ao voltar a si, lembrava-se do que havia acontecido” (VIRILIO, 2015, p.46). Virilio, muito antes, ao final da década de 1980, afirma que este processo existe apenas porque o verdadeiro sonho do homem é exatamente ser Figura. Ou seja, ser ficção.

Las Vegas é um lugar de se permitir entrar na ficção e onde tudo, até o urbanismo, operam neste sentido: “O homem deslumbrado consigo mesmo fabrica seu duplo, seu espectro inteligente, e confia o entesouramento de seu saber a um reflexo” (IDEM, p. 52). O autor então cita um exemplo muito próximo das divas que analiso ao dizer que por mais que o artista quisesse se desvincular do seu duplo belo e estereofônico, mesmo após a sua própria morte física (do ídolo), ele não conseguirá.

Novamente retornam tanto Britney quanto a fantasmagoria do show póstumo do Michael Jackson: a primeira por já não parecer mais com sua própria Figura tão difundida no público e o último por já estar morto e ser representado pela holografia em seu auge. No entanto, nada é, de fato, real: “*A matéria primordial da visão, é, segundo o dr. Broad, algo que não tem substrato em si.*”p. 58 – E daí, a partir do momento em que nada é visto como substancial, tudo pode ser real, inclusive o duplo, o reflexo, a fantasmagoria. No fim, nos resta esquecer estas diferenças, não há outra alternativa, diz Paul. Precisamos nos desvincular da propagação em si, já que tudo será estimado pela intensidade (VIRILIO, 2015, p. 79). Ou seja, num momento onde a simulação acontece baseada em outra simulação (show de Britney que reencena momentos importantes de sua carreira), proporcionando uma hiper mediação da realidade, e por conseguinte o simulacro, não interessa discutir se aquilo que vemos é real ou não, apenas pensarmos em como aquilo nos afeta e como dramatizamos este afeto enquanto fãs. Começo com um primeiro fragmento de minha experiência enquanto fã de pop.

## 2.5 NOTAS SOBRE DRAMAS SOCIAIS NA FRUIÇÃO DE MÚSICA POP EM PETROLINA, PE

Nos anos 2000, a internet ainda lutava para se tornar popular no Brasil e eu, no sertão pernambucano, na cidade de Petrolina, sem MTV (que lá era um canal fechado), e cercado por rádios que só tocavam forró ou brega, precisava esperar o horário mais barato da internet para obter qualquer informação sobre Britney. Minha mãe administrava um

restaurante popular com meu avô no centro. O estabelecimento ficava duas casas depois de uma banca de revistas. E esta passava a ser minha primeira peregrinação geográfica em prol da cultura pop: muitas vezes, íamos a pé, de casa para o restaurante, eu e minha mãe, o que dava aproximadamente meia hora de percurso.

A ida a banca de revista sozinho, enquanto minha mãe estava ocupada, era o grande momento do meu dia, já que eu poderia ler reportagens de revistas como a “Capricho” ou “Toda Sua” sem ter minha sexualidade questionada – isso, se eu tivesse sorte e a revista não estivesse lacrada. Caso contrário eu teria que esperar alguma menina do colégio comprar uma edição e levar para as aulas. Como muitas meninas tinham a prática de assinar a versão física da Capricho na época, isto não era algo tão difícil de acontecer. Geralmente a revista saía passando de mesa em mesa, principalmente se fosse uma Capricho polêmica. Os meninos costumavam demorar menos com a revista ou passar automaticamente para a mesa da frente, tirando um sarro, como se segurar na mão uma publicação “feminina” colocasse em questão a masculinidade deles. Quando a revista chegava na minha mesa, eu tinha duas opções: ou leio rapidamente trechos da matéria, para ninguém perceber que eu me interessava por textos “para meninas”, ou passava para a frente igualmente aos outros meninos. Eu só me arriscava quando vinha Britney na capa, ou, principalmente o duo lésbico russo, t.A.T.u. Isso porque Britney tinha um grande fansite no Brasil, o Britney.com.br, ou BBR, como chamávamos, com um fórum imenso, e eventualmente alguém iria postar a matéria por lá. Havia também um canal no IRC recifense dedicado à Britney, em 2000, o #BritneyPE, onde coincidentemente, conheci o Danilo Cipriano, um dos op’s (administradores) do canal e que, também por coincidência, acabou indo nos mesmos shows que eu da “*Piece of Me*”, quando fui da primeira vez, em 2015. Já as t.A.T.u., bem, elas eram uma dupla russa e apesar de ficarem conhecidas com o hino gay “*All The Things She Said*”, lançado em inglês em 2002, elas não sabiam falar inglês. Então a maior parte das notícias saíam em russo e o tradutor online não era um costume ou uma boa ferramenta.

A Capricho das t.A.T.u. havia saído na semana seguinte ao meu aniversário, que costumava ser um dos dias mais constrangedores para mim em sala de aula, já que depois do “parabéns”, cantado coletivamente pela sala, havia o “com quem será?”. Eu lembro de sentir minha pressão cair durante os primeiros versos do “parabéns pra você”, aguardando a vergonha pública que era o “com quem será”. Às vezes o momento demorava mais ainda, já que enfiavam o “é big, é big...” entre as duas. Não ir para a aula nesse dia não era uma opção e eu costumava olhar o calendário dos anos seguintes, no meu Windows

98, para saber exatamente em qual ano, durante a década, meu aniversário cairia em finais de semana, e isso dava o tom triste ou animado da virada de cada ano para mim. Em “*The Affective Sensibility of Fandom*”, Lawrence Grossberg (1992, p.51-52) fala sobre a relação da audiência com um produto da cultura pop:

Temos que reconhecer que, na maior parte, a relação entre o público e os textos populares é ativa e produtiva. O significado do texto não é dado em alguns conjuntos de códigos disponíveis de forma independente, os quais podemos consultar por nossa própria conveniência. Um texto não carrega seu próprio significado ou política já dentro de si mesmo, nenhum texto é capaz de garantir quais serão seus efeitos. As pessoas estão constantemente lutando, não apenas para descobrir o que um texto significa, mas para fazer com que isso signifique algo que se conecta às suas próprias vidas, experiências, necessidades e desejos. O mesmo texto significará coisas diferentes para pessoas diferentes, dependendo de como ele é interpretado. E pessoas diferentes têm recursos interpretativos diferentes, assim como têm necessidades diferentes. Um texto só pode significar algo no contexto da experiência e da situação de seu público específico. Igualmente importante, os textos não definem com antecedência como eles devem ser usados ou quais funções eles podem servir. Eles podem ter diferentes usos para diferentes contextos. O mesmo texto pode ser fonte de romance narrativo, fantasia sexual, prazer estético, aquisição de linguagem, identidade ou rebelião familiar<sup>32</sup>.

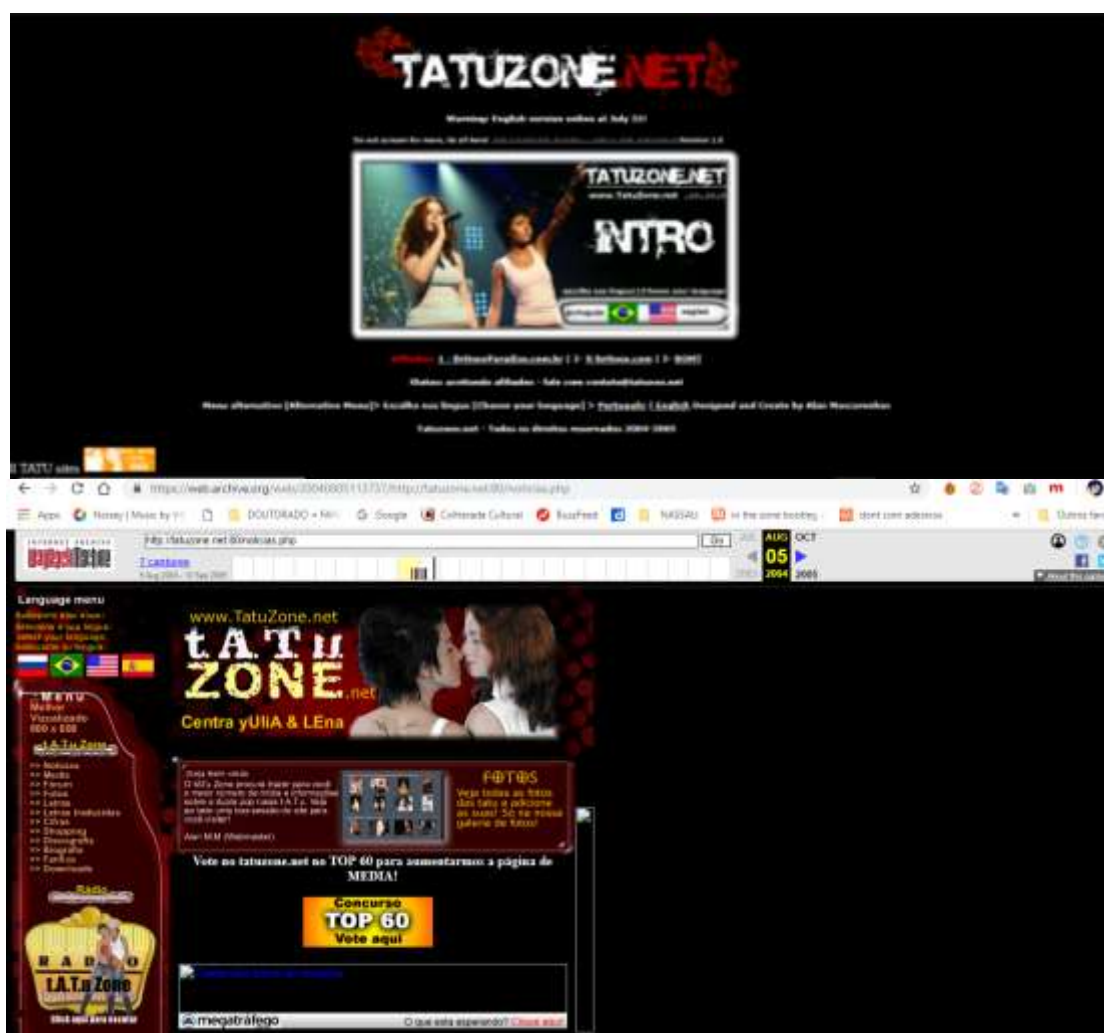
A fala do Lawrence é necessária aqui para pontuar que 1) desde a primeira fase dos estudos de fãs já era entendida ou se lutava para fosse, a relação fã-objeto de idolatria, muitas vezes com um viés político, principalmente sobre questões vinculadas à gênero e sexualidade; 2) há um traço de reconfiguração de objeto idolatrado que funcionaria como uma rebelião identitária; e é neste lugar que eu me encontro, por mais que de 2000 a 2003, Britney, por exemplo, não abordasse nada relacionado ao assunto, o que talvez tenha me feito aderir às t.A.T.u., que cantavam sobre a culpa de estarem apaixonadas, uma pela outra.

---

<sup>32</sup> T.N.: “We have to acknowledge that, for the most part, the relationship between the audience and popular texts is an active and productive one. The meaning of the text is not given in some independently available set of codes which we can consult at our own convenience. A text does not carry its own meaning or politics already inside of itself, no text is able to guarantee what its effects will be. People are constantly struggling, not merely to figure out what a text means, but to make it mean something that connects to their own lives, experiences, needs and desires. The same text will mean different things to different people, depending on how it is interpreted. And different people have different interpretative resources, just as they have different needs. A text can only mean something in the context of the experience and the situation of its particular audience. Equally important, texts do not define ahead of time how they are to be used or what functions they can serve. They can have different uses for different contexts. The same text can be a source of narrative romance, sexual fantasy, aesthetic pleasure, language acquisition, identity or familial rebellion.”

Me dediquei, a partir daí a estuda russo e a montar um *fansite* para a dupla, em português e inglês, na expectativa de evitar que outras pessoas passassem por isso. Como Petrolina não tinha aula de russo, na época, e talvez eu não pudesse pagar, caso existisse, baixei diversos tutoriais que me ajudavam na tradução. Comprei uma revista de informática que vinha com um CD-ROM e nele tinha um tradutor de palavras (não traduzia a frase com contexto) e foi a salvação. O site “t.A.T.u. Zone” (tatuzone.net) cresceu, começamos a montar um fã-clube e eu a colaborar com matérias da Veja sobre música pop na Rússia, no auge da banda entre 2003/2004. O “Zone” no nome do site era uma referência ao recém lançado álbum da Britney, o “In The Zone”, de 2003.

Figura 11 – Prints do site TatuZone.net



Fonte: Arquivo pessoal

Figura 12 – Revista capricho, edição 18 de maio de 2003



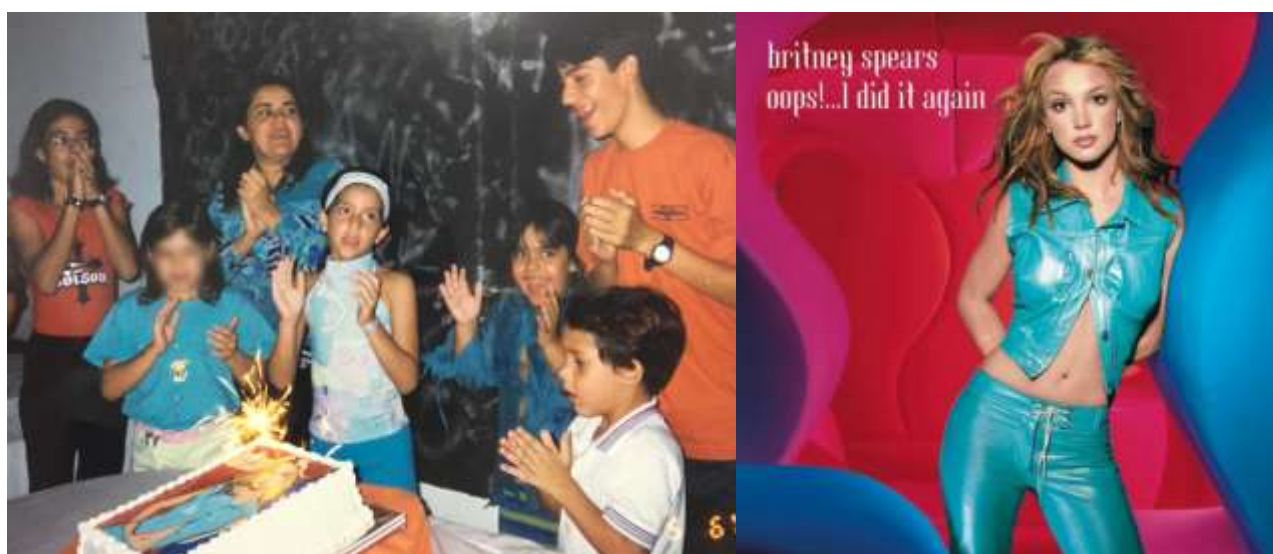
Fonte: <http://oespiritoqueanda-tudohqparavoce.blogspot.com/2013/09/coletanea-de-capas-da-revista-capricho.html>

Como mencionei, a revista saiu logo após meu aniversário, trazendo dois momentos de tensão minha na sala de aula em um curto período de tempo. Afinal, eu já estava no ensino médio e todas essas questões de identidade e de gênero ficaram mais latente. Por isso, eu, literalmente, ficava gelado durante o “parabéns” e meu medo era de que várias coisas acontecessem: primeiro, o da sala ficar muda ou censurada por risadas, durante o momento no qual eles precisavam encaixar um nome de uma menina na parte



que diz “vai depender se \_\_\_\_\_ vai querer”; o segundo medo era de falarem o nome do meu melhor e único amigo homem de infância no colégio, já que costumávamos andar juntos por conta do amor à música pop; terceiro, de eu desmaiar por conta da pressão baixa ou vomitar devido a ansiedade; por último, quando nenhuma das opções anteriores aconteciam e a sala encaixava o nome de alguma amiga minha, eu ficava com vergonha por ela.

Figura 13 – Maio de 2000, Meu aniversário em 2000, com bolo da Britney pintado à mão / Petrolina - PE



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Felizmente, eu nunca desmaiei ou vomitei, apesar de ficar com náuseas nesses momentos. E, apesar de um ou outro gritar o nome de algum menino ou fazer alguma piada nas celebrações de aniversário, a sala católica do meu colégio de freiras nunca aderiu ao nome masculino. Era sempre algo isolado. Havia risadas jocosas sempre depois que alguém gritava o nome de um menino, mas eu fingia que não tinha acontecido. Em alguns anos, a sala simplesmente não cantava o “com quem será” e em outros, acontecia de eu, inesperadamente, ficar com alguma menina e ela ser citada.

Apesar de essa tensão durar até o último ano do colégio, só comecei a me dar conta dessas questões a partir da terceira série, quando sai de uma escola menor, apenas para crianças, e fui para o colégio católico com intensão de me formar lá. Os problemas com o bullying não se davam por conta do colégio em si, que não era um ambiente hostil, apesar de religioso. A escola havia sido construída por freiras e aceitava apenas meninas

nas décadas iniciais. Todas as minhas tias, minha mãe e até Ivete Sangalo estudaram lá, e, por conta disso, o colégio parecia ter mais meninas que meninos na minha época, mesmo a tradição já tendo sido abandonada anos depois de minha mãe concluir seus estudos. Porém, o ritual do “parabéns para você” permaneceu até eu me formar e, apesar de eu ter crescido e amadurecido um pouco mais, as náuseas continuavam, mais fortes, por que eu comecei a precisar fingir que estava levando na brincadeira. Por sorte, da terceira série ao terceiro e último ano do ensino médio, fiz grandes amizades que carrego ainda hoje e que me apoiaram durante toda a trajetória na escola, mesmo alguns amigos se mudando para outra instituição no decorrer. Eu não me sentia confortável para debater minha sexualidade com nenhum colega ou amigo, até o segundo ano do ensino médio, mas a música pop era um elo forte nas amizades que, pareciam saber e me proteger, mesmo que de forma muitas vezes velada, do preconceito.

A verdade é que esta questão de identidade e de gênero não era debatida por mim nem comigo mesmo. Eu precisava naturalizar a ideia dentro de mim antes, e enquanto isso, a banca de revista era meu refúgio pop. Depois, os fóruns e canais online das t.A.T.u. e Britney começaram a dividir o espaço ocupado pela banca.

Figura 14 – Antiga banca de revistas em Petrolina, em foto de 2012, com uma loja de roupas no local.



Fonte: Google Street View

Raramente música pop era temática de qualquer revista “masculina” nos anos 2000. No entanto, uma vez que o funcionário da banca costumava fazer a contabilidade das figurinhas vendidas durante o dia, sem dar muita atenção para quem ali entrava, eu conseguia transformar aquele espaço “público” de saída e entrada de pessoas, em meu quarto. Costumava passar a tarde lendo revistas de traduções de músicas pop: Spice Girls, Backstreet Boys, \*NSYNC, 5ive e Britney estavam entre meus favoritos e a leitura só era interrompida quando algum cliente entrava na loja, sorrateiramente, enquanto eu estava com um exemplar da “Alô Garota” ou algo do tipo na mão. Naturalmente que a transformação da banca de revistas num espaço de dramatização e embate poderia estar acontecendo apenas dentro da minha cabeça. Afinal, nenhum cliente questionou ou interrompeu minhas leituras, e o funcionário, nunca prestou atenção suficiente para me repreender, mas havia uma normatização velada na sociedade de Petrolina e no meu colégio católico, materializado num olhar restritivo e inquisitivo e que me fazia acreditar que eu estava fazendo algo errado pelo simples fato de existir e de não ser exatamente como a maioria dos meninos.

Por azar meu, a banca também ficava próxima do meu colégio e a probabilidade de algum colega me ver e espalhar para todo o colégio que eu era leitor da “Atrevida”, da “Capricho” ou de qualquer uma dessas publicações “para meninas”, me deixava em alerta constante, fazendo com que eu transformasse aquela banca minúscula, em um campo de dramatizações diante das tensões impostas através da pólis prescritiva. Tratava-se de um campo de batalha, um espaço limite entre prescrições e tentativas de burlar as regras.

“Campo”, para Turner (2008, p. 14), “são os domínios culturais abstratos nos quais os paradigmas são formulado, estabelecidos e entram em conflito”, ou seja, consiste numa espécie de véu que cobre a cidade, amarra e vigia. Os olhares dos outros garantiam que eu não esquecesse disso. É uma espécie de panóptico fluído, invisível. Turner continua: “Tais paradigma consistem em um conjunto de “regras” pelas quais vários tipos de sequência de ação social podem ser geradas” (TURNER, 2008, p. 15) e o drama era o que se passava pela minha cabeça. Por conta das regras às quais fui exposto educacionalmente, eu tinha plena convicção que eu estava fazendo tudo errado. A convicção aumentaria com a puberdade e eu passaria a me punir pelo que eu não sentia em relação ao sexo oposto, mas preciso falar sobre outras sensações antes, como a sensação de transmutação e êxtase na banca de revistas, tomando as publicações impressas sobre as divas pop como um objeto de transtorno, mas também de transporte. E, apesar do medo eminente, um lugar mais seguro do que minha própria casa.



A sensação de “fazer algo ilegal” vinha não só por burlar regras, mas pela tensão eufórica que a probabilidade de ser descoberto conferia. Eu não estava apenas lendo sobre Britney ter falado numa entrevista que gostaria de se casar virgem, eu estava “separando” meu corpo de regras que não eram minhas, nunca foram, apesar de elas ficarem ecoando na minha cabeça durante todo o tempo da leitura fragmentada.

A banca tinha ainda uma área restrita, onde ficavam as revistas pornográficas e as revistas em inglês (mais caras), estas últimas com fotos dos meus artistas favoritos e que eu não encontrava nas revistas nacionais. Não era fácil convencer o caixa de que eu realmente não ligava para as revistas de nudez, mas às vezes ele me deixava entrar ali, mesmo sendo menor de idade, e em muitos dias eu conseguia entrar sem ser notado.

Eu não sabia falar ou ler inglês com fluência na época, mas uma foto inédita dos bastidores do filme “Titanic” já valia. Por isso, quando Victor Turner (2008) fala sobre dramas sociais como processos escalonados de reações do sujeito num espaço de tensão, percebo que preciso fazer uma ressalva narrativa: estas memórias são contadas por mim a partir da minha própria perspectiva etnográfica e, naturalmente, tento relatar da forma como eu lembro que as vivenciei, com a carga cultural que eu tinha no momento, mas ainda assim, não foram anotadas em qualquer diário, apesar de estarem no meu corpo até hoje. No entanto, são essas sensibilidades que importam aqui: não é necessariamente a cena dada, mas o que acontece nas suas entranhas. E, por isso, naquela época, sempre que deitava para dormir e lembrava que uma sociedade prescritiva com base na opinião de poderes gerenciados por interesses pessoais diferentes dos meus imperava, eu entrava sistemática punitiva com meu próprio corpo, fosse através de orações e pedidos de perdão a um Deus punitivo, que eu acreditava existir, ou tentativas sistemáticas de impedir que meu corpo se movimentasse de certa maneira. Não havia uma auto-multilação de fora para dentro, mas de dentro de mim para fora. A auto censura e a culpa eram companheiras constantes minhas todas as noites, que seguiam com pesadelos diários e recorrentes. Por isso, a música pop embricada com meu cotidiano era, ao mesmo tempo, um problema e uma solução: meu armário, meu espaço seguro, mas ao mesmo tempo algo que diariamente me deixava exposto.

Figura 15 - Revistas dos anos 90 e 2000 que comprei na banca de Petrolina e guardei na coleção



Fonte – Arquivo pessoal do autor

Aquelas revistas sobre Hollywood e o estrelato se apresentavam para mim como um espaço outro, capaz de me acolher sem impor tantas regras. Eu só queria fugir e entender por que eu era condenado por algo que eu nem entendia. Recobrando a memória, lembro que o simples fato de a revista se chamar “Alô Garota” me incomodava profundamente, mesmo eu tentando ignorar aquilo ao focar nas notícias. Este comportamento de culpa foi me tornando uma criança preconceituosa, numa tentativa de “parecer normal”, já que o preconceito era uma norma. Foi, inclusive, assim que comecei a conhecer pessoas no IRC que virariam grandes amigos em Petrolina, meninos fãs de pop, que usavam apelidos virtuais (*nicknames* ou *nick*) de “Justin\_Timberlake”, por exemplo. Me recordo que foi assim que me aproximei do Raphael, abrindo uma conversa privada com ele na plataforma para “rir” do apelido escolhido, replicando o que faziam comigo no colégio. No entanto, Raphael era uns anos mais velho e soube lidar muito bem com o meu preconceito. Nos tornaríamos grandes amigos, mesmo passando muitos anos sem entrar no assunto de gênero.

Ainda assim, posso dizer que a revista e todo o percurso até a leitura daquela notícia, além do desdobramento corporal durante meu ritual secreto, como a saída de casa, mesmo acompanhado por minha mãe, funcionava como uma tentativa peregrinatória de

separação da próli prescritiva. Eu queria estar em qualquer lugar, menos naquela cidade, e a heterotopia da música pop era meu escape.

Turner (2008) traz a noção de que a vida ordinária e a peregrinação não funcionam como um ato separatista, ou seja, não falo aqui de alienação, mas de um corpo-habitar. Para ele, a peregrinação se dá dentro do cotidiano, por caminhos que já estão ali. O que muda no trajeto não é o lugar pelo qual se percorre, mas com a forma como eu percorria tais locais. Eram estas questões, vinculadas ao afeto, que determinavam, ao meu ver, duas instâncias completamente distintas citadas por Turner: o cotidiano sedentário e o nomadismo.

Portanto, retomando o título desse capítulo, “separação”, se consolida como uma separação simbólica entre um espaço prescritivo e o espaço da música, e que, por ventura, pode envolver um deslocamento físico ou geográfico de forma palpável, mas que também pode promover a separação ou a multiplicação como deslocamento.

Do latim, “*separatio*”, origem etimológica de “separação”, significa “divisão”, o que me leva a entender a validade do termo para se pensar a relação do “eu” com a divindade feminina da música pop. É como se para alcançar a ficção mediada da diva, fosse necessário uma divisão de mim mesmo, parte vigiando, parte no “encontro com a deusa”, que é um dos nomes que Joseph Campbell dá a certo momento da jornada do herói. O encontro com a deusa se dá na segunda etapa da jornada e significa o encontro com um mentor dentro da estrada de provações. Relaciono aqui este momento com a lógica da celebridade “amiga” que passa a vigorar após a construção imagética de diva inacessível, como quando Lady Gaga confessa ter sido abusada sexualmente e passa a apoiar o movimento contra R. Kelly, um dos seus produtores, retirando a faixa “Do What You Want (With my Body)”, na qual ambos cantam juntos, do seu catálogo musical. Os amigos também fazem parte dessa construção segura, mas as conexões com esses amigos se davam quase sempre através da cultura pop: uma série, uma novela, uma banda, uma diva, uma canção.

Assim como o “encontro com a deusa”, há outros pontos limites na jornada do peregrino, mas a única coisa incomum entre todos eles é o movimento de separação:

Um exemplo disto é o fato simples da separação espacial daquilo que é familiar e habitual. Esta separação pode ter, em várias culturas, facetas, funções e aspectos punitivos, purificadores, expiatórios, cognitivos, instrucionais, terapêuticos, transformadores, dentre muitos outros.

Porém, o processo e estado de liminaridade representam, basicamente, uma negação de muitas, se não de todas, as características da estrutura social pré-liminar e uma afirmação de uma outra ordem das coisas e das relações. A estrutura social não (itálico) é eliminada, e sim radicalmente simplificada. (TURNER, 2008, p. 183)

Com isso, o autor propõe denotarmos que as peregrinações possuem características tanto de “rituais da terra” (ex.: indígenas) quanto dos *ritos de passagem* (*devido a sua característica nômade*). Aqui, através da minha narrativa de peregrinação, enquanto homem gay branco, cis e que cresceu numa instituição católica no sertão do Brasil, pontuo a minha audição de música pop como um rito de em busca de segurança, controle de ansiedade e suspensão de regras estatais que, mesmo diante de um produto extremamente mercadológico, me possibilita um processo de suspensão de parte de mim. Exercício involuntário que faço desde criança para lidar com a dicotomia do que era dito pela igreja católica, pela mídia extremamente machista e arquétipo que me faziam passar horas em oração, pedindo perdão, na minha cama, antes de dormir, para me desculpar pelo que outros homens apontavam como errado. A música me tirou do armário.

## 2.6 ARMÁRIO: *Give Me a Sight, Hit Me Baby One More Time* <sup>33</sup>

“Por alguma razão, homens gays sempre são obcecados por ícones femininos, sejam astros do cinema, lendas da Broadway, cantoras, dançarinas, Figuras políticas ou qualquer coisa do tipo”, diz o fã da atriz Diane Keaton, Jeffery Self, no *fandoc*<sup>34</sup> “*Star Searching: Diane Keaton*”. O documentário foi produzido por ele mesmo e, com a ajuda de dois amigos, mostra sua trajetória de peregrinação para conhecer sua diva, Diane, em Las Vegas, em março de 2017.

Keaton, que ganhou o Oscar de melhor atriz em 1977 por “*Annie Hall*” (“Noivo Neurótico, Noiva Nervosa”, título brasileiro), havia anunciado via Twitter que faria o

<sup>33</sup> Trecho da letra de “...Baby One More Time”, música na qual Britney urge: “me dê um sinal, me afete mais uma vez”. Relaciono o “armário” com a narrativa do vídeo clipe da música, no qual Britney está entediada, na sala do colégio: no birô, a professora fita os alunos, calada. Uma Britney de 16 anos, aluna, batuca com um lápis a mesa a sua frente, enquanto olha fixamente para um relógio. Apoiando o rosto em uma das mãos, ela espera o sinal tocar, enquanto um incômodo silêncio amplifica o barulho do lápis que ela bate na mesa, em movimentos rápidos. O sinal toca, Britney corre com os alunos para fora da sala. Em meio à armários tipicamente norte-americanos, alojados no corredor, Spears amarra o uniforme de colégio católico, deixando a barriga à mostra, enquanto dança com os amigos durante o intervalo.

<sup>34</sup> Documentário feito por fã sobre seu ídolo e/ou sobre sua performance como fã. Disponível na playlist do YouTube: <https://tinyurl.com/PlaylistPeregrinando>

lançamento do seu vinho de mesa dentro de três dias em uma loja no deserto de Nevada. Como uma ação beneficente, ela doaria parte do lucro e receberia os fãs para fotos e autógrafos.

O documentário, feito para YouTube, começa com Jeffery rememorando as etapas da sua viagem para Las Vegas, onde aconteceria o encontro. Ele narra sua relação com sua “número 1” (termo que ele adota para se referir ao ídolo), passando por fases da sua vida, da infância à vida adulta.

A narrativa que Jeffery traz sobre si mesmo parece colocar Diane como uma mediação entre ele próprio e o mundo ao seu redor: sua relação com seus pais, familiares e amigos, suas fases de vida, tal como transição da infância para adolescência e suas questões ligadas à identidade de gênero. Já adulto, o Jeffery que narrava em *off* sua relação com Diana – enquanto curtos vídeos dele criança aparecem na tela – retorna ao presente.

Apesar de haver aqui neste texto uma menção prévia ao nome da atriz, e de o documentário ter como título “*Star Searching: Diane Keaton*”, além de uma descrição (sinopse) no YouTube que também indexa o nome do ídolo, a narrativa que Jeffery faz de si mesmo apresenta aos espectadores um colecionador de cultura pop, mas sem a menção inicial do nome de Diane, a sua sexualidade, ou ao seu status de “fã”. É uma narrativa que chama a atenção por, de forma preliminar, deixar no ar o nome do ídolo e se referir a este ídolo, sem usar o termo “fã” ou “fandom”.

Assim, os primeiros cinquenta e nove segundos do vídeo de quinze minutos (aprox.) trazem o suspense da questão “quem é sua número 1?”, pergunta que só é respondida na marca do primeiro minuto. No entanto, a questão que ecoa durante os outros quatorze minutos de duração da peça, é o fato de não haver qualquer menção ao termo “fã” pelo Jeffery, por entrevistados, em cartelas, texto, nada.

Ao longo do vídeo, descobrimos que o narrador, Jeffery Self, é um homem gay, branco, classe média, na faixa dos trinta anos de idade, escritor e aspirante a ator estadunidense, cis. Há um esforço de sua parte para driblar os termos “fã” e “*fandom*”, que seriam costumeiramente associados ao comportamento de peregrinação para encontrar um ídolo. Há uma urgência em se esquivar de termos que seriam tomados, de forma larga, como “femininos” ou que rebaixariam seu status de “escritor” para “uma bicha poc”, uma pessoa raza por consumir cultura pop e ser fã de alguém.

Essa classificação de Jeffery como “fã” poderia ser facilmente dada pela mídia brasileira ou estadunidense, ou por mim, mas não é assim que ele diz se ver.

Na narrativa que constrói de si através da atriz nesse primeiro minuto de vídeo, objetos de decoração da casa de Jeffery aparecem constantemente no vídeo, dando pistas (ou pinta) de quem poderia ser sua “número um”. As imagens avisam que estamos diante de alguém que pautou sua vida social através da obra de artistas da cultura pop por conta da sua memorabilia (livros, discos, filmes) relacionada à ícones pop.

A estrutura narrativa usada por Jeffery parece remeter a um vídeo de *unboxing* de um produto: já sabemos qual é o produto (pelo título do documentário), mas ainda assim há um desvelamento de camadas. É corriqueiro, no *unboxing*, que a pessoa se apresente no vídeo, mesmo já sendo um *youtuber* famoso, à exemplo. Após essa apresentação de si e o tradicional “bem-vindos ao canal”, há o enfoque na embalagem do produto, que esconde o que vem dentro dela. Após a abertura da caixa e visão anatômica dos detalhes externos do item, suas funcionalidades e – espera-se – uma opinião crítica sobre o uso aparecem logo em seguida.

Em “*Star Seaching*”, o Jeffery faz o mesmo: os objetos decorativos que são mostrados em sua casa, enquanto a câmera faz um *travelling* pela sala do personagem, reforça o entrelaçamento biográfico que se dá entre um fã de cultura pop e a memorabilia (coleccionáveis e nostálgicos). Porém, o que definiria um fã? Por quê, mesmo se encaixando em diversas categorias de consumo que usam o termo “fã”, Jeffery Self ainda parece querer se afastar dessa identificação?

Quais traços de experiência de consumo da cultura pop separam uma pessoa que não se considera fã das que se consideram? Onde se situam os consumidores que se encaixam nas inúmeras categorias de “fãs” existentes nas pesquisas sobre consumo na comunicação? Ou ainda, antropológicamente falando, quais sensibilidades afetivas de um sujeito, ou como mensura-las, diante do ato de fruição de um produto midiático popular que é a atriz Diane Keaton? Vale lembrar que, ser ou se dizer fã de alguém da área do audiovisual/cinema, no universo normativo gay, confere um status superior a quem se diz fã de uma cantora que rebola, como Britney, e que “não canta”. Ao longo da minha vida, em círculos sociais hétero ou gay, percebi que se dizer fã de uma cantora pop, tenha ela a virtuosidade de uma voz incrível ou não, te diminui. Lembro claramente que, ao me mudar de Petrolina para João Pessoa, ao me introduzir para seu círculo de amigos, um colega de faculdade, após algumas festas que eu compartilhei com amigos “intelectuais” dele, me pediu para evitar mencionar o nome de Britney ou que eu ouvia cultura pop. “Invente qualquer coisa. Diga que você está lendo Dom Casmurro ou que é fã de Almodóvar”, implorava ele. Minhas esperanças de poder ser “mais livre” na faculdade de

Comunicação, do que no colégio católico, foram desconstruídas. Tentei argumentar: “mas ouvir Britney ou Madonna ou Fergie ou Justin Timberlake não me impedem de conhecer e também consumir cultura nacional ou de ser fã dos filmes do Almodóvar”. Ele riu. Eu não. Relembrando esse momento que aconteceu em 2007, me dou conta de que todas as opções que ele me deu para mencionar ao círculo de amigo dele, era de artistas homens e nenhum deles tinham uma relação visual com o próprio corpo. Esses dias li a notícia de uma exposição sobre Axé em um shopping da cidade de Salvador. A notícia trazia como destaque uma foto dos uniformes azuis e rosas das duas dançarinas do “É o Tchan”. A maior parte dos comentários riam do fato de que uma roupa usada por Carla Perez, uma baiana “loira”, que ganhou a vida rebolando, estava sendo exposta como algo valioso. Não surpreende, portanto, que o Brasil que consagra midiaticamente a *drag queen* cantora Pabllo Vittar, que em 2017 cantava três das cinco músicas mais ouvidas no país, como conta o Estadão<sup>35</sup>, é também o país do mundo que mais mata LGBTQ<sup>36</sup>.

O que aparece em “*star searching: Diane Keaton*” não necessariamente nos responde, mas dá pistas e deixa ainda em maior evidência questões perenes, como as citadas acima e as que delimitam a hipótese, objeto geral e específicos desta tese. Possibilitando a hipótese de que há uma experiência estética diante da fruição de produtos da cultura pop por seus fãs, independente de como eles se intitulam.

O *corpus* de análise para ajudar a responder tal hipótese é composto por trajetórias de fãs, ou seja, o que nos *estudos de fãs* e de religião se pontua como “peregrinação”. Em ambos os casos, estamos lidando com deslocamentos geográficos individuais ou em grupos, com intensões de receber algo, tal como uma benção da Figura de um santo, uma visão não tão mediada do ídolo no show ao vivo, uma recompensa por anos de preces ao líder religioso, o pagamento de uma promessa ou sentir o que o ídolo sentia em sua casa de infância. Chama a atenção, principalmente dentro dos estudos de cultura pop midiática, as peregrinações de fãs em busca de suas divas, de suas “número 1”, de seus ídolos.

Saímos do Brasil e voltamos à casa do Jeffery nos Estados Unidos, em “*Star Searching*” enquanto a câmera flana por fora da casa de Jeffery e mostra nada mais que o ordinário. Ao entrar, a câmera revela primeiro a cozinha, em plano fechado, mostrando uma edição antiga da revista TV GUIDE com Goldie Hawn em uma capa amarela vibrante. A manchete da revista se destaca com os dizeres: “Porque a série ‘The

<sup>35</sup> <https://emails.estadao.com.br/noticias/gente,pabllo-vittar-canta-tres-das-cinco-musicas-mais-ouvidas-do-brasil-no-spotify,70002010425>

<sup>36</sup> <https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/brasil-e-o-pais-que-mais-mata-homossexuais-no-mundo>

Immortals’ durou pouco tempo na TV?”. A TV GUIDE, revista voltada aos destaques da programação da televisão dos EUA, talvez seja o primeiro indício de que naquela casa habita alguém que siga fielmente a cultura pop. Trata-se de um guia semanal da televisão local e nacional dos Estados Unidos, um clássico dos anos 50 aos 80 e que ainda sobrevive. A capa que Figura no vídeo é de 13 de fevereiro de 1971.

Lançada em 1953, a revista ainda tem edições físicas, porém quinzenais. Hoje mais parece um folheto da Polishop e ilustra bem como a cultura pop é vista em larga escala: frívola, um panfleto comercial datado. “84% de desconto na assinatura da revista”, oferece um banner lateral no site da publicação, e, de quebra, o assinante ganha um cobertor.

Figura 16 – TV Guide de 1971 à esquerda e de 2018 à direita



Fonte: Arquivo pessoal do autor / TVGuide.com

Ainda flanando pela casa e sem menção à Diane Keaton, a câmera foca em um disco de vinil lançado pela atriz Lily Tomlin, que está ao lado do livro “*Postcards from the edge*”, lançado por Carrie Fischer em 1987 e o “*Watch Me*”, autobiografia da Angelica Houston. Logo em seguida vemos uma miniatura de Whoopie Goldberg, jogos de tabuleiro clássicos etc.

Estamos diante de uma rápida viagem no tempo através da memorabilia pop do Jeffery, que é mostrada como uma performance de gosto na decoração de sua casa. Ou seja, para além de rememorarmos um passado coletivo do pop midiático dos EUA, estamos conhecendo o passado do próprio fã.

Uma questão curiosa é que o primeiro frame do documentário traz a vista externa da casa do personagem, primeiro através de algumas árvores que a encobrem parcialmente. Em seguida, a câmera apresenta o que se vê por trás das árvores, num movimento de *travelling* que desnuda a casa como se estivéssemos diante de um *unboxing*



de um fã que está lá dentro (do armário): a caixa/armário é a casa, comum como todas do subúrbio da Califórnia. Novamente evoco a narrativa do clipe de “...Baby One More Time” da Britney, dirigido por Nigel Dick em 1998, a partir de uma ideia da própria cantora, que tinha 16 anos na época. A cena inicial do clipe foca em alunos entediados numa sala de aula, ansiosos pelo intervalo. Quanto o tempo “livre” chega, conhecemos a história que a música canta: Britney deixou um paquera escapar, mas agora, em meio ao tédio, tudo o que ela quer é que o paquera (interpretado por seu primo, Chad Spears) chegue nela mais uma vez.

Voltando ao doc, o fato de Jeffery ser assumidamente gay, mas não usar o termo “fã” – que historicamente é relacionado ao que a larga mídia indexa como “feminino”, nos remete a um armário do qual esse homem gay precisou sair, e que agora é novamente acionado pelo não uso no termo “fã”.

Figura 17 – Frames iniciais do exterior da casa de Jeffrey



Fonte: Star Searching: Diane Keaton / YouTube

Além de remeter também as clássicas aberturas de séries de TV norte-americana, sitcons que costumam mostrar a fachada das casas dos personagens toda vez que há a mudança narrativa de um núcleo para outro. Nestas transições, o interior da casa, muitas vezes, não condiz com o exterior, costumeiramente impessoal.

Jeffrey faz um *unboxing* de si próprio ao mostrar sua casa, sua roupa comum em meio a discos, pôsters etc, e, finalmente, a uma montagem dele ao lado da atriz Diane. Testemunhamos um desnudamento de camadas, as quais se complexificam ao passo que são reveladas.

Figura 18 - Frame de abertura de “Eu, a patroa e as crianças” à esquerda e de “Modern Family” à direita.



Fonte: YouTube

O próprio Jeffrey demonstra preocupação em não querer parecer com “essas pessoas caçadoras de celebridades”, que segundo ele colecionam autógrafos para vender online no futuro (e sustentar seu também futuro vício em metanfetamina, brinca ele no vídeo).

Os entrevistados, dez amigos de Jeffery, aparecem após esse *unboxing* visual da casa do fã, de modo que cada amigo tem sua vez de falar individualmente com a câmera, sempre descrevendo e justificando sua relação com o mundo através de uma diva, que não se repete entre as falas. Os amigos respondem à pergunta: “quem é sua número 1?”. Novamente o termo fã não Figura nas respostas, ou pelo menos não no corte final do documentário, enquanto vários nomes de mulheres são citados pelos entrevistados: Sia, Jane Fonda, Dianne Wiest, Eileen Davidson, Rihanna, Celine Dion, Bernadette Peters, Beyoncé, Cher, Barbra, Tilda Swinton, Judge Judy.

Enquanto isso, os entrevistados ostentam sua performance de gosto de maneira diversificada: alguns mostram itens de memorabilia da diva em questão (blusas, fotos etc), outros tentam mimetizar o tom de voz da mesma, outros os gestos, como acontece com o fã de Celine Dion. Alguns se emocionam ao falar o nome da celebridade. Outros ficam com o olhar perdido enquanto as descrevem, como se mirassem uma visagem dentro de si. Até que a câmera retorna para um Jeffery, também contemplativo. A Figura abre e vemos que ele olha para uma televisão, a qual exibe cenas de Diane em atuação. Ele, apenas calado na Figura, revela em áudio off quem é sua “número 1”: enfim Diane Keaton é oficialmente citada.

Cher, Madonna, Whitney, Julianne Moore, Meryl Streep, Kim Catrall, Pat Lupone, Lady Gaga, Uma Thurman, Whoopi Goldberg, Jennifer Lopez, Britney, Oprah, Gloria Stefan, entre outras, são citadas visualmente ou oralmente por amigos do Jeffery enquanto são entrevistados, como exemplos de outras “número 1”. São nomes que, no vídeo, são ditos como exemplos de mulheres “femininas e fortes”.

Figura 19 – Entrevistados no documentário “Star Searching: Diane Keaton”



Fonte: StarSearching / YouTube

A partir da visualidade (Figura 19), que parece apoiar a noção de fã-ídolo-trabalho/devoção, observo que se na primeira vez que os fãs aparecem na tela, seus nomes são creditados sem nenhuma informação adicional (afinal, a ideia parece ser também fazer suspense), na segunda vez, após a revelação da “número um” de cada entrevistado, temos o nome do fã e, abaixo, o nome da “número um”, ao invés da profissão e/ou idade, nacionalidade etc, do fã. Parece que estamos diante não de nome de celebridades aleatórios, mas de vetores de vida dos entrevistados. Algo mais importante do que sua profissão, que o indexaria na sociedade “normativa”. Ao invés de “professor” ou “engenheiro”, “cabelereiro” ou “escritor”, temos o que importa nesse contexto: através de quem aquele sujeito se relaciona socialmente. O fato me faz lembrar de quando, na segunda viagem à “Piece of Me”, me hospedei na casa da amiga do meu orientador, em Los Angeles. Não nos conhecíamos pessoalmente, então ela me contou, depois que eu cheguei, que foi pesquisar de que diva eu era fã, para saber quem estava vindo para a casa dela. Como ela tem uma filha fã de Britney, tudo correu bem.

“Eu sempre amei Diane Keaton. As atuações dela em filmes sempre me chamaram a atenção: quando criança, eu costumava assistir ao VHS de “O pai da noiva” e “O pai da noiva 2” na minha mini televisão, que você poderia levar no carro e conectar ao acendedor de cigarros”, diz Jeffery ao relembrar do passado e mostrar a VHS original que ele ainda guarda.

O fã então parte para justificativas: “ela é tão pública com relação às suas vulnerabilidades e peculiaridades de uma forma que raramente vemos as celebridades falarem sobre si”, conta Jeffery para a câmera, sentado numa poltrona e com o olhar distante, como se estivesse tentando relembrar as cenas de Diana que, para nós, passam a aparecer como cortes rápidos na tela: “Ela é impiodasamente Diane Keaton em todos os sentidos possíveis! Do jeito que ela se comporta em um talk show para o jeito que ela se veste, é tudo sempre muito ela, muito único. Ela é tão autêntica em seu desempenho e na vida pública, que isso faz dela uma pessoa gentil”, conta.

A autenticidade do ídolo é aqui colocada em questão para mostrar a autenticidade do fã que, mais uma vez se justifica, parecendo afirmar que ele não é “como qualquer outro fã de outro artista ou celebridade” que parecem ser considerados “inferiores” por não serem tão autênticas quanto a de Jeffery.

Em seguida, o vídeo documentário nos mostra uma encenação de Jeffery, com um *flashback* do dia em que ele viu no Twitter a atriz anunciar através da plataforma, a sessão de autógrafos nos vinhos em Vegas. Ele está em *voice over* narrando o momento, simulando e reconstruindo a cena.

Num documentário tradicional, esta cena obrigatoriamente apareceria como uma tag de “simulação”, naturalmente informando ao público a natureza da captação da Figura. Aqui, o gênero documental se torna o que é largamente chamado de “ficção de fã” ou *fanfic*. O que Jeffery faz no documentário parece reconfigurar o próprio gênero documental através das narrativas de fãs que carregam, assim como qualquer relação afetiva, uma ficção.

Ele conta então, enquanto os prints do Twitter de Diana aparecem, que, no dia da postagem da atriz na rede social, ele a respondeu, perguntado se haveria a versão mais nova e limitada do seu vinho, o branco. “Eu sabia por ter visto um comercial”, justifica o fã, novamente tentando se afastar do estereótipo do “fã alieando que não tem o que fazer e fica seguindo o ídolo 24h por dia”. Na simulação, a própria atriz o responde no Twitter, escrevendo um misterioso “fique ligado”, referente a pergunta da venda do recém lançado vinho branco, além do já conhecido tinto, na loja onde se daria o encontro.

Diane estaria na *Lee's Discount Liquor*, nos arredores de Las Vegas, em 8 de março de 2017, autografando pessoalmente<sup>37</sup> garrafas compradas na loja, em tempo real, das

---

<sup>37</sup> Existem diversos tipos de eventos de autógrafo. Mas, principalmente podemos dividi-los em dois tipos: autógrafos em tempo real, quando o famoso autografa na sua frente um item seu ou dado por ele; ou o autógrafo pré-assinado, que se refere a quando o fã recebe um item das mãos da celebridade, ou de sua

duas às três horas da tarde. O produto fazia parte de uma campanha da atriz para ajudar o centro de pesquisa de Alzheimer no *Lou Ruvo Center for Brain Health* na *Cleveland Clinic* em Las Vegas. A escolha de Vegas aparentemente se deu por estar na mesma região que a clínica, mas também por se tratar de uma loja de bebidas com vertente “outlet”, ou seja, que vendia peças com o preços mais baixos, o que explica também o fato de a loja não estar na rua principal de Las Vegas, a *strip*, onde se localizam os cassinos e lojas de marca.

Especificamente a loja de bebida *Lee's* tem como proposta, desde 2002, “contribuir com doações para ajudar entidades locais de caridade para crianças, famílias e grupos comunitários”<sup>38</sup>, diz o site da empresa, que mantém uma fundação própria para lidar com as doações. “É uma causa muito importante para Keaton, já que seu pai faleceu de câncer cerebral e sua mãe de Alzheimer”<sup>39</sup>, conta a fã Brianna Sullivan, moradora de Reno, cidade próxima à Vegas, e que havia ido ao encontro de Diane Keaton antes de Jeffery, na manhã daquele mesmo dia, e narrou o encontro em uma matéria<sup>40</sup> no jornal local, “*This is Reno*”.

Em meio ao relato de Brianna para o jornal, que acompanha uma foto dela com a atriz na ocasião, uma passagem se destaca quando ela diz que:

Keaton recomenda fortemente que o vinho seja servido com gelo, que é como ela mesma toma. Nos anos 70 Keaton vivia em Nova Iorque e não havia ar condicionado em seu apartamento. Um dia, tentando se refrescar, ela colocou uma pedra de gelo em sua taça com vinho e uma tradição foi criada

conta Brianna, atribuindo a criação ou, pelo menos, a disseminação desse costume entre os fãs da atriz, pela própria Diane.

Relatos deste tipo são comuns em textos de fãs, seja num tom jocoso ou sério. Naturalmente que nem todo fã de Keaton saberia dessa informação, até por não haver um comportamento balizar para lidar com a performance de gosto ou com as experiências de fãs que dela emergem, de uma forma geral. Ainda assim, a fala de Brianna tem uma

---

equipe, previamente autografado. Neste segundo caso você pode ou não estar diante da presença física do ídolo, mas ainda num evento oficialmente vinculado ao artista ou celebridade.

<sup>38</sup> Tradução Nossa para “Since 2002, we have contributed donations to support local children’s charities, families and communities”. GIVING BACK. Lee’s Discount Liquor Website. Disponível em < <https://leesliquorlv.com/giving-back/>>, acesso em 20 de outubro de 2018.

<sup>39</sup> Disponível em < <https://thisisreno.com/2017/03/photos-diane-keaton-exclusive-bottle-signing/>>. Acesso em 10 out 2018.

<sup>40</sup> Disponível em < <https://thisisreno.com/2017/03/photos-diane-keaton-exclusive-bottle-signing/>> acesso em 08 out 2018

importância ainda maior por ela se identificar como uma “fã”, usando o termo como adjetivo também para todos que estavam na fila do evento, aguardando conhecer Diane.

Enquanto isso, no documentário de Jeffery, relembro, há homens gays tentando explicar o que sentem por essas divas, sem usar o termo “fã”: “Nós temos essas mulheres às quais nos seguramos e acabamos obcecados por todos os movimentos que elas fazem”, diz Jeffery ao se abrir.

O documentário “*Star Searching: Diane Keaton*” foi criado para o YouTube em 2017 e lançado em junho de 2018. O vídeo tem 14 minutos e 43 segundos, funcionando neste trabalho como um primeiro vislumbre da peregrinação dos seguidores por seus ídolos e das relações sociais feitas através destes percursos percorridos.

Os fãs de celebridades da cultura pop costumam crescer diante de seus ídolos e, assim como Jeffery, parecem desenvolver relações sociais através do corpo deste ídolo, que nada mais é do que uma ode à algo ficcional, corpo-Figura translúcido, ou “corpo monumento” – conceito que abordo no terceiro capítulo e que parece falar de um corpo que não existe em lugar algum, se não na própria fruição/ficção/fixação, no amor de fã.

Na escolha de uma delimitação do *corpus* de pesquisa, olho para dois espaços: um dentro, outro fora de mim. Ou os dois emaranhados, sem binarismo. Eu e Britney Spears. Eu e Las Vegas, cidade que Britney adotou como “casa”, ou “residência”, termo usado para shows fixos, dentro da cidade erguida no meio do deserto. Las Vegas emula uma volta ao mundo em um único espaço físico com réplicas colossais do Cristo Redentor, da ponte do Brookly e da Torre Eiffel na mesma rua – a principal e praticamente única da cidade, a Las Vegas Boulevard, antiga “Avenida Strip”, nome que acabou se tornando um conceito de arquitetura para “corredores de consumo”: avenidas ou ruas construídas com a finalidade de consumo em escala não-humanas, ou seja, que não prevê uma pessoa a pé circulando pelo local, apenas de carro.

Conhecida como “cidade do pecado” por ter afrouxamentos legais que privilegiam os jogos, cigarro e bebidas, a “cidade”, que para uma linha de arquitetura não pode ser assim chamada, já que é apenas um “corredor comercial”, encontrou nos shows residência uma forma de sair de inúmeras crises econômicas. Trata-se de apresentações do mesmo artista que se repetem por anos, sem variações entre temporadas. Os espetáculos, que ficam em cartaz dentro de complexo hoteleiros fundidos com *shoppings* e cassinos, costumam acontecer de duas a seis vezes na semana, com o mínimo de alterações possível. A intenção é oferecer um entretenimento facilmente aceito pelo cidadão norte-americano médio, branco, que passou a vida assistindo televisão, comendo, comprando

e, se fosse legal, bebendo e fazendo uma “fezinha”, uma aposta. Daí a escolha de Figuras como Elvis Presley, Elton John, Celine Dion, Cher e mágicos famosos, além do Cirque du Soleil. Todas estas Figuras da cultura pop tiveram divulgação massiva nos Estados Unidos e no mundo, em rádio, tv e ainda internet, de tal forma que mesmo só conhecendo uma ou nenhuma – algo raro – música do artista, o turista pagaria por uma mesa exclusiva com atendimento dedicado de garçons no show, após um dia de jogo. Britney, artista mais jovem a se apresentar numa residência até 2013 (Gaga assume o posto em 2018), vem à cidade em meio a uma crise de público: os turistas e fãs dos artistas citados envelheceram, não havendo uma renovação de fãs, muitas vezes por esses artistas estarem concentrados em seus shows fixos, alguns por décadas. Novos lançamentos foram inexpressivos com relação ao impacto que já tiveram e acabavam funcionando como propaganda visual e sonora, num clipe, de divulgação de uma nova temporada de shows, tendo Vegas como plano de fundo narrativo, como no clipe de “Taking Chances” de Celine Dion, lançado em 2007 e que se passa em Vegas.

Presos ao ostracismo que a larga mídia passou a chamar de “show de aposentadoria”, e com o público dos cassinos também não sendo renovado, Las Vegas precisou renovar seu line-up fixo. Britney, que havia recém retomado sua carreira musical, após um colapso público que ajudou a mantê-la como o nome mais buscado no Google até 2018, foi a escolhida. A história se repetia, uma vez que o formato de show residência começou com um Elvis Presley num cenário parecido ao de Britney: um retorno a si mesmo.

Até o surgimento de Britney, que já em 2002 lançou um especial da HBO em DVD, gravado na cidade, o “Britney Spears Live From Las Vegas”, a minha única relação com a cidade era, talvez, o clima desértico de Petrolina, Pernambuco, cidade onde cresci e que, por conta do calor, tem como grande ponto de entretenimento o *shopping*.

Assim como Jeffery Self, o fã ou o que “aprecia” a Diane – já que ele não usa o termo –, eu cresci tendo minhas relações com o mundo através da cultura pop: Turma da Mônica e Xuxa nos primeiros meses e anos de vida. Bonecos do desenho criado por Maurício de Souza, daqueles bem baratos, de borracha, para criança morder, ocupavam meu quarto em diversas formas. Eles viajavam comigo, quando íamos passar as tradicionais férias anuais na casa de praia em Guarajuba, na Bahia, e a diversão era eu fazer um teatro com os bonecos para mim mesmo durante os dias por lá. Uma ficção de fã ou *fanfic*, não escrita como as de hoje, mas ainda assim usando os personagens criados por terceiros.

O fato de eu ser homem me impedia, no Brasil pós-ditadura nos anos 90, de sequer verbalizar ou gesticular em direção ao desejo de ter uma boneca da Xuxa, por exemplo, de quem eu me tornei fã na infância. Eu sequer me lembro de desejar ter uma boneca dela. Nasci no auge do sucesso do “Xou da Xuxa”, em 1988, e minha rotina, enquanto minha mãe trabalhava, se resumia a assistir Xuxa com minha vó paterna. No ano em que nasci, Xuxa entrava para o *Guinness Book* pela quantidade de discos vendidos do “Xou da Xuxa 3” – foram 3,5 milhões só naquele ano. Vale ressaltar que Xuxa já vendeu mais discos do que Beyoncé: o certificado de disco de diamante, no Brasil, foi criado para premiar as vendas da apresentadora, que passou toda a MPB, mesmo dublando em todos os seus shows. De acordo com a Super Interessante<sup>41</sup>, o disco mais vendido no Brasil até 2016 era o “Músicas para Louvar ao Senhor”, do Padre Marcelo Rossi. O álbum religioso lançado em 1998, vendeu 3.228.468 cópias. No entanto, Xuxa aparece em segundo lugar com o “Xou da Xuxa 3”, álbum lançado em 1988 e que abriga *hits* como “Ilariê”, por exemplo. O disco vendeu 3.216.000 cópias até o ano da matéria, em 2017.

Porém, uma leitura da lista completa revela que dos dez lançamentos mais vendidos no país até então, quatro foram da Xuxa. Respectivamente aparecem “Xou da Xuxa 4” (Xuxa, 1989) – 2.920.000 cópias, no quinto lugar do top 10; “Xegundo Xou da Xuxa” (Xuxa, 1987) – 2.754.000 cópias, em sexto lugar; e, por fim, seu álbum de estreia em oitavo lugar, o “Xou da Xuxa” (Xuxa, 1986), com 2.689.000 cópias físicas vendidas em vinil, cassete e CD.

---

<sup>41</sup> Os dez discos do Brasil mais vendidos até hoje. Super Interessante. 2016. Disponível em < <https://super.abril.com.br/blog/superlistas/os-10-discos-mais-vendidos-no-brasil-ate-hoje/> >, acesso em nov 2017.



Figura 20 – Xuxa se apresentando no Maracanã lotado (200 mil pessoas) em 1988



Fonte: <http://www.bcharts.net>

Talvez eu não desejasse uma boneca da Xuxa porque, numa autoanálise tardia, a graça, para mim, parecia mais estar em *ser* a própria Xuxa ou *ser* parte daquela narrativa ficcional – mesmo sem precisar ou querer me vestir de Xuxa ou ainda sem ter qualquer desconforto com meu corpo masculino.

Com um microfone igual ao dela e uma toalha branca, com capuz, eu estava pronto. A toalha era cabelo imaginário e capa ao mesmo tempo. O fato de o tecido ser branco ajudava ainda mais porque o branco era elemento constante no figurino sacro das celebridades femininas e, com Xuxa, não era diferente (Figura 20). Até no seu infame filme pornô-chanchada, ela aparecia de branco, na polêmica cena dela nua, menor de idade, com um menino também menor. Eu, no entanto, só teria conhecimento desse vídeo “proibidão” e de seu ensaio nu para a Playboy anos mais tarde, mas nada que afetasse aquela narrativa, pois eu já estava em outra: Spice Girls.

Os anos foram passando e menos objetos foram se tornando necessários para que eu transformasse qualquer lugar em palco de um programa de televisivo. Ao mesmo tempo, sempre, desde os “mordedores” da Turma da Mônica, passando pelo microfone da Xuxa, discos das Spice Girls e, depois, tudo relacionado à Britney, sempre fui um colecionador. Hoje, além de manter parte da minha coleção das Spice Girls, mantenho a da Britney. Após ter doado quase tudo das Spice para outros fãs e amigos (fiquei apenas com os álbuns e uma revista. Só em 2015 comecei a comprar os singles delas que saíram no Brasil, de Wannabe à Goodbye). Decidi doar tudo quando minha integrante favorita saiu do grupo, a Geri, em 31 de maio de 1998. Lembro que eu havia chegado da escola, para o almoço em casa, e vi a notícia no jornal Hoje. Eu tinha onze anos na época e, me

sentindo perdido, almocei e fui vagar na rua da minha casa, desolado, com vergonha de que meus pais me vissem chorando pelas Spice.

O termo “fã” sempre teve uma conotação feminina e/ou jocosa, principalmente pela imprensa, para mim. Todas as revistas que eu lia, quando criança, voltadas à música pop, como a *Capricho*, *TodaSua* ou *TodaTeen*, usavam o termo “fã” no feminino. Em um momento no qual eu não questionava minha orientação sexual, eu me perguntava porque a revista dizia “as fãs”, se eu também era um fã, no masculino. Mesmo fora do pop, o termo fã, depois de ter sido largamente atrelado a desequilíbrio mental, passava a ser vinculado à histeria e, nos anos 90, mas também ainda hoje, histeria é um termo vinculado à ideia de descontrole feminino. Então, ou você gostava da Britney porque ela era gostosa e queria “comê-la”, ou você era uma bicha e passava por um processo antropofágico de “comer” a Britney para ser a Britney. Me recordo, inclusive, de quando minha mãe resolveu me questionar, incomodada com meu fanatismo por Britney, se eu sentia atração por ela ou se eu queria ser ela. Na época, em meados de 2004, eu já adolescente, fiquei pálido com a pergunta, pois eu sabia que, no fundo, ela queria saber sobre minha sexualidade, algo ainda tenso para mim na época. Em 2019, reafirmo minha resposta: eu não queria nem transar com Britney, nem ser a Britney – pelo menos não no sentido que ela perguntava, como se eu quisesse ser uma mulher. Como eu mencionei acima, eu estava confortável com meu corpo, assim como ainda estou hoje, e, pelo menos para mim, sempre funcionou mais usar a imaginação do que colocar uma peruca e fazer uma maquiagem para parecer com a Britney, como aconteceu com a Tiffany Bradshaw, *drag queen* e fã que impersona Spears. Falarei mais disto no terceiro capítulo. Por ora, é necessário que eu e você voltemos para Petrolina.

A chegada da internet na minha casa só aconteceu em 1999. E ela serviria para me permitir acessar conteúdo da Britney de uma forma que eu sonhava com as Spice. A internet serviria também para permitir que mais pessoas soubessem que eu era fã de Britney, ajudando no *bullying*, onde eu era apontado como bicha, mesmo sem eu entender direito o que significava ser gay. Eu não entendia, principalmente, por eu não questionar gênero ou sexualidade. Não era um assunto tão comum, exceto para o meu melhor amigo, que era o outro único menino fã das Spice Girls no colégio, pelo menos que eu tivesse conhecimento.

No entanto, estávamos muito mais interessados em procurar o termo “sexo” no dicionário durante a aula de português e em descobrir novos termos derivados, como nome de posições e coisas do tipo, do que no sexo propriamente dito. Ou em traduzir as

letras das Spice Girls e descobrir que “*2 become 1*” falava sobre sexo e preservativo. O nome da música virou nosso código para falar sobre sexo. O grupo de debate infantil sobre o assunto aumentou: se estendeu para mais um menino e todas as nossas amigas, o que começou a gerar um problema social para mim, já que meu amigo e o outro amigo dele se mudariam de colégio nos anos seguintes e eu seria o único homem num grupo de muitas meninas. Como toda minha relação na escola foi através da música pop, já que eu tinha verdadeira aversão aos esportes, uma vez que no colégio, meninos e meninas não praticavam esportes juntos, e ficar sozinho com meninos me deixava com medo de ser ridicularizado.

Desde sempre eu colecionava memorabilia, e naturalmente comecei a montar uma rede de troca de materiais no colégio, a qual envolvia apenas meninas. Eu tinha medo de comprar uma Capricho com Britney na capa, por exemplo, então eu só conseguiria aquele material trocando por um VHS com clipes ou um show raro de alguma boyband. Como a internet ainda engatinhava, eu conseguia esses materiais com um primo que morava em Salvador.

Aos poucos, outros meninos foram se aproximando de mim para conquistar as minhas amigas e/ou, para pedir material da Britney para se masturbar, o que me fazia com que eu me sentisse em um completo filme de terror: eu sentia como se eu estivesse negociando uma mulher e, de fato, estava, fosse a Britney ou alguma amiga, o que me fazia querer menos ainda ter a companhia de meninos. Além disso, era inconcebível, para mim, a Figura de um colega se masturbar assistindo a um VHS meu da Britney. Eu sentia vontade de vomitar.

O fato de eu, a cada semestre, andar acompanhado de menos meninos e me opor a participar de esportes dentro e fora do colégio – e meus pais tentaram de tudo: karatê, judô, futsal. Eu também tentei: entrei no basquete (por que era o esporte que Britney praticava) e em seguida fui pro vôlei. Entrei no xadrez como uma tentativa desesperada de abonar minhas faltas em educação física no colégio. Por fim, entrei na natação, até que o professor ordeu que eu nadasse “feito homem”, fazendo os outros meninos todos rirem. Meu desejo era de desaparecer. Por muitos anos, inclusive, sonhei que a capa de invisibilidade do Harry Potter existisse, para que só pessoas que eu gostasse pudessem me ver. Eu tinha amigas incríveis e, graças a elas, nunca pensei no suicídio como uma possibilidade de “desaparecimento” possível. Eu queria uma suspensão. Um lugar seguro. E amigas como Ramona, Lara e Gabriella, durante a infância, me proporcionavam isso. Infelizmente esta não é a realidade para muitos meninos e meninas LGBTQ que se

suicidam por conta da rejeição social no colégio, na rua em que moram, ou até dentro de casa.

Este cenário (eu cercado por meninas) gerou polêmicas familiares sobre minha possível orientação sexual e transformou a pré-produção dos meus aniversários – novamente eles, mas dessa vez eram as festas feitas por meus pais – em uma temporada de pânico, já que eu teria que equilibrar o número de meninos na festinha, com o de meninas, à pedido velado da família e essa era uma conta que nunca fechava. Eu acabei perdendo o contato com meu melhor amigo de infância, enquanto ele se tornava um namorador de mulheres em série (mas não por muito tempo). Eu estava completamente sozinho, já que eu não tinha com quem debater o assunto, num colégio de freiras, no qual a homossexualidade era um tabu.

Até que, por sorte minha, Britney parou de adotar a Figura virginal e passou, basicamente, a cantar e falar sobre sexualidade: em “*I’m a Slave 4 U*”, após simbolicamente dançar com uma cobra, ao vivo, no palco da MTV, o clipe trouxe uma orgia sexual na qual você não conseguia entender exatamente quem era quem, já que todos estavam vestidos com roupas de tons pasteis e extremamente suados, além dos dançarinos gays dela passarem a adotar um visual mais andrógono no mesmo clipe. “Slave”, como a música era chamada pelos fãs, começava com frases faladas por Britney e que, naquela época, eram um hino de empoderamento sexual para mim, que não compartilhava o mesmo gosto que a maioria dos meninos. “Sei que posso até ser nova / mas também tenho sentimentos / E por isso preciso fazer, o que eu tenho vontade de fazer / Então me liberte, e só ouça”, sussurrava Spears.

No disco seguinte Britney já estava falando sobre sexo oral em “*Breathe On Me*”. Ela introduzia a faixa, em documentário feito pela rede de televisão ABC, dizendo “não tente controlar seus instintos, deixe que eles controlem você”<sup>42</sup>, outra citação que me dava sensação de liberdade sexual e liberação do sentimento de culpa pregado pelo catolicismo.

Masturbação era tema de outra faixa do álbum “*In The Zone*”, “*Touch of my Hand*” e Spears já havia beijado Madonna e traído seu ex-namorado, Justin Timberlake, com o coreógrafo Wade Robson, quebrando o coração de toda a Disney, já que ambos se conheceram lá. Justin e Britney eram colegas de palco no Clube do Mickey, em 1990. Wade era uma criança que cresceu na casa do Michael Jackson, que hoje move um

---

<sup>42</sup> Trecho do documentário “*In The Zone*”, da ABC, de 2003, disponível na playlist deste texto no YouTube: <https://tinyurl.com/PlaylistPeregrinando>

processo contra o Michael por abuso sexual, mesmo tendo o coreógrafo negado o abuso na Corte enquanto Jackson era vivo.

Britney nasceu em 1981, McComb, Mississippi, interior sulista dos Estados Unidos. Ainda bebê, ela se mudou para Kentwood, no estado de Louisiana. As cidades vizinhas vivem basicamente de agricultura e siderúrgicas. Eu nasci em 1988, em Juazeiro da Bahia, apesar de ter crescido em Petrolina, Pernambuco. As duas cidades são o centro do Vale do São Francisco e ficam separadas pela Ponte Presidente Dutra, com 801 metros de extensão. Sete anos e quase 8 mil quilômetros em linha reta (aérea) separavam Britney e eu. Mas uma televisão resolveu o problema e promoveu essa fruição de Britney enquanto produto da cultura pop midiática, pelo menos ao longo das últimas duas décadas de carreira, marco que ela completou em outubro de 2018. Com o passar dos anos, o gosto por música pop foram se dissipando em diversos outros segmentos musicais ligados ao pop: r&b, rhythm, soul, dance, música popular brasileira. Nomes como Madonna, Mariah, Backstreet Boys, NSYNC, 5ive, as carreiras solo das Spice Girls, começaram a dividir espaço com Britney, além de Sandy & Jr, Wanessa Camargo, Kelly Key, Rouge, Br'oz e quase toda a lista do Axé Música clássico: Luiz Caldas, Sarajane, Banda Beijo, Banda Cheiro de Amor, Margarete, Daniela, Ivete, É o Tchan, Terra Samba etc..

Petrolina é mais próxima à Salvador do que de Recife e, por isso, talvez, além de eu passar as férias em Salvador, eu recebesse mais influência da música baiana. De acordo com o Spotify, eu ouvi 20.908 minutos de músicas em 2018, pelo menos através da ferramenta, da qual sou assinante. Não contando, naturalmente, que no carro eu escuto predominantemente música física e rádio, além de usar o som de vinil, k7 e CD em casa. Britney foi a artista mais ouvida por mim na plataforma de *streaming*, mas o número é simplório: 28 horas ouvindo-a durante todo o ano. Meus artistas mais ouvidos no ano foram Britney, Katy Perry, Vanessa da Mata, Kylie Minogue e Silva. De todos esses, só Silva teve lançamentos em 2018. Minhas músicas mais ouvidas foram “Roulette”, da Katy, seguida por “Slumber Party”, último single da Britney, lançado em 2016, “2 Wicky”, da banda Hooverphonic, “It’s My Life” do Talk-Talk e “Do You Wanna Come Over”, também do disco mais recente da Britney. Os gêneros mais ouvidos por mim ainda na plataforma foram: pop, rock, música brasileira, RnB e Dance/Eletrônica.

Retomo novamente a uma questão que permanece latente em mim, desde Xuxa, diante das poucas horas de audição de Spears no Spotify, que é sobre *ser* a Xuxa e *ser* a Britney. Não falo de impersonar, colocar uma peruca ou peças de roupa, mas de ficção e fixação. Me questiono se não faz parte da fruição de uma ficção tornar o imaginário real

de alguma forma. O amor precisa se fixar em um estrato, em uma ação, uma performance, como um vetor. Para além de ouvir e dançar música pop, os fãs deste gênero, o qual lida com artificialidades e lugares desimportantes na esfera da classificação cultural, chegando a ser considerado como algo acultural, por suas transversalidade, parecem tentar presentificar o pop. E o pop parece falar mais sobre nós, fãs de pop, do que qualquer outra ferramenta. A performance de gosto pela música pop é, nesta tese, ferramenta que pode ajudar a entender os percursos e as peregrinações desse *fandom*. Pode, também, ajudar a entender o próprio pop enquanto gênero de consumo e as arquiteturas midiáticas afetivas, oriundas da possibilidade das experiências estéticas.

Em tal processo de consumo lida-se com a “presença da falta do ídolo” (SEEL, 2014), que parece ser arquivada por este colecionismo de trajetórias: o percurso que um fã faz virtualmente para encontrar um arquivo que procura do seu ídolo – em si próprio, na sua memória, ou no ciberespaço – ou para imergir no conteúdo que se assiste/ouve (peregrinação simbólica). O trajeto físico da peregrinação, que envolve o deslocamento do fã que, inebriado pela nostalgia, busca o seu ídolo ou resquícios dele em lugares por onde morou, cenários onde clipes foram gravados, além de concertos e aparições é chamado peregrinação física. Há, ainda, proponho, dentro da peregrinação, a possibilidade ou necessidade de incorporação do ídolo pelo devir, da manifestação da diva no corpo do fã ao longo do tempo de consumo, como um fã que performatiza seu gosto através de sua própria biografia e conexões sociais, usando seu corpo para dramatizar a diva, como uma terceira possibilidade de peregrinação, ancorada na mimese e no devir.

Entende-se aqui o devir como um tipo de velocidade: uma potência de sentimento, a qual se manifesta de forma rápida e feroz, porém sorrateira, tomando o sujeito como um sopro, capaz de canalizar traços de uma outra ordem no corpo do sujeito. Estes traços podem ser animalescos, num devir-animal manifestado num humano, por exemplo, mas também podem vir do ídolo, da diva, proponho, num “devir diva”. Neste caso, são características da diva que se manifestam no sujeito fã, como uma incorporação visível através de gestos, voz-dublagem, aparência, estilo de vida, discurso, entre outros, que aparecem durante um consumo em peregrinação pela ficção narrativa do ídolo, seja um percurso em forma deslocamento geográfico ou uma trajetória de cotidiano biográfico do fã entrelaçada com o cotidiano da diva.

Neste sentido, o devir se conFigura como características externas ao fã, e que se manifestam numa metamorfose em relação de soma com a carga já pré-existente nele:

“vive cada coisa em relações de *devenir*, em vez de operar repartições binárias entre ‘estados’: todo um devir-animal do guerreiro, todo um devir-mulher, que ultrapassa tanto as dualidades de termos como as correspondências de relações” (DELEUZE; GUATTARI. 1997, p. 08).

Parece útil, inclusive, propor o *status* de “fã” também como um tipo de devir: por mais que o termo original, “fã”, derive de *fanaticus*, que no latim indica pertencimento a um templo; sujeito inspirado por uma divindade; entusiasta; frenético, como pontua Henry Jenkins (1992); é possível decantar das últimas três décadas de estudos sobre fãs que a relação do sujeito com o objeto idolatrado não é estática, mas estética. Passando por afinamentos e desafinamentos, tal como qualquer outro tipo de relação social, a depender das fases da vida do fã e da narrativa do ídolo/objeto, o termo “fã” parece Figurar primeiramente na ordem da potência afetiva pelo ídolo, o que contraria uma classificação binária e/ou estanque. Este tipo de relação mais “dura” de enquadramento de consumo pode ser vista na recorrência de trabalhos científicos que opõem “fã, não-fã, anti-fã e *hater*”, dentro dos *Estudos de Fãs*.

Entendo que o fã não é, e muito menos precisa ser, um sujeito estanque ou binário com relação à diva, adotando um tipo de consumo balizar ou ideal. São, inclusive, as latências, seus diferentes tipos de rompantes frenéticos, que mantêm a pulsação do *star system*, tais como movimentos ativistas dos fãs em defesa da diva nesta trajetória de consumo.

Pensando o devir como esta possibilidade de fluidez, surge então a tentativa de materialização da ficção da diva, ou seja, a reconstrução de um corpo idolatrado pelo fã, que aqui chamo de “corpo utópico”, tal como Foucault (2011) propõe. Este processo de arquivamento e manifestação da diva parece ser lentamente aderido por um sujeito que peregrina dentro da ficção da diva. O fã percorre caminhos com alternância de velocidade, ancorado numa fruição regurgitativa, um consumo que traga a diva, proporcionando uma performatização de gosto de diferentes formas, em momentos distintos, na lógica do devir.

### 3 MIRAGENS URBANAS: O Estágio Liminar do Deserto Pop

...Crossed through the universe to get where you are  
 Travel the night riding on a shooting star  
 Was lonely then like an alien  
 Had to get used to the world I was on  
 While yet still unsure if I knew where I belong  
 Ooh That was then like an alien...

Os espaços de peregrinação são espaços de ficção de fã. Não falo das *fanfics*, muitas vezes subversivas, que trouxeram de volta a atenção da mídia para os *fandoms* e que, em algum ponto, faz o público reconFigurar o estereótipo do fã. Proponho aqui pensar a *fanfic* (ficção de fã) como todo o trajeto de peregrinação e seus espaços-limite, ou liminóides, como chama Turner (2008). Ao falar da segunda etapa da peregrinação, Turner pontua que "a vida cotidiana, relativamente sedentária, em uma aldeia, vila, cidade e no campo é vivida em um pólo; o raro assomo de nomadismo que é a viagem de peregrinação, por muitas estradas e colinas, constitui o outro pólo" (TURNER, 2008, p. 160).

O "estágio liminar" é aquele que separa esses dois lugares que andam juntos: vida cotidiana tediosa das ampliações dimensionais nesse acúmulo afetivo no espaço geográfico, através da adoração. Trata-se de um uma fase ou um estágio, um local de passagem ou local de transido. Falo de um lugar não ocupado, exatamente por servir como espaço transitório, permitindo ou tensionando a passagem de indivíduos que estão sempre em movimento, ou seja, indivíduos nômades. Deleuze e Guattari (1997) chamam de "nômades" os que habitam as terras desérticas, espaço para formação de grupos de guerra afetivos. São indivíduos que transformam seus caminhos desviantes em casas itinerantes feitas por agrupamentos afetivos, suas tribos. Eles transformam o território por onde passam através das experiências do próprio percurso, do próprio deslocamento.

Há aqui a noção de um território ficcional ou ficcionalizado, criado ou recriado pela ficção do objeto-ídolo que, junto com o fã nômade, o qual desterritorializa as instâncias fixas dos espaços concretos impostos pela máquina pop capitalista. Novamente proponho uma aproximação do texto de Janotti Jr. (2016), quando este afirma que a música pop é cria mundos (JANOTTI JR. 2016, p. 109). Neste mundo, há o fã como um sujeito nômade que é movido por afeto em todas as suas performatividades, compondo uma outra máquina menor dentro deste maquinário, um dispositivo, mas não menos



importante, diante de suas experiências de consumo que, nos casos observados aqui, parecem lidar com a lógica da subversão, até mesmo de forma involuntária.

Apesar de o termo “nômade” ser usado por Deleuze e Guattari (1997) para lidar com disputas afetiva através do que os autores pontuam como “máquina de guerra” contra o Estado, os nômades não são guerrilheiros, eles possuem *função* de guerrilha. No entanto, para essa função ser colocada em prática, é preciso de um corpo de guerra. Este corpo é organicamente disforme por conta da heterogenia, sem frente de batalha, é um coletivo. O corpo coletivo usa de dispositivos para operar caminhos por contra própria, para entrecruzar as prescrições e propor novas possibilidades, novos lugares (de fala, de consumo, político etc.). Eles habitam uma máquina imaginária de guerra através (do dispositivo) que é a performatividade da diva, proponho.

Nestes itinerários de produtos voltados ao *mainstream*, articulam-se “tessituras urbanas reais e ficcionais, a partir de vozes e corpos que se materializam entre redes de sociabilidade” (SOARES, 2015, p. 21), capazes de criar nesse caminho uma narrativa – ora operada e incitada pelo artista, ora pelo fã.

A guerra proposta pelos nômades é, por sua vez, mais um embate de ideias movidas por afeto do que qualquer outra coisa. A disputa por território aqui é também afetiva, muitas vezes em prol da construção ou administração da Figura utópica do ídolo. O fã que produz novos materiais da Britney não-oficiais está tentando manter uma qualidade perdida em seus produtos físicos, respondendo a petições feitas por outros fãs da cantora para que a gravadora alterasse a arte final de alguns dos seus produtos.

O fã transita entre estes dois polos, podendo alternar suas funções. De fato, petições, fanfics, produtos de fãs de um modo geral atuam como uma criação dos nômades marginalizados que zigzagueiam nos entornos, cavando novos caminhos, como o fã que cria novas versões de um disco já lançado. No entanto, nem todo fã pensa da mesma forma.

O afeto, de ser afetado por, é a liga que une os nômades, os fãs, em um corpo colaborativo, mesmo com suas experiências individuais. O afeto é o combustível de qualquer performatividade do fã, tal como é para o nômade. O afeto é tudo o que se tem, é com ele que se trabalha, daí a noção de trabalho-afeto proposta também por Deleuze e Guattari (1997), a qual soa tão atual ao pensar produtos criados por fãs (*fanworks*).

O nômade vive num deserto como espaço de nada, como diz Paola Zordan (2014), professora da UFRS, ao interpretar a noção do caminho percorrido por essa máquina,

tentando entender também suas questões de velocidade em outro cenário para além do deserto, da margem, num território máquinico e regulado pelo Estado:

Seu traçado espiralado, desenha uma linha ziguezagueante, turbilhonar, que vai contra as coordenadas quadrangulares de uma geometria ideal, reguladora, regradora, Régia. A máquina de guerra age zerando coordenadas (retas) e criando números que mostram, aritmeticamente, a progressão errática pela qual as tribos se movimentam. (ZORDAN, 2014, p. 01)

O liminar é um lugar criado através de uma crise no cotidiano do nômade, o qual, por sua vez, é, aqui, o alicerce da experiência estética:

no cotidiano e nos espaços de festividades, é possível vislumbrar uma dramaturgia corporal através dos estados do corpo. Todavia, esses limites são surpreendidos pelo fazer vivo desses acontecimentos performativos, encontrando lugar no espaço-tempo através da experiência, possibilidade distanciada de conceitos rígidos e modelos cientificistas. (COSTA; PEREIRA. 2016, p. 91)

Lindando com a efemeridade e a permanência, é um lugar que não está no tempo presente, pois é fruto do ritual, o que Diana Taylor (2013) descreve como um “entre-lugar” e, diante de um “entre”, somos apenas passageiros. Portanto, o local de ficção de fã, do cerne da *fanfic*, é uma experiência estética *per si*, fruto de rituais de deslocamento, movência, peregrinação.

Taylor (2013) destaca que o rito não lida com o aqui e agora, muito menos tenta estabelecer uma estrutura organiza de temporalidade. Mesmo o ato performático de um ritual, que tende a ser roteirizado, é apenas parcialmente pré-estruturado, como as giras do umbanda no Terreiro: membros do grupo com funções específicas cantam e dançam (giram) numa roda, criando uma encruzilhada de crenças, a espera de Iemanjá ser incorporada em um sacerdote que aguarda, há sete dias, recluso nos bastidores do terreiro, pela descida de sua mãe-orixá. O corpo em ritual é aqui uma festa, como propõem Daniel Santos Costa e Sayonara Pereira (2016), pensando a ideia de “festividade” através de Bakhtin em “A cultura popular na Idade Média e no Renascimento” (1999), como um ritual humano que é.

A festividade é ao mesmo tempo, espaço de expressão de tradições e símbolos e espaço que lida com apagamentos, ou seja, com arquivos e repertórios que recodificam o lugar onde a festa acontece. É também a festividade ritual que possibilita o trânsito do

sujeito por liminóides, e, muitas vezes, o transe diante da performance de gosto, ritual de adoração.

Em Las Vegas, a festa é o show residência e suas tradições prescritivas lidam com os limites da urbe, da *strip* (atual Las Vegas Boulevard). São aproximadamente 7 quilômetros de rua, dominada por 30 complexos hoteleiros que incluem cassinos, shoppings, restaurantes, bares, oásis (a parte aquática dentro dos cassinos), além dos teatros onde acontecem os shows residência. Porém, esses sete quilômetros se multiplicam, uma vez que o turista e/ou peregrino é guiado por grades nas calçadas e pela obrigatoriedade de subir em escadas rolantes a céu aberto, caso queira seguir, ao andar pela rua.

As escadas te levam para percursos guiados por quiosques, bares, restaurantes e lojas dentro dos complexos cobertos. É como se entrássemos na Etna ou na Tok & Stok, só que dez vezes maior, mais colorida, com várias outras lojas dentro, além de quiosques com bebidas alcólicas em todas as formas e gostos, custando alguns trocados.

Como não há placas, relógios, ou qualquer funcionário disposto a oferecer ajuda, caso você se perca, ou ainda janelas, nesse labirinto que parece ser o ápice do capitalismo, a ideia é clara: perca a noção de tempo e espaço, fique bêbado e gaste todo o dinheiro que você não tem, com coisas que você não precisa. Depois coma em nossos restaurantes e assista nossos shows.

Me pergunto se a quantidade chocante de mendigos sentados na calçada, muitos deles com a mesma idade que eu, são pessoas que se perderam no caminho e se transformaram no próprio caminho. Ou se viram, em Vegas, o rosto da Medusa e ficaram paralisados, se transformando no concreto de cada passarela suspensa que conecta uma escada rolante a outra, cruzando a avenida de seis faixas, a *strip*.

A urbe planejada para o entretenimento funciona como um campo que escancara as dramatizações, como a Disney. A concretude de Las Vegas, pontualmente, parece dar forma ao drama transcultural nas diversas representações de outras cidades e suas simbologias, as transformando em um parque de diversão. A cidade planejada para o entretenimento é o espaço-encruzilhada: “lugar simbólico no qual se processam vias diversas, operadoras de linguagens e de discursos” (COSTA; PEREIRA. 2016, p. 90) dramáticos, adiciono. “A encruzilhada seria um terceiro lugar, ou como definiu Bhabha (2013), um entre-lugar, geratriz de produção signica, diversificada e, portanto, um território de sentidos, de elaboração discursiva, estimulada pelos próprios discursos que ali coabitam”, (idem), ou como definiu Diana Taylor (2013). Porém, trata-se de um entre-

lugar que, para o ser, precisa performatizar a diversão através de estruturas prescritivas pré-organizadas, como o percurso proposto entre os aquários do SeaWorld, ou entre as atrações nos parques da Disney. Ou ainda em cidades igualmente roteirizada para serem arquivos de memórias, e apagamento do restante do mundo, tal como *Celebration*, a cidade da Flórida criada pela Disney. Lá, são trinta quilômetros quadrados com casas, hospital, lojas e outros serviços, todos eles idealizados e administrados pelo parque de diversão.

*Celebration* fica no Condado de Osceola e, em 2010, tinha aproximadamente 8 mil moradores. Um deles é o apresentador Silvio Santos. Vale ressaltar que os moradores de lá passam por uma triagem. Nos Estados Unidos existe um tipo de censo que cuida de cidades como esta, chamadas de “autorreguláveis”. O *Census-Designated Place* (CDP), repartição pública que estuda essas comunidades, chama *Celebration* de “*master-planned Community*”, algo como “comunidade ultra planejada”.

O CDP apurou que em 2010, na última medição, a população da cidade era de aproximadamente 7.500 moradores. *Celebration* também é destino comum para brasileiros que querem mandar seus filhos para estudar fora<sup>43</sup>, por conta da confiança no Rato, o Mickey. Outros dados relevantes do CDP de 2010 são que apenas 1,5% da população de *Celebration* se declarou negra, 3,2% como asiática, 2,2% como interracial, 91% branca e, desse último dado, 81,9% se declarou, em 2010, como sem descendência hispânica. Estes números incluem os 3.063 proprietários de casas no local, dos quais 57% são casais que moram juntos, 4,5% eram mulheres casadas com maridos que moram fora, 24% de pessoas moravam sozinhas e 3,6% delas eram idosos com mais de 65 anos<sup>44</sup>.

<sup>43</sup> <https://www.els.edu/pt/els-language-center/us/fl/orlando>

<sup>44</sup> <https://www.celebrationinfo.com/demo.htm>; <http://www.city-data.com/city/Celebration-Florida.html>

Figura 21 – Vista aérea de “Celebration” sobreposta com o rosto do Mickey



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Os planos para a construção da cidade nunca foram colocados em prática durante a vida de Walt Disney, que faleceu em 1966, em Burbank, na Califórnia. Apesar de a

marca do Mickey ter criado a cidade para administrar todos os estabelecimentos contidos nela, incluindo um hospital, no começo dos anos 90, *Celebration* só passou a ser habitada a partir de 1996. Em 2004, no entanto, a Disney colocou a cidade à venda, como conta o *The New York Times* na matéria “Disney coloca à venda cidade construída para refletir o passado”<sup>45</sup>. A publicação destaca o slogan de divulgação da cidade nos anos 90, que levou muitos fãs da Disney a se inscreverem e se mudarem para o local, que dá acesso geográfico facilitado aos parques (mas não inclui os ingressos): “um lugar que te leva de volta ao tempo da inocência”<sup>46</sup>. Na matéria, uma moradora diz que se sente enganada e traída pela empresa do Mickey, após o anúncio da venda. A senhora Shaw diz ao *The New York Times* que se mudou para lá por amar a Disney, mas que agora que sabe que a cidade era só mais um negócio para a empresa, está repensando seus sentimentos.

Com a abertura oficial em 96, outros locais dos Estados Unidos começaram a seguir a tentativa da Disney de construir cidades que emulassem o passado tradicional – e ilusório – das pequenas e pacatas comunidades do país, forçando uma arquitetura baseada nas casas antigas. Por antigas não me refiro a um período de tempo marcado por um estilo. Para a Disney, os termos “antigo” e “tradicionais” são o suficiente, já que eles misturaram diversos estilos arquitetônicos nas casas de lá, todas prontas para morar – e não passíveis de alterações estéticas e reformas (GOODNOUGH, 2004): “A ideia, copiada ao redor do país sob o que conhecemos como Novo Urbanismo, era de tentar implementar um senso de cidade pequena, de comunidade, que o êxodo para os subúrbios falharam ao não conseguirem alcançar”<sup>47</sup>.

---

<sup>45</sup> GOODNOUGH, ABBY. Disney Is Selling a Town It Built to Reflect the Past. *The New York Times*. 2004.

<sup>46</sup> T.N.: ““a place that takes you back to that time of innocence”

<sup>47</sup> T.N.: “The idea, which has been copied around the country under what is called New Urbanism, was to foster a sense of small-town community that suburban sprawl had failed to achieve.” GOODNOUGH, ABBY. Disney Is Selling a Town It Built to Reflect the Past. *The New York Times*. 2004.



Figura 22 – Ruas de Celebration

Market Street - Principal rua comercial de Celebration



Vista dos 40 km de trilhas dentro da cidade



Vista dos 40 km de trilhas dentro da cidade



Centro da cidade



Fonte: ViagemDisney.net

Para isso, cada morador precisava assinar um contrato com a *Celebration Company*, braço da Disney designado para governar a cidade. Nele, a legislação ia do comportamento em espaços públicos à cor da cortina interna da casa, mesmo que não desse para a mesma ser vista por quem estivesse do lado externo da propriedade.

Figura 23 – Mapa, logo e entrada de Celebration



Fonte: Prefeitura de Celebration / <http://www.celebration.fl.us/>



A cidade foi planejada por Walt Disney para estar sempre no futuro, com canos recolhedores de lixo espalhados por toda a estrutura interna da casa, espaçamento entre terrenos na escala humana, incluindo uma quantidade de transporte público que fizesse com que nenhum morador precisasse ter carro. Um hospital experimental com tecnologia de ponta, assim como uma escola no mesmo formato e diversos espaços comunitários foi o que Disney projetou e chamou de *Experimental Prototype Community of Tomorrow* (EPCOT). A cidade seria construída num terreno próximo a Orlando, que ele havia adquirido. No entanto, em 1971, após sua morte, foi inaugurado no local o Walt Disney World Resort. Na década de 80, uma parte do parque foi dedicada à ideia original do EPCOT, se tornando uma simulação do conceito que nunca foi finalizado, como uma atração turística. Ainda no conceito original, havia o plano da construção de um aeroporto para a cidade, um centro de boas-vindas, uma área industrial, a residencial e, por fim, o parque da Disney – que curiosamente, não era o foco do projeto.

Figura 24 – Frames do vídeo de apresentação de EPCOT



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=sLCHg9mUBag>

Dois meses antes de falecer e após a conclusão da Disneyland na Califórnia, Walt gravou um vídeo de meia hora, produzido por seu estúdio e chamado de “Projeto X”, na tentativa de explicar cada detalhe do projeto, para que o mesmo fosse adiante caso ele viesse a óbito. O parque, apesar de ser o centro geográfico do mapa do EPCOT, não era o objetivo central do projeto. A área residencial, por exemplo, seria construída numa região coberta por um globo, o qual garantiria a climatização controlada do lugar.

O conceito inspirou, além de uma parte do parque, o filme da Disney “*Tomorrowland*”, lançado em 2015, com Georgey Clooney no papel principal, retratando

uma “cidade do futuro”. Outras ficções como “*Under The Dome*” (Sob a Redoma, título nacional), livro de ficção do Stephen King lançado em 2009, o qual originou uma série de TV omônima pela CBS em 2013, também tiveram o projeto de Walt Disney do EPCOT como inspiração.

Porém, ao invés de ser a cidade do futuro, *Celebration* se tornou um navio fantasma que vaga sem rumo no oceano, como o cinema da cidade ornamental, construído em 1994, com o projeto original da cidade. Fechado desde 2010, raramente tinha público. A maioria das sessões não chegava a ser exibida por conta disso, comenta o ex-funcionário Donald Moysey ao Businessinsider.com na matéria “*The mystery behind why a beautiful movie theater in the town created by Disney World has been closed for almost a decade*”<sup>48</sup>, escrita Jason Guerrasio em 2018.

Os filmes em cartaz eram controlados pela Disney, conta Guerrasio, algo que Moysey acredita ter relação com a falta de público. Logo, as duas salas que somavam mais de 500 acentos acabaram sendo usadas por pastores para realizarem seus cultos. Um pastor saía e outro entrava já para pegar a chave e organizar o local. Entre 96 e 97 criou-se, lá dentro de uma das salas de cinema, uma sala de aula, mas só quatro alunos se formaram – a cidade inteira estava lá para assistir a formatura. (GUERRASIO, 2018).

O Cinema pertence, ainda hoje, ao conglomerado de comunicação AMC, que não retornou o contato da publicação Businessinsider.com. Através de documentos obtidos por Guerrasio (2018), foi possível entender que é mais barato manter o cinema fechado a mantê-lo funcionando. A empresa que comprou o *downtown* de *Celebration*, a Lexin Capital, se recusa a vistoriar o prédio e está sendo processada por moradores da cidade, que não sabem mais o que fazer, uma vez que o Mickey não manda mais ali. Em 2016, os moradores se juntaram para forçar a Lexin a pagar de 15 a 20 milhões em reparos no centro da cidade, que está se decompondo com o tempo, de forma mais lenta que o cinema, mas ainda assim, morrendo.

A matéria conta ainda que na última sessão do cinema local, quando os McCollum e seu vizinho chegaram para assistir à “Megamente”, animação da Disney, o outro filme em cartaz era “Harry Potter e as Relíquias da Morte Parte 1”. Parecia um dia normal, exceto por uma folha A4 colada na frente do local, avisando que aquele seria o último dia de atividade do cinema. Ao sair da sessão que tinha quatro pessoas (ele, a esposa, o filho e o amigo do filho), não havia mais nenhum funcionário no local. As luzes permaneciam

---

<sup>48</sup> <https://www.businessinsider.com/disney-world-mystery-of-movie-theater-in-celebration-florida-being-closed-2018-3>

ligadas, mas todos os cartazes dos filmes estavam no lixo. McCollum relata que ainda conseguiu pegar o cartaz de “Megamente” e o vizinho pegou o do Harry Potter. “Não havia mais nada ou ninguém no saguão. Eu, na verdade, fui a pessoa a fechar a porta dali pela última vez, ao sair; a porta se trancou quando saímos<sup>49</sup>.”, conta o morador da cidade ao businessinsider.com.

A reportagem narra, ainda, que após McCollum fechar a porta do cinema, ninguém mais apareceu por lá nos dias seguintes, os quais se transformaram em meses com as luzes internas ligadas e externas também. O pessoal da AMC passou lá apenas para recolher a logo do canal de TV que ficava na fachada do cinema. Ao visitar a cidade, Guerrasio (2018) conta que por fora, o cinema parece estar funcionando, exceto por não ter nenhum filme listado e as áreas externas dedicadas aos cartazes, serem grandes quadros negros vazios. Não há ninguém andando a pé no centro de Celebration e a marquise do cinema continua ligada, com o seu neon no estilo anos 50, mesmo tendo sido construído em 94: “Celebration realmente é uma cidade congelada no tempo (...) De várias formas, o teatro é meio que como a Disney em si: quanto mais perto você chega, mais facilmente você percebe que é tudo cenário<sup>50</sup>” (GUERRASIO, 2018).

---

<sup>49</sup> T.N.: “*Everything was cleaned out. Nobody was there. I actually checked the door when we left; it was locked once we were out and the door shut*”

<sup>50</sup> T.N.: “*Celebration really is a town frozen in time (...) In many ways, the theater is like Disney World itself: The closer you get to it, the more you realize it's all a well-designed façade*”

Figura 25 – Cinema AMC em “Celebration”



Fonte: Arquivo pessoal do autor / Getty Image / Guerrasio (2018)

Celebration em 2018 conta 8,410<sup>51</sup> habitantes, e a idade média entre eles de 39 anos<sup>52</sup>, apresentando uma densidade populacional 172% maior que o Estado da Flórida. Além desses dados cristalinos, a cidade que tem neve artificial no natal daquele ano, também tem um lado escondido, conta o DailyMail.co.uk, na matéria de 2010, intitulada de “*The dark heart of Disney's dream town*”, escrita por Tom Leonard.

No texto, há relatos de vandalismo e tentativas de homicídio desde 2002, quando um casal foi amarrado dentro de casa durante um assalto a uma das residências locais e foi ameaçado de morte. Em 2010, um morador da cidade foi encontrado morto em casa, espancado. Ele vivia sozinho com seu cachorro e era um professor aposentado.

Matteo Giovanditto, um ex-professor de 58 anos, que morava sozinho com seu chihuahua, foi encontrado espancado até a morte com um machado em sua casa, apenas um quarteirão de distância da pista de gelo. David-Israel Murillo, um sem-teto que foi acusado do assassinato, disse a repórteres que atacou depois que a vítima tentou fazer sexo com ele.<sup>53</sup> (LEONARD, 2010).

Uma semana depois, um homem se trancou em sua casa e se matou após sua ex-mulher o acusar de assédio, finaliza o repórter. As notícias são difíceis de serem encontradas e, quem anda por lá e vê a cidade extremamente limpa e organizada, como um cenário, acaba não questionando o local. Por isso, uma das características que mais marcam a cidade é o fato dela também ser criada, assim como Vegas, diante da lógica de “encruzilhada”: cruzamentos de culturas completamente distintas passam a lidar esteticamente sem maiores problemas entre si, como os estabelecimentos italianos, japoneses e espanhóis da cidade. A encruzilhada é a materialização, por sua vez, da noção de entre-lugar de Diana Taylor (2013), na forma arquitetônica da cidade.

Assim como Vegas, a cidade da Disney celebra o fato de conseguir proporcionar ao morador ou turista, em uma única volta de carro, uma volta ao mundo, suspendendo noções de tempo e espaço, que são reiteradas nas dicotomias visuais.

<sup>51</sup> <https://www.areavibes.com/celebration-fl/demographics/>

<sup>52</sup> <https://www.areavibes.com/celebration-fl/demographics/>

<sup>53</sup> T.N.:” Matteo Giovanditto, a 58-year-old former teacher, who lived alone with his Chihuahua, was found bludgeoned to death with an axe in his home, just a block away from the ice rink. David-Israel Murillo, a homeless man who has been charged with the murder, told reporters he lashed out after the victim tried to have sex with him.” <https://www.dailymail.co.uk/news/article-1337026/Celebration-murder-suicide-wife-swapping-Disneys-dark-dream-town.html>

Se Vegas é muito clara ao se vender como produto turístico, a tentativa de camuflagem em *Celebration* acaba trazendo à tona os dramas visuais, fazendo com que ela deixe de ser uma encruzilhada e passe a ser apenas um cenário. Aqui, a névoa entre o real e a ficção é reduzida pela neve artificial, criando um liminar ou liminóide com 30 km quadrados.

Figura 26 – Arquitetura de Celebration



Fonte: Arquivo pessoal do autor / Getty



A cidade mescla o estilo vitoriano, com as casas de praia da Califórnia no que é considerado pelos arquitetos como pós-modernismo, uma onda irônica que ri das correntes estéticas anteriores, que aparenta dar à Celebration, um tom de decadência que Las Vegas ainda consegue fazer com que seja mais camuflado com a noção de “entretenimento adulto”.

### 3.1 *CROSSROADS*<sup>54</sup>: PRECISAMOS FALAR SOBRE LAS VEGAS

Las Vegas é um lugar curiosamente ignorado por ser estigmatizada como um cemitério de elefantes da música e lápides cintilantes, se aproximando de uma piada sem graça contada pelo chefe da firma. Pode ser considerada também como o capitalismo escalonado em cenários camuflados e, por conseguinte, uma afronta ao urbanismo.

No entanto, a cidade no meio do deserto, espaço de nômades, está para a música pop como uma encruzilhada está para o Terreiro, espaço outro, trazendo os escalonamentos que o pop lida diariamente, como espaço de drama que é a urbe pop, com seus liminóides, agenciados por caminhos pré-moldados.

Vegas é aqui uma metáfora que ilustra a cultura de consumo do capitalismo, gerenciando corpos em exposições nos shows residência, shows que mais parecem tentativas dos artistas de promoverem incorporações de si próprios, num jogo oscilante entre rememorar o passado mediado (arquivo), diante de novos gestos, fugas e roupagens (repertório).

Las Vegas faz voltar ao termo “cultura pop”, derivado de “cultura popular”, que no Brasil tem um outro agenciamento, uma vez que nossa cultura popular, ou seja, vernácula, tem forte conexão com o povo africano e com os índios, com o “feito à mão”. Qual seria, então, a cultura vernácula, feita à mão, dos Estados Unidos?

A cultura pop emerge como forma de produção e consumo e possível resposta, levando a conclusão de que a cultura vernácula dos EUA seja um maquinário fordista. A música pop, de forma mais detida, emana dessa cultura vernácula que vem do produto pré-fabricado, “enlatado”, mas não por isso menos importante, sendo passível de experiência estética. Nesta parte da tese, sigo principalmente com base em uma análise da estrutura de Las Vegas a partir de Robert Venturi, Denise Scott Brown e Steven

---

<sup>54</sup> “Crossroads” é o título do primeiro e único filme lançado pela Jive Records e Zomba, gravadora da Britney, em parceria com a MTV Films. A tradução do título é “Encruzilhadas”, apesar de o Brasil ter adotado “Crossroads: amigas para sempre” como título do longa lançado em 2002.

Izenour, arquitetos e professores de urbanismo, que, na década de 70, pontuaram Las Vegas como uma ode à cultura vernácula dos Estados Unidos, no livro “Aprendendo com Las Vegas”. Boa parte do texto deles é uma justificativa da escolha do objeto, visto por uma vertente arquitetônica que questiona a noção de cidade.

Kenneth Frampton, por outro lado, associa as consequências desse livro [Aprendendo com Las Vegas] à vertente arquitetônica populista e cenográfica. Paolo Portoghesi localiza em Venturi o início da reflexão a respeito de uma arquitetura mais inclusiva, que viria a desembocar na Bienal de Veneza de 1980 (RUBINO, 2003)<sup>55</sup>

comenta a antropóloga Silvana Barbosa Rubino (2003), professora do departamento de História da Unicamp. Paola Berenstein Jacques (2005), propõe chamarmos esse tipo de cidade de “errâncias urbanas”, ao citar Guy Debord em “A sociedade do espetáculo de 1967”, relembra que o espetáculo é uma acumulação de capital, diante do espaço e tempo. Ou, proponho, é uma geografia inventada pelo acúmulo de mediações que lidam com comércio da Figura. Ela chama de “gentrificação” a ideia de tornar as cidades espaços mais confortáveis para um flunar de pedestres. Las Vegas, que foi construída para carros que cruzavam o deserto, tenta replicar a lógica de pedestre, mas não passa de um simulacro de escala, colocando grades nas calçadas, e obrigando o pedestre a percorrer um caminho único. Paola, arquiteta-urbanista, professora da UFBA, aponta que:

o caso de Las Vegas estudado por Venturi é clássico; e hoje o que se vende é a Figura de marca da cidade e, mais do que isso, consultorias internacionais de marketing urbano que visam criar novas imagens de marca de cidades que utilizam a cultura como fachada tanto para a especulação imobiliária quanto para a própria propaganda política em tempos de eleições (...) quanto mais passivo (menos participativo) for o espetáculo, mais a cidade se torna um cenário, e o cidadão um mero Figurante; e no sentido inverso, quanto mais ativo for o espetáculo – que no limite deixa de ser um espetáculo no sentido debordiano –, mais a cidade se torna um palco e o cidadão, um ator protagonista ao invés de mero espectador. A relação entre espetacularização e gentrificação, no sentido inverso, também seria diretamente proporcional, uma vez que o processo de espetacularização urbana traz sempre consigo um tipo de gentrificação espacial, com a expulsão dos mais pobres das áreas de intervenção. (JACQUES, 2005, p. 18-19)

Jan Gehl é outro arquiteto-urbanista que faz críticas ao modelo de Las Vegas, questionando o foco na automação, à grande escala, mas também ao modelo anterior à Las Vegas, que é o modernismo, em seu livro “Cidade para Pessoas” (2010), a partir do “Aprendendo com Las Vegas”. O livro de Venturi, Brown e Izenour (2003) propõe

<sup>55</sup> <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/resenhasonline/02.020/3207>



pensarmos Las Vegas através de uma teoria sobre a importância do “feio e banal” na cultura vernácula dos Estados Unidos. Eles começam a pesquisar a cidade, em campo, com uma crítica ao modelo, mas saem de lá pontuando que, se a intenção dos pós modernismo urbano é a ostentação do ordinário, Las Vegas conseguiu cumprir seu papel ao, ainda, tornar a lógica da “cidade cenário” rentável:

Las Vegas é atravessada pela rota 91, o arquétipo do corredor comercial, o fenômeno (comercial) em seu estado mais puro e intenso. Acreditamos que a documentação e a análise cuidadosa de sua forma física é tão importante para os arquitetos e urbanistas de hoje quanto foram os estudos da Europa medieval e da Grécia e Roma antigas para gerações anteriores. Um estudo desse tipo ajudará a definir um novo tipo de forma urbana que surge nos Estados Unidos e na Europa, radicalmente diferente de tudo o que conhecemos, o qual não estamos bem equipados para entender e que, por ignorância, definimos hoje como espalhamento urbano. (VETURI; BROWN; IZENOUR, 2003, p.11)

Las Vegas é classificada em “Aprendendo com Las Vegas”, então, como coração da cultura dos Estados Unidos e, por conseguinte, a elenco como metáfora da cultura pop, principalmente pensando a lógica das memórias mediadas, da invenção de memórias e do apagamento dos corpos e do espaço no corpo da diva, que funciona como um monumento, e na cidade enquanto corpo no meio do deserto.

A cidade pop dá forma e cor à efemeridade e ao desaparecimento que estão contidos na performance pop, a qual lida, ao mesmo tempo, com corpo e voz, plataformas de arquivamento. O corpo monumento pop (tanto do ídolo, quanto do fã) é, por sua vez, uma memorabilia, corpo que restaura e repete, encenando algo que não pode ser apreendido em lugar algum: o tempo e a experiência. O corpo da diva passa a ser visto então como evento numa encruzilhada inventada pela memória coletiva midiática dos fãs, diante das mediações desse monumento colossal e comum, em exposição. Quase um ornamento na cidade e no mundo, hasteado para *selfies*, como proponho pensar o corpo da diva em Las Vegas, desde as primeiras vedetes nas décadas de 30, 40 e 50, com seus shows burlescos, ao show residência de Britney em 2013.

O corpo monumento é um corpo performático, que traz à tona comportamentos duplamente exercidos ou reiteirados, fora da lógica de passado, presente e futuro, fruto de um ritual de presentificação imagética, o que dá o escopo do pop enquanto uma forma de circulação de produto: fazer com que o consumidor fã se sinta em casa, mesmo num novo show, com uma nova música, dando sensações de *déjà vu*, de “parece que já ouvi/vi

isso antes”. A definição de “performances artísticas” de Schechner (2002), pode ajudar a entender a lógica do corpo monumento da diva:

Performances – de arte, rituais, ou da vida ordinária – são “duplamente restauradas” (ou duplamente reiteradas), “comportamento repetido, duas vezes feito”, ações performadas são as quais as pessoas treinam e ensaiam... Mas a vida cotidiana também envolve anos de treinamento e prática, de ajustamento e de performar (encenar) um papel em uma relação social e em circunstâncias pessoais, privadas<sup>56</sup>. (SCHECHNER, 2002, p.29)

Enquanto que os atos duplamente exercidos são ações ou scripts que podem ser arquivados, transmitidos, manipulados (no sentido de manejar e no sentido de dar forma ou feição, tornar “falso”) e, por conseguinte, transformados durante uma encenação, como parece acontecer nos shows residência e na própria *strip* de Las Vegas. Para Schechner (1995), o comportamento restaurado ou duplamente exercido,

é simbólico e reflexivo, não vazio, mas carregado com intenções e não-intenções de significados e significâncias. O *self* ecoa num comportamento restaurado, podendo atuar em ou como outro (comportamento), quer seja o outro um papel estético, como Hamlet, ou ordinário, como um “professor” (...) Comportamento simbólico e reflexivo é o vetor de endurecimento para a realização de processos sociais, religiosos, estéticos, jurídicos, médicos e educacionais. Performance significa: nunca pela primeira vez; pela segunda à enésima vez, comportamento comportado duas vezes<sup>57</sup>. (SCHECHNER, 1995, p.1)

Por se tratar de uma cidade que tenta emular uma volta ao mundo em um só lugar, percebo Las Vegas como um local que, ao mesmo tempo que tenta apagar o deserto onde foi construída, performatiza, através de sua arquitetura, a Grécia Antiga, Roma Antiga, Veneza, o Rio de Janeiro de Carmem Miranda e do Zé Carioca, com uma pitada de Michel Teló, a Nova Iorque dos filmes e, outras tantas, reafirmando a ideia de encruzilhada, ou seja, de entre-lugares que possibilitam articulações entre a Torre Eiffel e a ponte do Brooklyn, interpolados pelo Cristo Redentor, lado a lado, naturalizados, neutralizados em

<sup>56</sup> T.N.: Performances – of art, rituals, or ordinary life – are ‘restored behaviours’, ‘twice-behaved behaviour’, performed actions that people train for and rehearse...But everyday life also involves years of training and practice, of adjusting and performing one’s life roles in relation to social and personal circumstances

<sup>57</sup> T.N.: is symbolic and reflexive, not empty but loaded with intended and non-intended meanings and significances. The self as encoded in restored behavior can act in/as another, whether that other is an aesthetic role like Hamlet or a life role such as “teacher.” (...) Symbolic and reflexive behavior is the hardening into performance of social, religious, aesthetic, juridical, medical, and educational processes. Performance means: never for the first time; for the second to the nth time, twice-behaved behavior

cenários dados na *Strip*, principal avenida da cidade, local que, nesta tese, é onde centro a análise.

### 3.2 “*LOST IN A FIGURA, IN A DREAM*”<sup>58</sup> : Experiência Pop na Strip

“Strip” é um formato arquitetônico de avenida surgido na década de 1970, em Los Angeles (L.A.), nos Estados Unidos, devido a popularização do automóvel e adequação das ruas ao estilo de vida motorizado. Na época, as cidades da Califórnia, principalmente L.A., começaram a deixar a escala humana, métrica da arquitetura para espaços urbanos, e adotaram a escala do automóvel na reorganização das ruas da cidade. Ou seja, a cidade só se torna “confortável” (no sentido arquitetônico<sup>59</sup>), caso o turista ou morador ande de carro. Para o morador a situação é ainda pior, pois ele precisa ter dinheiro para continuar no centro da cidade. Caso não tenha, como pontuou Paola (2005), ele precisará sair do centro e se tornará margem. Em Los Angeles, por exemplo, há estabelecimentos, como museus, que só podem ser acessados de carro, como os hotéis aqui no Brasil. Não há porta para pedestres.

Com isso, começaram a se formar o que Robert Venturi, Denise Scott Brown e Steven Izenour (2003) chamaram de “corredor comercial” em “Aprendendo com Las Vegas”. A obra se tornou um clássico arquitetônico em 1977, quando foi publicada, por voltar o olhar da arquitetura para o que ela mesma considerava como feio, plástico, incapaz de gerar afeto ou conforto e, por isso, desimportante. Os autores (GEHL, 2010; JACQUES, 2005) a apontam como um “simbolismo esquecido” dentro das ciências, e costumam a considerá-la como uma cidade, exatamente por se tratar de um local que, midiaticamente, se coloca apenas como uma avenida de comércio, a *Strip* – rua que, principalmente após as conotações excessivamente banais do termo, passa a ser chamada de Las Vegas *Boulevard*.

Há uma certa dificuldade dos autores, então, a considerar um corredor comercial, ou uma “faixa”, tradução literal de “*strip*”, como uma cidade completa. Sei, assim como Venturi, Brown e Izenour, que Las Vegas possui outras áreas, afinal os trabalhadores dos estabelecimentos comerciais gigantescos precisam morar em algum lugar. Porém, as

<sup>58</sup> “Perdida numa Figura, num sonho”, canta Britney em “*Lucky*”, música lançada em 2000, no álbum “*Oops! ...I did it again*”

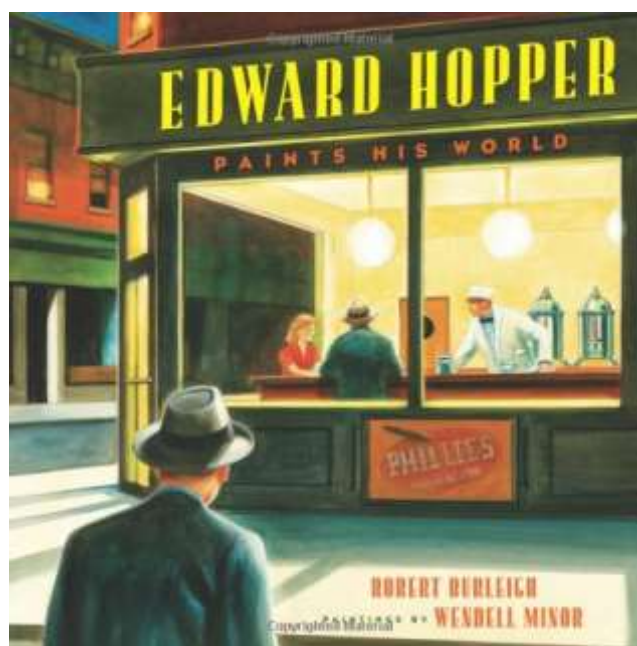
<sup>59</sup> Conforto na arquitetura está relacionado com as sensibilidades do espaço urbano ao convívio humano e coletivo: praças, jardins, espaços arborizados e com sombra, confortáveis para se relacionar.

“outras áreas” ficam em um lugar afastado, apagado e esquecido pelo cartão postal da cidade, pela *strip*, pelos turistas e fãs que ali circulam. “A Las Vegas Strip em particular – seu exemplo por excelência -, desafia o arquiteto a assumir um ponto de vista positivo e não arrogante ou depreciativo (...) [sabemos que] ganhar insight a partir do trivial não é nada novo: a arte refinada segue muitas vezes a arte popular” (VENTURI; BROWN; IZENOUR, 2003, p.25).

Robert Venturi, Denise Scott Brown e Steven Izenour começam a questionar a arquitetura das *strips* de Los Angeles e Las Vegas percebendo a quantidade de imagens pintadas em telas por artistas que retratam *fast food*, autoestradas, postos de gasolinas, *drive thru* e *drive in*, lojas no meio do nada ou ruas com grandes lojas etc. As pinturas compõem a arte do realismo norte-americano, e Venturi, Brown e Izenour começam a questionar a escolha dessas cenas cotidianas por pintores. Um dos expoentes do realismo na pintura é Edward Hopper. Seus quadros trazem postos de gasolina, *free ways*, lanchonetes na beira da estrada, lojas.

O posto de gasolina tem uma função importante nesse momento histórico dos EUA uma vez que, devido a urbanização das cidades e concentração de empresas nos centros, os preços dos imóveis centrais subiam e forçavam as famílias a se mudarem para o subúrbio, explica a professora de arquitetura e urbanismo Marcela Dimenstein (2018) através da obra do pintor Edward Hopper:

Figura 27 – Capa do livro “Edward Hopper pinta seu mundo”



Fonte: Arquivo Pessoal

Figura 28 – Pintura em tela feita por Edward Hopper, intitulada “Gas”, de 1940



Fonte: MOMA.org

Figura 29 – Edward Hopper, *People in the Sun*, 1960, oil on canvas,



Fonte: Smithsonian American Art Museum, Gift of S.C. Johnson & Son, Inc., 1969.47.61

Figura 30 – Edward Hopper, Western Motel Detail, 1957



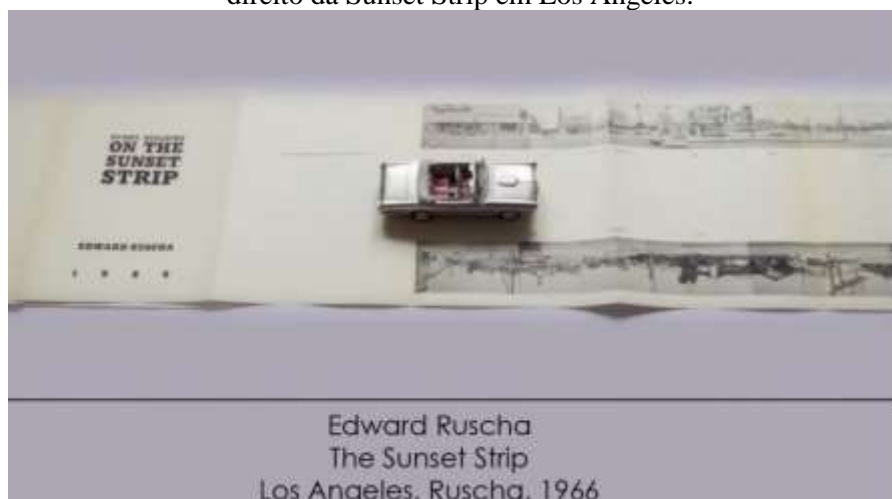
Fonte – allartclassic.com

Após Hopper, o fotógrafo e arquiteto Edward Ruscha, em 1966, começa a registrar novos formatos de rua que surgiam, passando ele a documentar a *Sunset strip* em Los Angeles, rua que chamava a atenção por ser estritamente comercial. Ou seja, são espaços urbanos que dependem da circulação de pessoas para existir, devido ao consumo, mas que não são feitos para pessoas e sim máquinas automobilísticas (DIMENSTEIN, 2018).

Uma vez que as lojas possuíam estacionamentos internos, espaços de apagamento do trânsito da cidade, não havia como sair andando de uma loja para a outra, afinal os estacionamentos precisavam ser cada vez maiores, fazendo com que a loja fosse cada vez maior, tornando a distância de um estabelecimento para o outro, numa rua sem árvores, um caminho que dura cerca de cinco a dez minutos, mesmo sendo as lojas vizinhas.

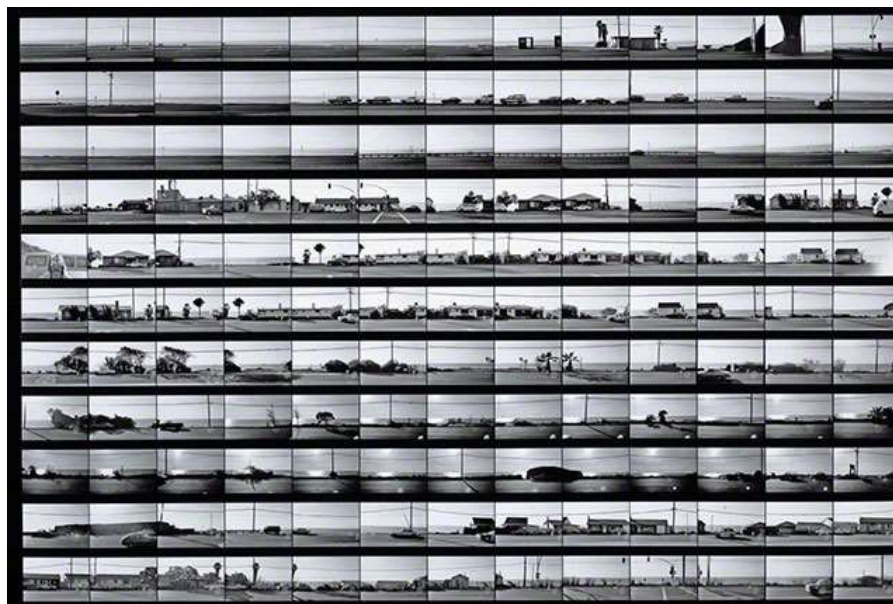


Figura 31 – Catalogação fotográfica da sunset strip por edward ruscha. Lado esquerdo e direito da Sunset Strip em Los Angeles.



Fonte: EDWARD RUSCHA (1966)

Figura 32 – Todas as construções da Sunset Strip / Los Angeles



Fonte: EDWARD RUSCHA (1966)

Uma vez que a escala externa das lojas, verdadeiros galpões, não era feita para pedestres, a única forma de orientar os motoristas que ali circulavam era através dos *outdoors* e letreiros. Porém, uma vez que todas as lojas, bares e restaurantes da rua, só contavam com esta única forma de orientação ao cliente, começou a haver uma disputa por tamanho de placa, letreiro e *outdoor* entre os comerciantes. Naturalmente, quem tivesse o maior outdoor, seria visto mais facilmente de dentro de um carro, causando um

amontoado visual que impossibilitava a leitura das placas em si. Daí veio a necessidade de vincular os estabelecimentos à rostos famosos, como o da cantora Cher.

Figura 33 – SUNSET STRIP, LOS ANGELES, EM 1969



Fonte: Robert Landau/Exibição “Rock ‘N’ Roll Billboards of the Sunset Strip” /Divulgação da Figura por Angel City Press

Os *billboards* (propagandas externas) da *Sunset Strip*, davam o tom do que Las Vegas se tornaria: uma grande avenida com rostos facilmente reconhecíveis estampados em totens, posters, taxis, aeroporto, e em fachadas de hotel. Para além de chamar a atenção do passante ou do motorista, corpos populares costumam ser extremamente midiaticizados e, por se tratarem de Figuras que estavam no imaginário coletivo quase global, traziam a sensação artificial de reconforto que dá o corpo pop, como o de Cher na Figura acima, ou o de Donna Summer e Bruce Springsteen, na fotografia abaixo, também feita por Robert Landau na Sunset Strip em LA. Me senti desta mesma forma quando me mudei de Petrolina-PB, para fazer graduação na UFPB, em João Pessoa. Dias após a mudança, ainda numa época sem *smartphone*, em 2005, peguei o ônibus errado ao sair da universidade, dentro da cidade, o qual entrou numa comunidade que era apressadamente taxada como perigosa à época. Entrei em pânico: eu não tinha *smartphone*, não fazia ideia de onde eu estava. Quando pensei em perguntar onde estávamos, um bebê sentado atrás de mim, com a mãe, fez xixi, e sem fraudas, o líquido escorreu para meus pés. Precisei



ficar com os pés em cima do acento, junto com a pessoa que estava dividindo o lugar comigo. Assim que o ônibus saiu de lá, avistei o letreiro de um McDonald's, com aquele “M” amarelo e vermelho, e pensei “estou salvo”. São os corpos monumentos do pop que agenciam a ideia de lugar seguro.

Figura 34 – *Billboards* da Sunset Strip com corpos monumentos pop



Fonte: LANDAU, Robert. *Rock 'n' Roll Billboards of the Sunset Strip*. Los Angeles: Angel City Press, 2012.

No entanto, não só de show e rostos populares vive uma *strip*, já que se vários rostos populares forem colocados lado a lado, numa repetição sem fim, do começo ao final do corredor em Los Angeles, gera uma confusão visual e problemas com a identificação dos estabelecimentos pelos motoristas. A gravadora Elektra, por exemplo, precisou substituir alguns rostos por um rinoceronte psicodélico:

Figura 35 – *Outdoors* e letreiros como pedaços do corpo pop na Sunset Strip da década de 1970



Fonte: LANDAU (2012)

Numa strip, os *outdoors* parecem dar o tom de uma nova dimensão, fisicamente localizada na altura em que eles se encontro, mas principalmente reconFigurando, expandido e duplicando verticalmente a rua numa ficção imagética. Os *billboards* da *Sunset Strip* (Hoje *Sunset Boulevard*), em LA, tiveram um papel fundamental principalmente na indústria da música pop e rock, já que ali ficavam grandes gravadoras, teatros etc., Chamarei esta dimensão de monumental, em referência a relação dos deuses com as estrelas/vedetes, numa das primeiras materializações urbanas do corpo pop.

O álbum “The Doors”, de banda homônima, lançado em 4 de janeiro de 1967 nos EUA, é o primeiro álbum a ser anunciado num *outdoor*, e também é o primeiro álbum da banda. A divulgação, assim como os galpões do corredor comercial, precisava se destacar, já que à época, os meninos do The Doors eram estreantes que precisavam de um espaço entre as fotos de Cher e Donna Summer na Sunset Strip:

Figura 35 – Os integrantes do “The Doors” sobem ao olimpo das imagens e reencenam as si mesmos no *outdoor* do seu primeiro álbum, num ato de incorporação da plataforma



Fonte: LANDAU (2012)

O *outdoor*, ou o anúncio, do corpo monumento pop ilustram os primeiros acontecimentos da experiência na cena pop contemporânea que se instaura na urbe, pontuando o corpo pop como um corpo integralmente em performance mediada:

o acontecimento da experiência na cena contemporânea, não distanciada da vida, que se inscreve no próprio corpo, ancorado também na perspectiva de que: (...) o corpo em performance é, não apenas, expressão ou representação de uma ação, que nos remete simbolicamente a um sentido, mas principalmente local de inscrição de conhecimento, conhecimento este que se grafa no gesto, no movimento, na coreografia, nos solfejos da vocalidade, assim como nos adereços que performaticamente o recobrem. Nesse sentido, o que o corpo se repete não se repete apenas como hábito, mas como técnica e procedimento de inscrição, recriação, transmissão e revisão da memória do conhecimento, seja este estético, filosófico, metafísico, científico ou tecnológico, etc. (MARTINS, 2003, p. 66).

Apesar deste formato de rua começar em Los Angeles, a ideia de um corredor comercial surgiu de forma embrionária em Vegas, através da lógica de “zonas (urbanas) de prazer”, que evocaram o que Tom Wolf (1975) chamou de “arquitetura do ócio”:

Para se ter uma ideia, Las Vegas é a única cidade do mundo cujo perfil é formado não por edifícios, como Nova York, nem por árvores, como Wilbraham, em Massachusetts, e sim por letreiros. Podemos contemplar Las Vegas a uma milha de distância na Rota 91 e não veremos edifícios nem árvores, apenas letreiros. Mas que letreiros! Eles dominam. Eles giram, oscilam, erguem-se em formas diante das quais o vocabulário corrente da história da arte é inútil. [...] [WOLF, 1975, p. 6-7]

Diante deste vislumbre que Wolf teve sobre a cidade, reafirma-se a lógica do corredor (*strip*) numa escala ainda maior que a de Los Angeles, uma vez que as construções, anúncios de show, propagandas de produto etc., precisam ser avistadas no meio do deserto. Venturi, Brown e Izenour (2003) afirmam que “se tirarmos os letreiros, não existe lugar. A cidade no deserto é comunicação intensificada ao longo da estrada” (VENTURI; BROWN; IZENOUR. 2003, p. 40).

De fato, os letreiros dão a estética *camp*, a qual Susan Sontag propõe em “Notas sobre Camp”, texto publicado originalmente em 1964, ser um tipo de sensibilidade, mas não propondo uma questão sensível diante de elementos sensórios, orgânicos, mas sim pensando a relação da experiência afetiva com as artificialidades. O *camp* atrai e agride ao mesmo tempo, por ser algo acima do tom da “normalidade”, aponta Sontag (1987) como são os shows de música pop comparados com apresentações de MPB, por exemplo:

fogos de artifício explodem quando a diva do pop entra voando, dublando exageradamente, dentro de uma bola que funciona como nave alienígena. Os dançarinos são seus súditos e estão à postos para ajudar Britney a conquistar a terra, na abertura do show da “Piece of Me” (primeira montagem), enquanto ela entona a faixa “*Work Bitch*”. De peruca, em um dado momento do show, Britney dubla “*Lucky*”, uma faixa gravada por ela em 2000, que narra a história de uma artista que tem tudo e todos, mas que vive triste:

*Lost in a image, in a dream, but there is no one there to wake her up (...) They go ‘Is not she lovely, this Hollywood girl?’ She’s so Lucky, she’s a star, but she crys in her lonely heart, thinking: if there’s nothing, missing in her life, then why does these tears come at night?*

Se em 2000 “*Lucky*” parecia se referir a qualquer estrela problemática, em 2013, após entradas e saídas de reabilitações, crises em público, perda da guarda dos filhos, sem acesso aos bens e lucros e interditada judicialmente, mas pronta para um show em Vegas, Britney não poderia estar mais apática.

Figura 36 – Britney na “Piece of Me” em 2013, apresentando “*Lucky*”



Fonte – Arquivo pessoal do autor

O *camp* é a estética dos shows residência por “não se trata de uma forma natural de sensibilidade, se é que isto existe. Na realidade, a essência do Camp é sua predileção pelo inatural: pelo artifício e pelo exagero. (SONTAG, 1987, p. 137)” – Surgido no século XVIII, como aponta a autora, ele vem através da estética gótica, das ruínas artificiais, pela simetria etc. “Camp é um certo tipo de esteticismo. É uma maneira de ver o mundo como um fenômeno estético. Essa maneira, a maneira do camp, não se refere à beleza, mas ao grau de artifício, de estilização” (SONTAG, 1987, p. 320). A autora reforça que o

extravagante que ocorre de maneira inconsistente ou distante não pode ser considerado camp, “tampouco algo será camp se não parecer brotar de uma sensibilidade irrefreável, praticamente incontrolada. Sem paixão, temos um pseudocamp — o que é meramente decorativo, seguro, numa palavra, chique” (idem, p. 328). Tendo em vista a sensação que tive ao ver esta apresentação de Britney ao vivo, postulo aqui os fãs dela como camp, que choravam copiosamente ao cantarem, ao vivo, as palavras que Britney dublava em seu teatro pseudocamp. Susan trata o *camp* como um tipo de experiência estética e, a partir disto, o considero como um tipo de fruição de produto (mesmo que o objeto não tenha qualquer característica visual exagerada, a exemplo). Corriqueiramente relacionado com o movimento *Queer*, acredito que a estética *camp*, apesar de ser mais facilmente identificada quando a enxergo pelo prisma da identidade de gênero, permeia muito mais a performance do sujeito diante dos afetos, independente de questões voltadas ao gênero. E, a fruição de produtos por fãs, é aqui um vetor de acionamento da estética *camp*. O simples fato de entendermos que são indivíduos nômades, em movimento, o tempo inteiro tentando capturar ou fixar, de alguma forma, a aura da diva em si, nos outros, nos objetos e nos trajetos, traz à tona a possibilidade de uma relação entre fruição de fã e camp. Ou seja, o fã vive uma experiência estética *camp* durante sua peregrinação. É possível, ainda, pensar que o *camp* é acionado nas peregrinações tanto pela diva, o objeto de desejo, como quanto por dramas que se dão no campo de percurso, a cada momento em que há um espaço ou situação limítrofe, como quando um turista debocha de um fã que espera há horas numa fila dentro do cassino, para entrar primeiro no show da Britney.

### 3.3 “DON’T YOU KNOW THAT YOU’RE TOXIC?”<sup>60</sup> : DADOS CRISTALINOS SOBRE LAS VEGAS

Las Vegas surgiu em maio de 1905. Taurina, assim como eu, fazendo uma análise esotérica da cidade, entendo rapidamente o motivo dela ser nostálgica, planejada, pop, com uma rua preguiçosa, minada por escadas rolante nas calçadas, ao ar livre, na *strip* que só tem restaurante, *shopping* e shows.

As casas habitáveis são afastadas da *strip* e estão, em sua maioria, disponíveis apenas para aluguel, já que as pessoas que costumam morar lá, geralmente vão à trabalho. Em 2010 a cidade contava com 583.756 habitantes. O *boom* começou pelo fato de a

---

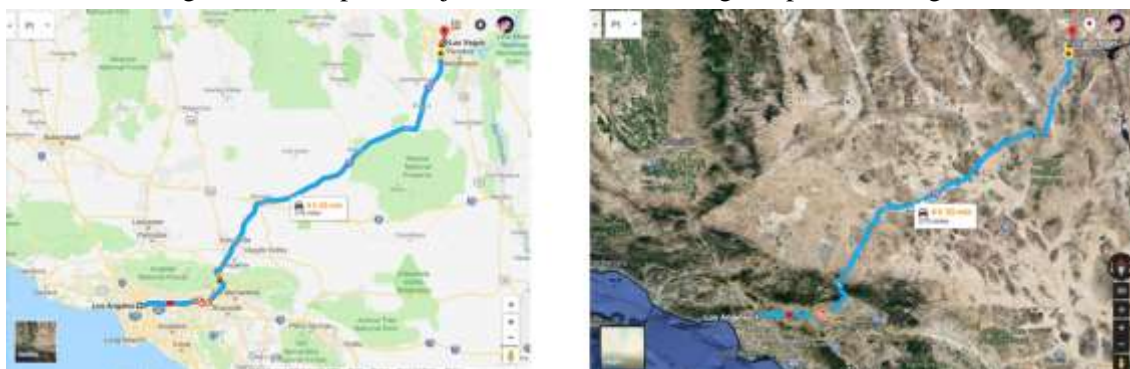
<sup>60</sup> “Você não sabe que você é tóxico?”, canta Britney em “Toxic”, faixa do “In The Zone”, álbum lançado em 2003. Single lançado em 2004.



cidade ter sido quase sempre um polo de emprego: a represa Hoover (*Hoover Dam*), os trinta *resorts* e cassinos espalhado pela *strip*, os clubes, a região antiga da cidade, o *downtown* Las Vegas, os canyons. Sem contar que cada hotel possui um shopping dentro, além do shopping oficial da cidade, o *Fashion Show*, construído em 1981 e que hoje conta com 258 lojas, 25 restaurantes, 200 vagas em garagem e capacidade para 1.000 pessoas na praça de alimentação. Há ainda o Boulevard Mall, que tem esse nome mesmo ficando fora da Las Vegas Boulevard/Strip, mas a grande atração é um shopping com lojas de fábrica ou ponta de estoque (os *outlets*), o Las Vegas North Premium Outlet. Não mencionei ainda, no entanto, que a viagem de Los Angeles à Vegas de carro, numa autoestrada contando com três faixas de cada lado também é repleta de *outlets*, onde se compra blusas de marcas caras no Brasil, por 3 dólares ou menos.

São cerca de 400 km entre as duas cidades, deserto adentro, em meio a shoppings de areia que surgem do nada em todo o caminho, intercalados com casas extremamente simples, como os casebres clássicos de filmes no deserto, como em *Thelma & Louise* ou o próprio *Crossroads*, da Britney.

Figura 37 – Mapa do trajeto de carro de Los Angeles para Las Vegas



Fonte: Google maps

Originalmente, onde hoje é a cidade dos letreiros de neon (agora de led), era um vilarejo formado pela necessidade de manutenção de um trem que levava material de construção do porto de Los Angeles para Illinois e Indiana. A cidade começou a atrair moradores em 1905, 1906, por conta das ofertas de emprego para manutenção dos trilhos, se configurando como um centro de peregrinações de diversos tipos, como na busca por emprego. O trem passava pela manhã, então as pessoas que lá morava não podiam fazer

a manutenção dos trilhos nesse horário, só do trem em si. Os trilhos ficavam para o turno da noite.

Figura 38 – Cartaz e frame do filme “Crossroads”, com Britney e Taryn Manning



Fonte: Arquivo pessoal do autor

As terras de Las Vegas começaram como o oposto do que hoje são: com a chegada dos mórmons em 1855, os primeiros não-nativos a passarem por ali e erguer uma construção, o *The Mormon Fort*, foram os mórmons, que de acordo com o governo estadual<sup>61</sup> fizeram a construção mais antiga de todo o estado de Nevada. O local passou a se chamar Las Vegas Mormon Fort, por ter sido construído próximo a uma pequena baía de água no meio do deserto, a Las Vegas Creek. O local que hoje é conhecido como *Old Las Vegas Mormon Fort State Park* foi vendido depois que a missão mórmon foi descontinuada e passou a se chamar *Los Vegas Ranch* em 1865. Seu nome foi alterado pelo comprador das terras, o mineiro Octavius Gass.

O forte já estava abandonado pelos mórmons quando foi vendido. A mudança de nome ocorreu devido a um acampamento, que ficava há cerca de 800 km ao sul do forte, ter adotado o nome de “*Las Vegas, New Mexico*”. Gass e seu filho permaneceram no local agenciando terras que eram do estado de Arizona, mas dois anos após a sua chegada, o Congresso americano tomou suas terras, as concedendo ao Novo Estado de Nevada e, em um acordo, Octavius passou a ser o Juiz de Paz do Condado de Lincoln, em Nevada. Gass conseguiu ainda manter como parte das terras que pertenceram aos mórmons, construindo sua casa em um formato de rancho e residindo nela até 1881. Vale ressaltar que Nevada

<sup>61</sup> <https://web.archive.org/web/20150520004732/http://old.lasvegasnevada.gov/factsstatistics/history.htm>





enterrado e comprando outros 300 hectares, estes mais afastados da linha do trem para a construção de sua nova casa. Lá, ela casou com um cuidador de terras, chamado Frank Stewart.

Na linha do tempo criada pelo Departamento Estadual de Conservação e Recursos Naturais<sup>62</sup> de Nevada, onde estão essas informações, há a adição da nota de que Frank Stewart não tinha qualquer relação sanguínea com o falecido marido Archibald Stewart. O dpt. cita como fonte o U.S. Census Bureau e livros de história sobre o local<sup>63</sup>.

De acordo com Barbara e Myrick, na obra “A Short History of Las Vegas”, publicada pela Universidade de Nevada em 2004, em 20 anos, de 1900 a 1920, a população de Las Vegas cresceu de 22 pessoas (antes de ser oficialmente cidade, em 1905), para 2.304 pessoas.

Em 1905 as linhas de trem começaram a operar através da empresa San Pedro, Salt Lake e Los Angeles (que passou a se chamar *Union Pacific Railroad*), transformando Las Vegas em ponto de parada e levando a uma construção na cidade, no ano seguinte, de uma estação própria de parada para o trem, a Las Vegas & Tonopah Railroad, dando continuidade ao projeto de conexão entre os estados de Nevada e Califórnia.

O primeiro hotel no local aberto ficava próximo da trilha, na primeira ruela da cidade, a rua Freemont. O Hotel Nevada era importante, já que Las Vegas era ponto de passagem. O estabelecimento foi construído pelo banqueiro John F. Miller em 1905 e dava então início à cidadela. Foi Miller também o responsável por trazer um dos dois primeiros bancos à Vegas, quando a cidade ainda se chamava El Rancho Vegas, por contas das terras de Helen.

Mas o Hotel Nevada não foi o único por muito tempo. A cidade precisava entreter os trabalhadores enquanto eles estavam em intervalos, e surge então o Nothern Club em 1912, oficialmente o primeiro estabelecimento com licença para jogos no local.

No ano seguinte, emerge um outro tipo de estabelecimento, os “*saloons*”, ou salões. Soturnos, com porões e áreas privadas, eram bares que funcionavam o dia inteiro, frequentado pelos passageiros do trem num turno e pelos trabalhadores locais no outro.

---

<sup>62</sup> <https://web.archive.org/web/20151021223324/http://parks.nv.gov/parks/old-las-vegas-mormon-fort/>

<sup>63</sup> Ainley, Thomas “Taj” Jr. and Gabaldon, Judy Dixon. *Las Vegas: The Fabulous First Century*. Arcadia Publishing, 2003.

Moehring, Eugene P. and Green, Michael S. *Las Vegas: A Centennial History*. University of Nevada Press, 2005.

Land, Barbara and Land, Myrick. *A Short History of Las Vegas*. University of Nevada Press, 2004.

Peters, Jonathan Ph.D. *Springs In The Desert: A Kid's History Of Las Vegas*. Stephens Press, 2007.

Junto com eles, começam a abrir na cidade os Cafés e mais Clubs, para receber visitantes que passariam ainda menos tempo no local.

O primeiro salão da cidade, o “Pioneer Saloon”, foi construído em 1913. Hoje, como tudo em Las Vegas, funciona como uma ficção: o lugar é aberto para visitas guiadas baseadas numa lenda urbana de que seria um estabelecimento mau assombrado. Fãs de atividades paranormais peregrinam de diversas partes do mundo para a visita. A atração funciona nas noites em que o bar não abre – ele continua em funcionamento com sua proposta original –. A atração de terror é chamada de “Hunted Lock Down”, na qual os peregrinos ficam presos no local sem energia elétrica, com tudo escuro e com as portas trancadas por uma determinada quantidade de horas na esperança de alguma atividade paranormal. Custando aproximadamente 150 dólares por pessoa, valor do ingresso mais próximo do palco, porém em pé, da “*Piece of Me*”, a atração é concorrida e precisa de agendamento com meses de antecedência, online.

Las Vegas parece rir do turista, não apenas com o show dublado da Britney, no qual ela mimetiza os vocais do CD, mas principalmente com a propaganda da experiência fantasmagórica da *Freemont*: os peregrinos esperam encontrar no *saloon*, o espírito que seria de uma criança de seis anos, chamada de “Mikey”, que teria se afogado na propriedade nas primeiras décadas após sua construção. O site do Pioneer Saloon, inclusive, apresenta um trailer da visita, contendo Mikey como garoto propaganda<sup>64</sup>. Quase como um pesadelo do Walt Disney, ele aparece falando no vídeo, enquanto alguém pergunta “Mikey, é você?” – Me desculpe, leitor, mas eu não aguardei o menino responder e fechei o vídeo. Disponibilizo para quem quiser ver na nota de rodapé abaixo.

Figura 40 – Pioneer Saloon em 1913 e em 2017



Fonte: [www.pioneersaloon.info/](http://www.pioneersaloon.info/)

<sup>64</sup> <https://www.hauntedlockdown.com/videos.aspx>

Com bancos e seu primeiro jornal em funcionamento, a cidade que abrigava a rua Fremont, próxima da ferrovia, passou por um plebiscito no qual seus moradores votaram pela incorporação da mesma ao Condado de Clark, terras vizinhas, e que possuía aproximadamente 3 mil habitantes, enquanto Las Vegas tinha cerca de 800 em 1910. Dois anos após, foi aberto o primeiro teatro da cidade, que ficava ao ar livre e se chamava “*The Airdome*”, na Fremont Street. Só em 1929 outro teatro abriria na mesma rua, o *El Portal Theater*, que agora é uma loja de souvenir com o mesmo nome, sem o “*Theater*” (teatro, em português).

A década de 1920 é marcada nos Estados Unidos pelo “*prohibition*”, ato votado pelos estadunidenses e que proibia o comércio e consumo de bebida alcoólica em todo o país. Passa a ser crime vender e consumir álcool, fazendo com que Las Vegas comece a perder dinheiro, já que a bebida era um dos combustíveis das pessoas que trabalhavam pela manhã e à noite no local. O período seguinte ao *prohibition* é ilustrado ficcionalmente em “O Grande Gatsby”, romance de 1925, escrito por F. Scott Fitzgerald. A história vira filme em 2013, com Leonardo DiCaprio no papel principal, interpretando Jay Gatsby, personagem ficcional que vive promovendo festas nestes *saloons*, porém em Nova Iorque, com dançarinas burlescas, vedetes etc., financiado pelo armazenamento e distribuição ilegal de álcool, coisa que passou a acontecer em Las Vegas. A cidade é novamente beneficiada por estar no deserto, um espaço periférico. Este é o começo da “boa e velha Las Vegas” do Frank Sinatra.

Figura 41 – Vista aérea do vilarejo na primeira década da cidade



Fonte: Huffpost

Em 1929, o *The Boulder Club* foi aberto na Fremont, já que Las Vegas contava com cerca de 5 mil habitantes, *boom* causado pela linha do trem e pelos rumores da construção de uma “imensa barragem”, a Hoover, que funcionaria também como ponto turístico do deserto.

Por conta do aumento populacional, e da legalização do jogo no Boulder, foi aberto o Las Vegas Club (1930), o Meadows Club em 1931, o hotel Apache em 32 e o Clube Frontier (bar, hotel e cassino) em 1935, todos na Freemont. Em 1930, o divórcio foi liberado no Estado, fazendo com que qualquer cidadão dos EUA pudesse se divorciar em um processo mais rápido, após seis semanas morando em Nevada.

Figura 42 – Freemont Street a partir das liberações, na década de 30



Fonte: Arquivo pessoal / Dimenstein (2018)

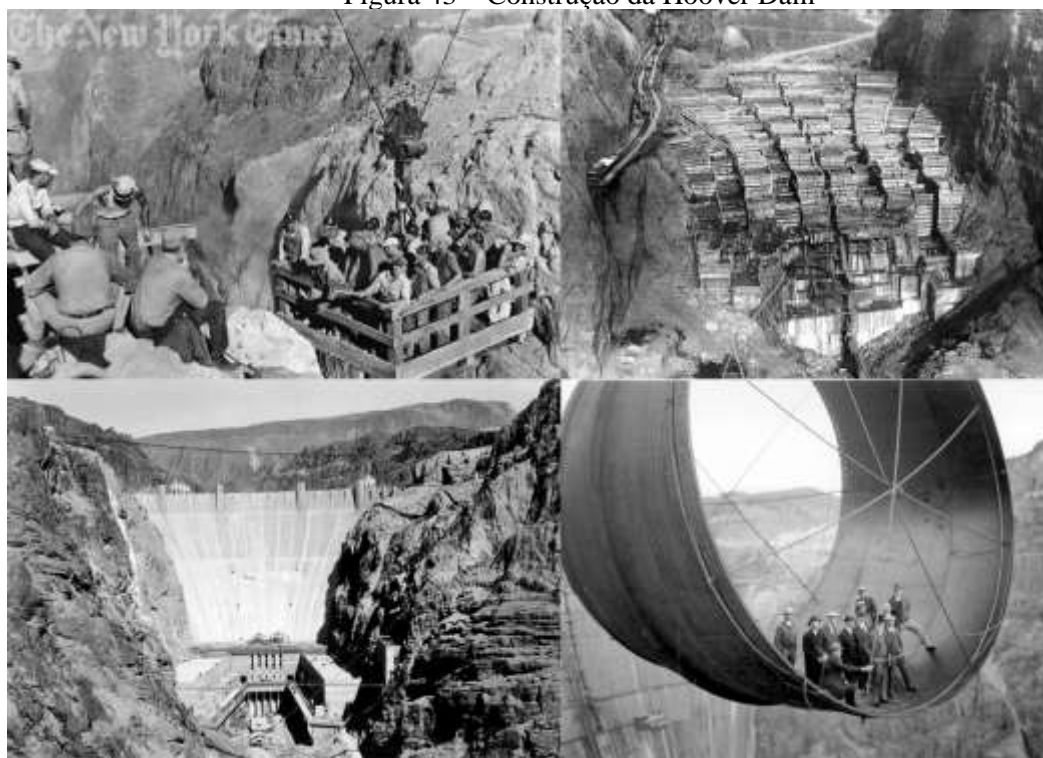
Em 1931, aquele primeiro hotel da rua, o “Nevada”, mudou seu nome para Sal Sagev (Las Vegas escrito ao contrário). A cidade havia deixado oficialmente de ser um rancho com a construção do Hoover Dam e dava início a primeira de muitas transformações, ou apagamentos, com a troca de nome do hotel. No mesmo ano começou a construção da represa, a qual não apenas trazia mais moradores, como também acionava os turistas: se tornou um passeio turístico na região, assistir à construção da barragem na década de 30, como previsto.

Figura 43 – Turistas visitam a represa Hoover Dam



Fonte: Arquivo pessoal do autor / Getty Images

Figura 43 – Construção da Hoover Dam



Fonte: The New York Times

Em 1946 o Sal Sagev conseguiu uma das primeiras licenças para venda de álcool na Freemont Street, se tornando ponto central dos funcionários que trabalhavam na represa. Após a morte do dono, em 1957, o hotel passou a se chamar Miller Hotel e uma escola em sua homenagem também foi criada. O hotel ainda existe e dá início à Freemont Street Experience (visitação à velha Las Vegas, hoje uma rua coberta com telões de led),

sob o nome de Golden Gate Hotel & Cassino, completamente diferente do que era em seu tempo de ouro, na década de 30.

Com a construção da represa Hoover, a cidade, que esperava trazer turistas para presenciar a construção, começa a perceber que a construção de uma represa pode não ser algo tão convidativo assim. Por conta disso, o Estado começa a trabalhar para facilitar a liberação do álcool e cassinos, conseguindo licenças estaduais para os hotéis. O combo Vegas estava completo: jogos, álcool, apresentações burlescas dos teatros passavam para os cassinos, com mulheres seminuas, e o casamento fácil que já vinha com o documento de separação, tal como um adicional de batata frita grande ao combo do Big Mac, deixava tudo com a estética da “cidade do pecado”, *slogan* que só seria adotado anos depois.

Figura 45 – Hotel Nevada ao longo dos anos, se tornando Golden Gate Hotel



Fonte: HuffPost / Edição do autor

Após a aprovação das facilitações legais para uniões matrimoniais e separações no estado de Nevada, duas capelas começaram a ser construídas em 1940, a Hitching Post, que não está mais em atividade, e a Wee Kirk o'the Heather, ambas na Freemont.



Figura 46 – Interior do Sal Sagev na década de 40



Fonte: DIMENSTEIN (2018)

Figura 47 – Capela em Las Vegas



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Dois anos depois, a *The Little Church of the West* é construída na inabitada *strip*, que na época era uma rua afastada da linha do trem, mas cruzada pela estrada 91. Em 2004, com a avenida já em formato comercial e a Freemont deixada de lado, Britney Spears viveria o casamento mais rápido da história dos EUA, na cidade. A união dela com um amigo de infância, Jason Alexander, durou 55 horas e foi notícia mundial, inclusive no Jornal Nacional (JN). O JN nunca disponibilizou a matéria online. Eu e outros fãs estávamos ocupados com o completo choque, e não gravamos a reportagem.

### 3.4 “*MAKE IT A FREAKSHOW*”<sup>65</sup>: O COMEÇO DOS SHOWS E O SURGIMENTO DOS COMPLEXOS HOTELEIROS EM LAS VEGAS

Voltando à Freemont, vale ressaltar que os salões só começaram a ganhar ares dos Cassinos atuais em 1950, com a abertura do Last Frontier Village. O estabelecimento foi construído em 1942, mas só com a abertura do quinto hotel na *strip*, o The Desert Inn, foi que ele converteu sua loja de souvenir, que ficava na entrada do bar, em um espaço de apostas.

O primeiro hotel da *strip*, o El Rancho Vegas, onde Helen havia morado, chegou com uma novidade, o restaurante *serlf service*, e apesar de não focar, inicialmente, em shows fixos, o estilo de alimentação chamou a atenção dos moradores e tirou o olhar turístico da *Old Las Vegas ou Downtown Las Vegas*, como passou a ser chamado o local onde fica a Freemont, para a *strip*. O El Rancho Vegas também ficou famoso para além do *self service* nas refeições, por sediar apresentações da dançarina e atriz Lili St Cyr. Considerada pelo jornal Independent<sup>66</sup> como a primeira grande atração de Las Vegas, ela era classificada como uma “performer de strip-tease”, ao invés de “stripper”, por sua apresentação ser o inverso da usual: ela costumava chegar nua ou com pouca roupa no palco e lá, encenava uma garota que se vestia para sair, com roupas de grandes marcas, como Dior, se tornando, por conta disso, uma das artistas de palco mais famosas dos anos 40 e 50. Ela se apresentou no El Rancho Vegas apenas quando ele se tornou o El Rancho Hotel & Cassino, em 1948.

<sup>65</sup> Referência à música “Freekshow” (“show de horrores” em português, de Britney, do álbum “Blackout” (2007)

<sup>66</sup> <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/obituary-lili-st-cyr-1069508.html>



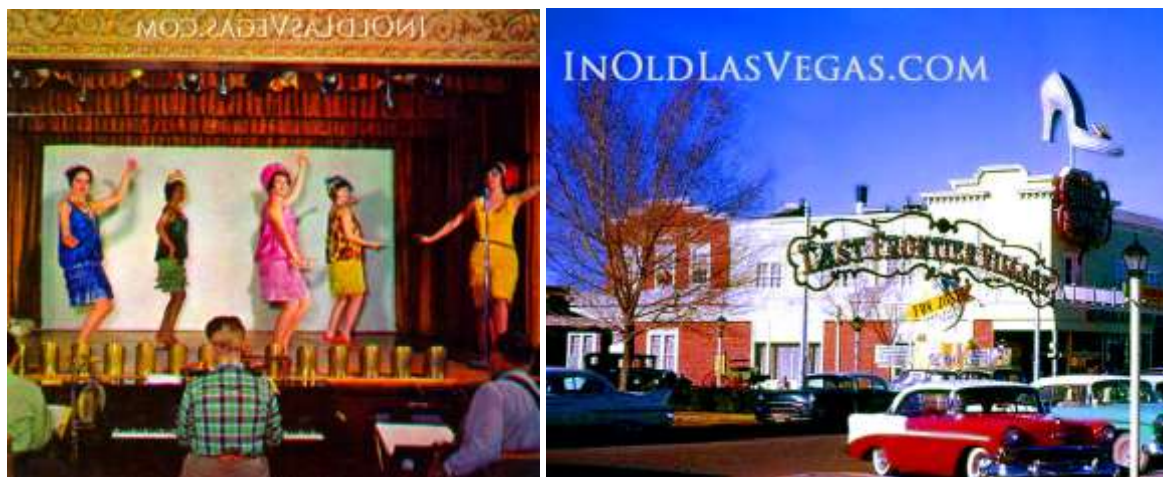
Figura 48 – Fotografia restaurada da “velha Las Vegas” na abertura do Last Frontier Village



Fonte: inoldlasvegas.com

O Frontier inaugura os shows burlescos na cidade, na década de 50, no formato de apresentação que originou a residência, mesmo o estabelecimento estando fora da *strip*. Britney aparece com uma interlocutora do formato, trazendo elementos burlescos diluídos no bloco circense do seu show. Jennifer Lopez, no entanto, tem o burlesco como tema principal, e se reapropria do símbolo do clássico Frontier, um sapato feminino gigante implantado na fachada do estabelecimento na década de 50, em seu show, O Frontier usava o sapato escalonado para divulgar o show que acontecia no anexo do salão de jogos, chamado de *Silver Slipper*, unindo shows femininos e as máquinas de apostas pela primeira vez na cidade, pelo menos até 1988, quando a casa fechou.

Figura 49 – Show burlesco no Frontier



Fonte: inoldlasvegas.com

O show foi sendo remontado ao longo dos anos com a performer Sally Rand, acompanhada de um grupo de garotas dançarinas, as *Silver Slipper Showgirls*, sendo exibido em temporadas com temas discretamente distintos, porém cada vez mais sexualizados. Chegando ao show com os seios nus, na montagem Sally Randy's Dude Ranch, Sally traz para a cidade um cartaz de divulgação com a letra "D" inicial de "Dude", sobrescrita por um "N", lendo-se "nude". Os espetáculos começaram a ganhar cenários mais elaborados, sempre remetendo ao deserto e aos vaqueiros e vaqueiras, e daí começaram os shows fixos e com cenário em Las Vegas.

O cassino começou então a investir em novas performers, como Trudy Wayne, que dançou no Silver Slipper na década de 1960. Ela vinha de uma carreira que começou em 1949 como dançarina do *Cat and Field*, um clube burlesco de Cincinnati, Ohio, estado vizinho a Indiana, onde acabava a linha do trem que cruzava Las Vegas. Wayne institucionalizou a moda começada por Sally, a de roupas de *cowgirls* minimizadas, já que sua fama era maior que a de Sally Randy, por Trudy ter sido a primeira vedete com show em Vegas a já ter feito cinema, antes de se apresentar na cidade

Figura 50– Cartazes de divulgação d show “Dude/Nude Ranche”



Fonte: INOLDLASVEGAS.COM

Figura 51 – Trudy Wayne na década de 60, em Vegas, e Britney Spears em 2017



Fonte: InOldLasVegas.com / Arquivo pessoal do autor

Trudy também era modelo *pin-up* do fotógrafo Irving Klaw, conhecido por introduzir a estética fotográfica das fotos com modelos sensuais, geralmente com cenários domésticos, as imagens ganharam fama por terem grande circulação: se tornavam quadros populares facilmente. Trudy trabalhava para Irving Klaw juntamente com Bettie Page, conhecida como a rainha do *pin-up*. Junto com as duas estava Tempest Storm, a única que continua se apresentando ainda hoje com shows burlescos, aos 90 anos de idade, em Vegas. Ambas participaram juntas do filme “Teaserama” de 1955. Tempest Storm, que também foi a quem passou mais tempo fazendo seus shows na cidade (hoje a dançarina e atriz faz apresentações esporádicas ou apenas aparições em trajes burlescos). Ela dançou de 1951 a 2012, é a única viva do grupo, reside ainda em Las Vegas, aos 90 anos de idade. Em 2017, ela lançou um filme biográfico nos Estados Unidos e no Canadá, intitulado com seu nome, e que foi distribuído mundialmente pela Apple.

Apesar de permanecer vivo em Las Vegas, o show burlesco, que hoje conta, inclusive, com um espetáculo em temática “zumbi” na cidade, é referência para os shows pop, como citado acima. Se Britney dialogou rapidamente com o tema, uma vez que Vegas lida com apagamentos na mesma velocidade que reencena, o momento era de renovação. Após a solidificação e aceitação do show de Britney na cidade, que tinha uma pegada mais urbana (antes dela, o show mais pop da cidade era o de Cher), o Planet Hollywood & Cassino trouxe o “*All I Have*”, a residência de Jennifer Lopez (J-Lo), no qual a estética burlesca se tornou mais presente, sendo rememorada inclusive com um sapato gigante cenográfico, em referência ao Silver Slipper.



Figura 52 – Poster do documentário Tempest Storm e frame do audiovisual



Fonte: <https://www.facebook.com/tempeststormfilm>

Enquanto o Silver Slipper de J-Lo brilhava em luz neon no restaurado The Axis, o original, que ficava no Frontier, apodrecia em ferrugem no “Museu” do Neon, um dos pontos chave da localização de Las Vegas como metáfora do pop enquanto gênero

musical. Fundado em 1996, o museu só foi oficialmente inaugurado em 2012. Durante todo esse intervalo, ele funcionava como depósito dos dramas escalonados de Las Vegas, que caíam no esquecimento.

Figura 53 - Jennifer Lopez no show-residência “All I Have”



Fonte: Caesars Palace



Figura 54 – Ruínas do Silver Slipper em 2017



Fonte: <http://entertainmentdesigner.com>

Em 2018, o museu deu início ao processo de restauração de algumas peças, incluindo o *Silver Slipper*, graças a pedidos de doações no site do museu [neonmuseum.org](http://neonmuseum.org).

Figura 56 – Freemont nos anos 50 e Freemont em 2017



Fonte: [InOldLasVegas.com](http://InOldLasVegas.com) / Erik Wunstell

Figura 56 – Freemont e Gold Gates em 2017



Fonte: Arquivo pessoal do autor / InOldLasVegas.com

Apesar de toda a estrutura já formada na Freemont, Las Vegas passaria por uma nova expansão no período pós segunda guerra mundial, se tornando palco do “show residência da bomba atômica” e do concurso anual “*miss atomic bomb*”, tema, inclusive, da faixa homônima, do The Killers, banda pop rock com integrantes de Las Vegas.



### 3.5 “KEEP ON DANCING ‘TILL THE WORLD ENDS”<sup>67</sup>: Miss Bomba Atômica *versus* Miss American Dream <sup>68</sup>no Turismo Atômico

É certo que os shows burlescos não apenas influenciaram esteticamente Las Vegas enquanto uma experiência camp, como o formato de show residência e seus corpos monumento. No entanto, Las Vegas sediou um outro tipo de show antes: o show pirotécnico com o que sobrou das bombas atômicas usadas na Segunda Guerra. O “espetáculo” esteve em “exibição” por quase uma década.

Com Hiroshima e Nagasaki já destruídas por duas bombas nucleares em agosto de 1945, eis que aparece, na Freemont Street de 1951, lojas anunciando a venda do estoque restante de bombas atômicas do governo norte-americano, no Frontier. Naturalmente nunca saberemos se as bombas comercializadas no hotel eram, de fato, atômicas ou não, mas no mesmo ano, a cidade inauguraria um campo de teste para bombas atômicas e Las Vegas se transformaria em um centro turístico para observação de explosões controladas pelo governo do país, na cidade.

Figura 57 – Frontier comercializa restos da bomba atômica



Fonte: DIMENSTEIN (2018)

O deserto parecia ideal por ser centro e margem ao mesmo tempo, por isso o local escolhido ficava há aproximadamente 105 quilômetros ao norte da Freemont, a pequena

<sup>67</sup> “Continue dançando até o mundo acabar”, diz Britney na faixa “Till The World Ends”, lançada em 2011 no álbum “Femme Fatale”, fazendo referência a suposta previsão dos Maias de que o planeta acabaria em 2012. A apresentação ao vivo da faixa continha, no telão, imagens da bomba atômica explodindo, alteradas para as cores azul, verde e vermelho, numa estética pop art.

<sup>68</sup> Referência à música “Piece of Me”, na qual Britney, ironicamente, após colapso público, se intitula “miss american dream” ou miss sonho americano, em tradução livre.

vila comercial da cidade. Foi então criado um mirante para que as explosões-teste fossem comercializadas como “show pirotécnico”. A ação fazia parte da “*Operation Buster*”, colocada em funcionamento em 1951 pelo governo estadunidense. Foi construída uma cidade-cenário, a qual contava com casas erguidass em diversos tipos de materiais a serem testados (madeira, cimento etc.), além de *bunkers*. A cidade fantasma era habitada por manequins, que encenavam refeições na sala de jantar ou uma conversa entre mãe e filhas (Figura 56), e câmeras tentavam captar o efeito da bomba.

Figura 57 – Waiting For The Big One: Mannequins of a family in a mock house at the Nevada Test Site. A series of blasts in 1951 measured used the mannequins to measure the impact of atomic weapons on wood frame houses



Fonte: Jornal ORANGE COUNTY REGISTER. Disponível em <  
<https://www.ocregister.com/2008/06/05/indiana-jones-and-nevadas-atomic-bomb-site/>>

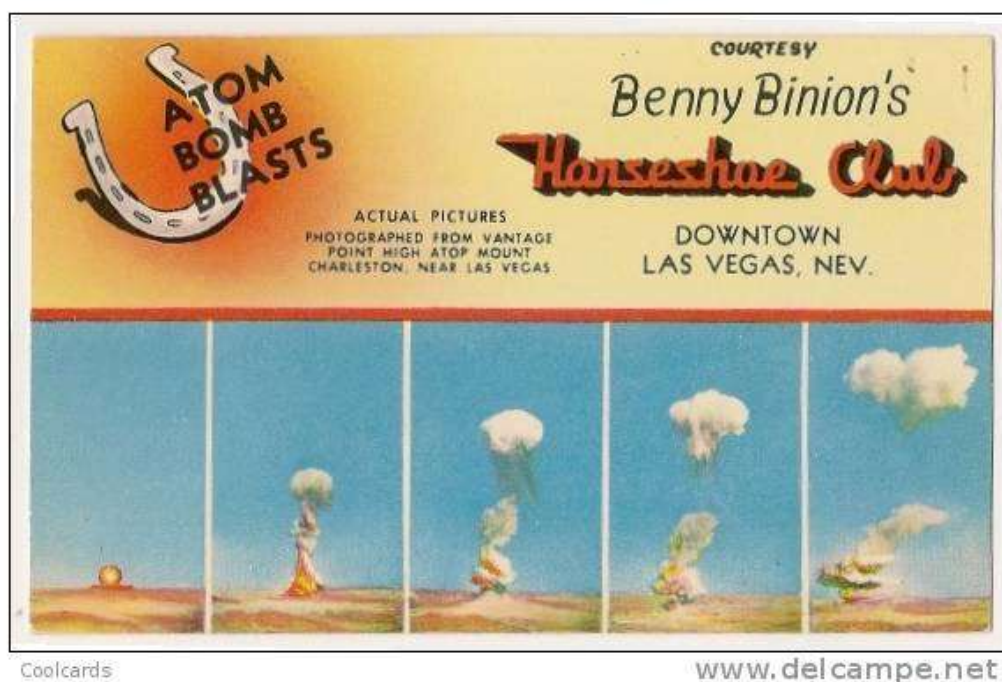
Assim como em todos os shows de Las Vegas, no espetáculo atômico também era possível levar um souvenir – caso a plateia sobrevivesse, naturalmente – e um deles era um cartão postal no melhor estilo “Eu Fui/Eu tava”, com uma ilustração inspirada numa foto que mostrava uma explosão real, vista da Freemont (Figura 57).

Figura 57 – À esquerda, cartão postal do Pioneer / À direita, foto usada para pintura do cartão postal.



Fonte: Dimnestein (2018)

Figura 59 – Cartão postal de Las Vegas



Coolcards

www.delcampe.net

Fonte: Delcampe.net

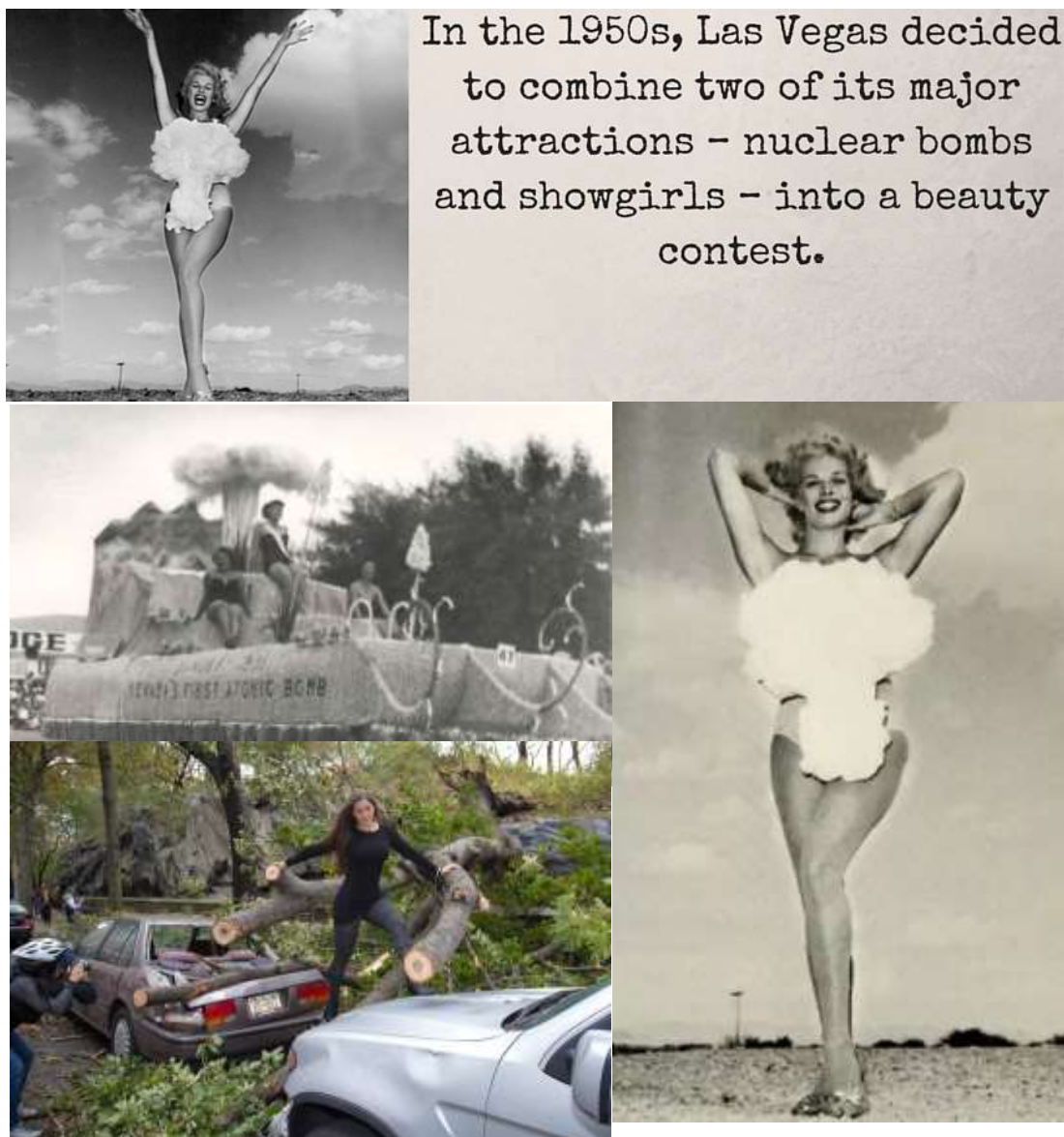
Figura 60 – Fotografia com clarão da explosão de uma bomba atômica às margens de Las Vegas, às 5:20 da manhã.



Fonte: <https://boingboing.net/2016/09/12/atomic-bomb-tests-as-seen-from.html>

A ex-bbb Nana Gouveia, famosa por tirar fotos sensuais em um ensaio fotográfico feito nos escombros deixado pelo Furacão Sandy, que devastou o sul dos EUA em 2012, só nasceria anos depois, em 1975. No entanto, havia começado a febre burlesca em Vegas e, com ela, surgiu o concurso Miss Bomba Atômica. O concurso tinha como objetivo celebrar os 739 testes nucleares que seriam feitos no local de outubro de 1951 até setembro de 1963. Os concursos para miss aconteceram durante toda a década dos testes, tendo Lee Merlin como a última vencedora, em 1957. Enquanto isso, propagandas governamentais davam dicas aos moradores de como se proteger caso o sujeito fosse surpreendido por uma bomba. Hotéis como o Desert Inn foram ainda mais longe e criaram drinks “atômicos”, bebidas hoje disponíveis no National Atomic Testing Museum, em Las Vegas.

Figura 61 - Fotos do Miss Atomic Bomb em 1957, Lee Merlin / Nana Gouveia nos destroços do Sandy em 2012



Fonte: Arquivo pessoal do autor



Figura 62 – “Miss atomic bomb” é recebida por soldados



Fonte: Las Vegas News Bureau

Figura 63 – Museu da Bomba Atômica em Las Vegas



Fonte – inoldlasvegas.com

Figura 64 – Meet & Greet com a bomba atômica no Museu da Bomba Atômica em Las Vegas



Fonte: divertingjourneys.wordpress.com

Figura 65 – O museu tem pintura decorativa sobre radiação, manequins sobreviventes dos testes e um display do Elvis Presley



Fonte: [divertingjourneys.wordpress.com](http://divertingjourneys.wordpress.com)



Figura 65 – Souvenir do Museu da Bomba Atômica: ficha de poker e ímãs de geladeira com Lee Merling



Fonte: Atomic Testing Museum / [www.eccentricroadside.blogspot.com/](http://www.eccentricroadside.blogspot.com/)  
[www.roadsideamerica.com/](http://www.roadsideamerica.com/)

O museu, por muito tempo, foi considerado como uma alternativa de entretenimento, principalmente quando o jogo tinha mais espaço na avenida principal da cidade. A atração é próxima da *strip*, tem entradas por 14 dólares, área com medalha para todos os trabalhadores que morreram nos testes em Vegas, cenários não utilizados e falsos manequins da época. Ao sair, você ainda pode tirar uma foto com um display de papelão do Elvis e comprar um ímã da Miss Atomic Bomb, Lee Merling, para ficar admirando sempre que você for pegar algo na sua geladeira.

### 3.6 *BLACKOUT*<sup>69</sup>: OS APAGAMENTOS E REINCENAÇÕES NAS IMPLOÇÕES CONTROLADAS DA STRIP

A história da *strip* não tem muito a contar através de seus arquivamentos, uma vez que a cada nova crise econômica e imobiliária, Las Vegas demolia construções inteiras, para que, na rua mais disputada da cidade, surja uma nova atração, com um novo tema no lugar. Vimos isso acontecer com o Golden Gates e suas diversas transformações na tentativa de renovação do público local no tópico anterior. Porém, para além de renovações individuais e internas dos hotéis por conta das modernizações tecnológicas e/ou tentativa de renovação de público, a própria *strip* engoliu a Freemont, cobrindo sua rua com led e transformando o percurso histórico da cidade numa memória ornamental,

<sup>69</sup> Referência ao álbum “Blackout” lançado por Britney em 2007, que em tradução seria algo como “apagão elétrico”.

que apaga todo o seu passado, incluindo o que envolveu bombas atômicas por uma década.

Figura 66 – Los Ranchos Vegas na rota 91, futura Strip



Fonte: arquivo do Centro de *game studies* da Universidade de Nevada, Las Vegas (UNLV)

O único resquício da bomba atômica que outrora era a estrela de Vegas, talvez esteja nos shows da *strip*, tanto os de música, quando os de mágicos, acrobatas, circo, apresentação de covers do Elvis ou até mesmo dos artistas que estão lá ainda se apresentando, como Britney e Celine, que contam com explosões de fogos durante as música.

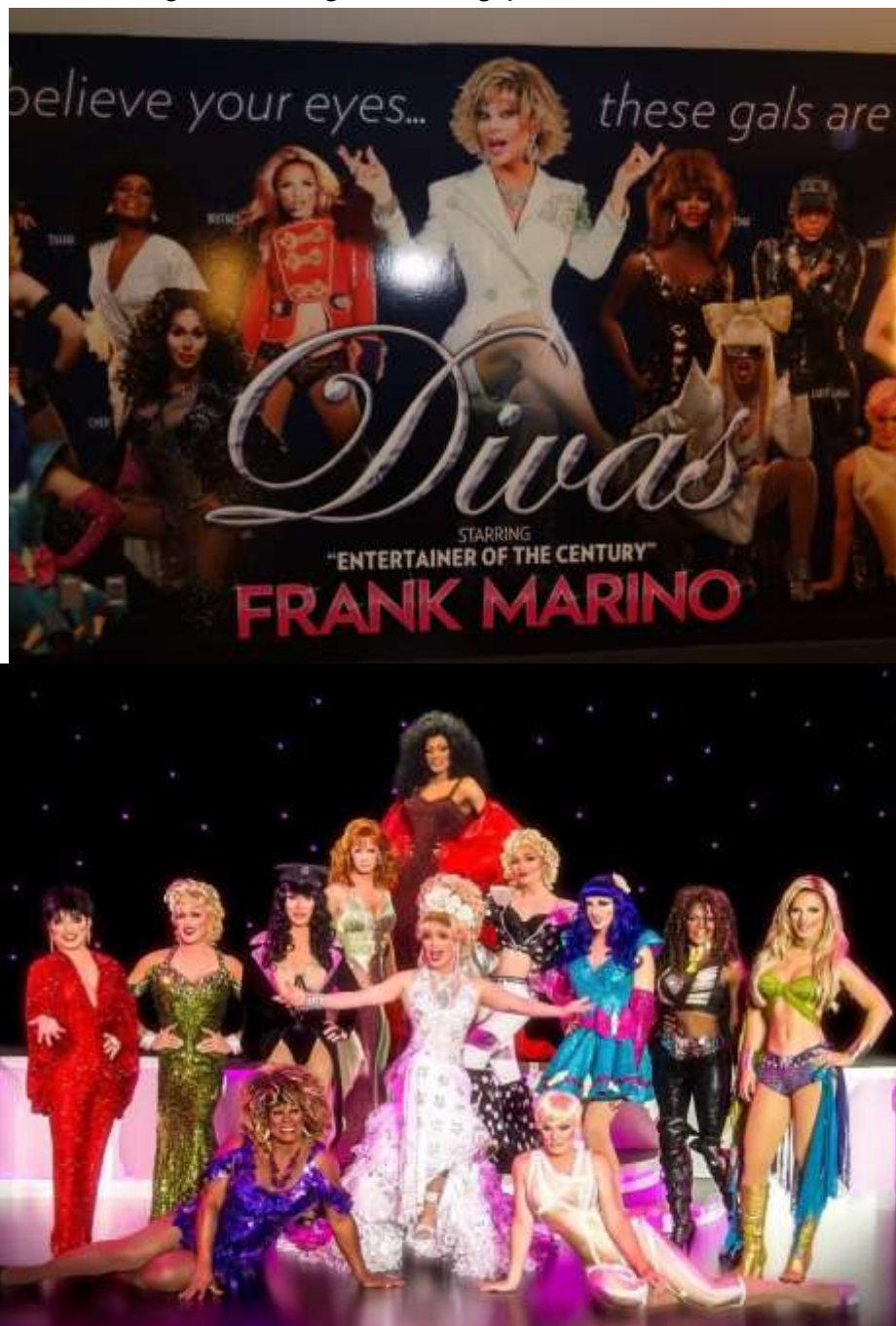
Figura 67 – À esquerda, Britney no clipe “Work Bitch” (2013), à direita, a drag queen Derrick Barry em foto promocional de 2018



Fonte: Arquivo pessoal do autor / [derrickbarry.com/](http://derrickbarry.com/)

O *cover* é uma opção mais barata. Geralmente por menos da metade do preço de um dos assentos menos disputado do teatro de ambas, é possível ver *Derrick Barry*, ex participante do reality show *RuPaul's Drag Race*, mundialmente conhecida por, montada em *drag*, se parecer com Britney.

Figura 68 – Imagens de divulgação do “Divas: Frank Marino”



Fonte: Arquivo pessoal do autor



“Você não vai acreditar no que seus olhos veem, essas mulheres são homens”, diz o *flyer* do show que tem o *headliner* mais antigo da cidade, Frank Marino, que interpreta a já falecida apresentadora de TV Joan Rivers. Com ele, um time de *drags* que se apresenta incorporando Whitney, Tina Turner, Madonna, Britney, Gaga, entre outras. Frank faz seu show na cidade desde 1985, no Riviera Hotel Casino, com o espetáculo intitulado “An Evening at La Cage”.

De acordo com o [vegaschanges.com](http://vegaschanges.com), site especializado em catalogar as alterações na *strip* – que são inúmeras e, talvez, por isso, eles nem se preocupam em colocar todas as datas –, o show se mudou para o Imperial Palace Hotel, onde Frank criou e começou a exibição do “Divas”. Imperial Palace é fruto da primeira reforma no The Flamingo Capri Motel, nome original do local, construído em 1958 e que tinha 180 quartos.

Figura 69 – The Flamingo Capri Motel em 1958 / Grifo do autor



Fonte: Arquivo Pessoal do Autor

A primeira reforma do hotel aconteceu em 1979, durante uma crise econômica na cidade e transformou o Flamingo Capri, que tinha ares tropicais, em um hotel com temática asiática, do dia para a noite.

Figura 70 – Imperial Palace em 2015



Fonte: Tripadvisor.com

Outra crise veio à tona, em 2008, fazendo com que o Imperial passasse por outra reforma e transformação completa, se tornando, em 2012, o The Quad, que só durou dois anos. Pertencente a rede Caesars, houve a construção de um complexo de entretenimento (leia-se *shopping*) ao lado do The Quad em 2014, contando com a maior roda gigante da cidade. Com um investimento de quase 230 milhões de dólares, ele foi novamente reformado e reaberto sob o nome de The LinQ, mesmo nome do complexo ao lado, integrando as duas construções. Reaberto em Outubro de 2014, Britney Spears, atração mais recente da rede Caesars, foi a convidada de honra para o ato de inauguração da decoração de natal do hotel em novembro de 2014, ligando a árvore de natal mais alta da cidade<sup>70</sup>.

Figura 71 – The LinQ em 2014, com Britney inaugurando a iluminação de natal



Fonte: Tripadvisor.com / Arquivo pessoal do autor

Em 2018, o The LinQ encerrou o show mais antigo da cidade, o “Divas”. No ano anterior, em 2017, foi também encerrada uma das exposições mais antigas da cidade, a *The Auto Collections*, aberta pelo Imperial Palace em 81 com modelos clássicos de carros produzidos nos Estados Unidos.

<sup>70</sup> [https://lasvegassun.com/vegasdeluxe/2014/jul/01/caesars-entertainment-transform-quad-linq-hotel-ca/?\\_ga=1.194722989.1659651278.1398285415](https://lasvegassun.com/vegasdeluxe/2014/jul/01/caesars-entertainment-transform-quad-linq-hotel-ca/?_ga=1.194722989.1659651278.1398285415)

O show de Frank Marino, no entanto, foi encerrado por conta de uma investigação de fraude. Frank havia anunciado campanha para ajudar a ONG “Make-a-Wish Foundation”, através dos ingressos vendidos do show, mas o dinheiro nunca foi repassado<sup>71</sup>. Apesar de se manter ativo nas redes sociais e de ter chegado a um acordo com a ONG, o show Divas teve seu site e seus outdoors desativados/recolhidos, além do show cancelado.

Figura 71 – Maior exposição do mundo de carros clássicos



Fonte: Arquivo pessoal do autor

A história das alterações e renovações no The LinQ não é a única, já que um dos únicos complexos hoteleiros da strip a manter sua fachada mais próxima do original é o Flamingo. Aberto em 1946 sob o nome de “*The Fabulous Flamingo*”, e ganhando o posto de primeiro complexo hoteleiro de luxo a ser construído na *strip*<sup>72</sup>, teve sua construção feita há aproximadamente sete quilômetros de distância da *Freemont*. O arquiteto contratado para a reforma, Richard R. Stadelman, foi o mesmo que passou a cuidar, logo depois, da renovação estética do El Rancho Vegas. Porém, devido a um incêndio nos anos

<sup>71</sup> [https://www.fox5vegas.com/news/frank-marino-s-divas-show-closes-due-to-fraud-investigation/article\\_c39b1c4b-a858-52f4-81d6-e30ce489aacf.html](https://www.fox5vegas.com/news/frank-marino-s-divas-show-closes-due-to-fraud-investigation/article_c39b1c4b-a858-52f4-81d6-e30ce489aacf.html)

<sup>72</sup> Levitan, Corey (26 September 2008). “*Gritty City*”. *The Las Vegas Review-Journal*. Retrieved 8 September 2011.



60, já depois de sua renovação, e sem posterior reforma, o El Rancho virou um galpão de armazenamento de materiais dos outros hotéis, até ser completamente demolido em outubro de 2000. E se as bombas atômicas eram uma atração da cidade, as implosões de complexos hoteleiros em Las Vegas passaram a ser novamente atrações turísticas, algumas vezes transmitidas ao vivo na televisão.

Figura 73 – Los Ranchos pega fogo e fecha as portas



Fonte: Universidade de Nevada Las Vegas

Figura 74 – Implosão controlada do El Rancho



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=bKOH8MDoPb4>

As implosões controladas da *strip* se tornaram um ritual de arquivamento e de renascimento do antigo na cidade. E, mesmo sendo planejadas com meses de



antecedência, ou seja, com tempo suficiente para recolher itens de dentro do hotel, a cidade costuma fazer exposições apenas com itens que sobreviveram à implosão. A área original foi comprada pelo MGM e permanece ainda hoje sem nenhuma construção. Tudo o que há no local onde antes existia o El Rancho, de acordo com a UNLV<sup>73</sup>, é uma revista antiga, de nu feminino, intitulada “*Darlings*”, mais uma relíquia-metáfora do pop na cidade.

Figura 75 – Terreno do El Rancho continua abandonado em 2015



Fonte: Universidade Nevada Las Vegas

Curiosamente, o El Rancho não foi a primeira implosão da cidade. O costume começou com o hotel onde Britney fez sua residência, o Planet Hollywood, originalmente chamado de Tally-ho, inaugurado em 1963.

Figura 76 – Tallyho em 1963



Fonte: <https://www.flickr.com/photos/retrolandusa/14862080648/in/photostream/>

<sup>73</sup> <https://gaming.unlv.edu/ElRanchoVegas/today.html>

Enquanto tentava conseguir uma licença para abertura de um cassino, o Tally-ho teve seu nome foi alterado para King's Crown. Mesmo com as mudanças de nome e nova decoração interna, além de trâmites políticos e legais, a licença nunca veio e o hotel faliu.

Três anos após, o hotel ainda fechado foi comprado pelo empresário Milton Prell, o qual investiu 3 milhões de dólares na renovação, sendo um milhão, aproximadamente, dedicado apenas para o letreiro em neon. O restante do dinheiro foi aplicado na licença para o jogo, reforma modesta interna e para convidar Elvis Presley e sua esposa Priscilla Presley para comemorarem suas bodas no hotel. Em 1961, dois anos antes de estreitar sua residência no mesmo local – após algumas implosões do King's Crown - Britney e seu namorado à época, o empresário Jason Trawick, noivaram no mesmo lugar.

Figura 77 – Alladin na Strip em 1970 em vista frontal e aérea



Fonte: Las Vegas New Bureau / InOldLasVegas.com

O local passou por reformas definitivas na década de 70, sendo reinaugurado sob o nome de Aladdin, passando a contar com um teatro homônimo, além de uma grande lâmpada mágica em sua fachada. A reinauguração teve o show de Neil Leslie Diamond na reabertura em 76, conhecido como o “Elvis Judeu”.

Figura 78 – Alladin em 1975, com torre central adicionada



Fonte: InOldLasVegas.com

O hotel tentou manter a tradição de trazer grandes nomes para se apresentar no mais novo teatro da *strip*, como aconteceu em 1981. Naquele ano, o Aladdin, que tinha aproximadamente oito mil acentos, conseguiu exclusividade para realizar o primeiro show da banda britânica Iron Maiden nos EUA. Em seguida, com o nome na mídia por conta do Iron Maiden e se apoderando da tradição dos anos 50 aos 60 do concurso Miss Bomba Atômica, o Aladdin passou a sediar o Miss Universo de 91 a 96, um ano antes de fechar de vez.



Figura 79 – Implosão do Alladin em 27 de abril de 1998



Fonte: <http://vegasnowandthen.blogspot.com>

Em 1998 o Alladin foi demolido e reconstruído a partir do teatro, que foi preservado na implosão controlada. Em 2000 foi reaberto sob o mesmo nome, existindo até 2007, quando deixou de lado a temática árabe e optou pelo tema “Hollywood / Paparazzi”.

Figura 80 – Novo Alladin / anos 2000



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Naquele ano, tivemos o retorno à ascensão das coberturas de eventos por paparazzi e a solidificação de veículos de comunicação comandados por esse tipo de fotógrafo e cobertura, em paralelo com a popularização da internet. No lugar dos clássicos canais de fofoca sobre celebridade, como o E!, sites como o site Splash News, X-17 e a TMZ começaram a ganhar fama, principalmente através da rapidez na publicação de informações “sigilosas” das celebridades ou fotos íntimas. Começa então o grande momento das socialites norte-americanas que ficaram famosas através de vazamento de imagens íntimas, como Paris Hilton, nos anos 2000, e, na década seguinte, sua assessora dos tempos áureos, Kim Kardashian (sim! Kim trabalhava para a Paris<sup>74</sup>).

Figura 81 – Kim assessorando Paris em evento nos anos 2000



Fonte: Thomas Niedermuellet para Getty Images

Enquanto Kim arrumava o closet de Paris Hilton<sup>75</sup>, Britney tinha um colapso público, coberto em tempo real, algumas vezes com transmissões ao vivo nos primórdios do *streaming* das celebridades. X-17, Splash News e TMZ cobriram a suposta traição do atual marido dela na época, Kevin Federline, contra a cantora, incluindo o momento

<sup>74</sup>

<sup>75</sup> <https://www.bustle.com/articles/47230-15-times-paris-hilton-was-the-boss-of-kim-kardashian-in-case-you-forgot-who-invented>

posterior, quando Britney fez uma ligação telefônica supostamente para encerrar seu casamento, aos prantos, em 2006.

Figura 82 – Fachada do novo Planet Hollywood, construído a partir do Novo Alladin



Fonte: Caesars.com

O *The Economist* foi ainda mais enfático com a manchete “*Party is Over*” (“A Festa Acabou”, pontuando que o problema da cidade não é apenas cíclico, é principalmente “existencial” na matéria de dezembro de 2010. A publicação entrevistou o prefeito da cidade, Oscar Goodman, que governava o local há doze anos na época, e que afirmou ter cumprido com a sua grande promessa de campanha: criar uma experiência personalizada de jogo no meio do deserto ou da “diversão adulta”, como Goodman pontuava. A reportagem começa afirmando, num tom irônico, que o prefeito, de fato, havia conseguido: aparecendo sempre com mulheres seminuas nos cassinos e afirmando publicamente que costumava tomar uma garrafa de gim por dia – mas não antes de anoitecer. “In his office he sits on a carved throne and gives visitors a symbolic gambling chip that depicts him, with his trademark Martini glass, as “the happiest mayor of the greatest city in the world”<sup>76</sup>, diz a publicação, que enfatiza: dificilmente os moradores de Las Vegas concordariam com a afirmação do prefeito de que a cidade ainda é “ótima” ou “feliz”. Las Vegas teve duas grandes recessões na história, uma em 1990 e a outra em 1991, pontua o *The New York Times*. Nos dois momentos, a baixa nos lucros era compensada pelas facilitações à crédito dos empresários e donos dos complexos

<sup>76</sup> <https://www.economist.com/united-states/2010/12/29/party-over>



hoteleiros. No entanto, a partir de 2007, várias outras cidades nos Estados Unidos começaram a liberar o jogo, os juros dos créditos aumentaram e a jogatina, que representava 58% do lucro da Strip em 1990, passou para 41% em 2007, de acordo com documentos do Deutsche Bank report<sup>77</sup> daquele ano. A cidade foi então obrigada a apostar em novos negócios e no turismo do exterior, deixando de lado o americano médio que preferiria visitar outros lugares do país para jogar e já tinha visto todos os shows fixos da cidade. De acordo com a Billboard, o show de Britney ajudou a tirar a cidade da crise, aumentando o lucro anual do Planet Hollywood em 20 milhões de dólares<sup>78</sup>, fazendo com que o show fosse estendido até 2017. “Os especialistas em jogos da Wall Street dizem que a princesa do pop revitalizou o local e ajudou a transformar a grande crise de Vegas em um centro de lucro financeiro”, diz a publicação da Billboard de Zach Dionne, publicada em outubro de 2014, quase um ano após o show de Britney ter começado.

Figura 83 – Obras paradas nas Las Vegas de 2009



Fonte: <https://www.nytimes.com/2008/05/06/business/06vegas.html>

Stefan Johannes (2010), na sua tese de doutorado em filosofia sobre a Las Vegas Strip, diz que há uma renovação da cidade após cada crise e durante cada *boom* populacional. Las Vegas foi a cidade que mais cresceu nos Estados Unidos: em 1980, a cidade tinha aproximadamente 400 mil habitantes, e em 2009 tinha 2 milhões, aponta a ABC News<sup>79</sup>. Stefan (2010), tenta dividir os momentos históricos da strip de observações da experiência de consumo, de produção de conteúdo e bens, e do tipo de entretenimento que a strip proporciona. Cronologicamente eles seriam: “Velho Oeste”, “Los Angeles Cool”, “Cidade do pop”, “Corporativismo moderno”, “Disneylandização”, “Cidade do

<sup>77</sup> [https://www.db.com/ir/en/download/Financial\\_Report\\_2007.pdf](https://www.db.com/ir/en/download/Financial_Report_2007.pdf)

<sup>78</sup> <https://www.billboard.com/articles/news/6281785/report-britney-spearss-vegas-residency-boosts-planet-hollywoods-annual>

<sup>79</sup> <https://abcnews.go.com/Travel/recession-strikes-las-vegas/story?id=8974152>

pecado”, e “Divificação arquitetônica”<sup>80</sup>. Entre um momento e outro estaria o que ele chama de destruição do espetáculo, que aqui se parece mais com o espetáculo da destruição, como os prédios implodidos, de forma mais visível, e que gera costumeiramente comoção de expectativa na cidade, para saber o que virá no lugar. Há, inclusive, vídeos que fazem *hankings* das explosões mais apoteóticas dos cassinos<sup>81</sup>. No entanto, volto a pontuar que, assim como a telenovela sempre foi vendida na cultura do Brasil como um produto que costuma ser rapidamente esquecível, dando lugar a outra novela em seguida, mantendo esse ciclo das atrações em Las Vegas, mesmo que um cassino-hotel ou show tenha mais tempo de existência física que uma novela no ar<sup>82</sup>, no pop, nada morre. Como eu disse anteriormente, a música pop, assim como os produtos da cultura pop televisiva, cria laços através de suas repetições de fórmula, criam um lugar comum e seguro, como um lar. Prova disso é o investimento da Rede Globo em canais como o Viva, que na TV fechada exhibe apenas reprises. Ou o cancelamento do programa vespertino Video Show para re-exibir duas novelas à tarde, ao invés de uma só, como era o costume no clássico “Vale a Pena Ver de Novo”, seguido por um filme na sessão da tarde, o qual nunca é inédito.

As fases pontuadas por Stefan (2010) para Vegas exemplificam a organização não apenas de Las Vegas, se aplicando ainda a diversos outros produtos pop. Pontualmente na música, há o surgimento de algum cantor novo, descoberto, geralmente via plataformas de streaming. O cantor se torna *cool* e descolado, pois nem todo mundo o conhece ainda. Até que estoura nas próprias plataformas de *streaming* e chega às mídias mais massivas, como televisão e rádio clássicos. Sua carreira passa a ser administrada num corporativismo sistêmico e ele começa a ser vendido por suas dualidades: virgem *versus* sensual, boa garota *versus* garota má. E, como canta Rihanna em seu álbum de transição o “Good Girl Gone Bad”, de 2007, é “fácil para uma boa garota se tornar má, e quando ela se transforma, melhor acreditar que seja para sempre”<sup>83</sup>. Naturalmente que as alterações de arquétipos não são tão binárias quanto as que descreve Morin (ano), nem tão pontuadas como as fases da *strip* descritas por Stefan (2010), mas continuam existindo, pelo menos de forma reconFigurada, até que a carreira da artista se divificada.

<sup>80</sup> T.N.: Wild West, Los Angeles Cool, Pop City, Corporate Modern, Disneyland, Sim City, and Starchitecture.

<sup>81</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=yZ2yh9XsKUg>

<sup>82</sup> As novelas costumam passar um ano em exibição

<sup>83</sup> T.N.: Easy for a good girl to go bad / And once we gone (gone) / Best believe we've gone forever



O “Divas Las Vegas”, outro espetáculo da cidade, sem *drags*, e dirigido pelo canal de TV fechado, VH1, a partir do VH1 Divas, ajudou a consolidar o termo nas divas pop e na cidade, em 1998, quando o programa foi ao ar pela primeira vez na TV, trazendo shows especiais de Celine Dion, Mariah Carey, Gloria Stefan, Shania Twain e Aretha Franklin, na primeira edição. O ano seguinte trouxe novos *headliners*, como Cher, Tina Turner, Whitney Houston e Brandy. Foi nesse mesmo ano que a atração só composta por mulheres, introduziu Elton John na set list, como convidado especial, ajudando a reconfigurar o binarismo de gênero que compôs, originalmente, o cerne da palavra “diva”. Em 2000, a *drag queen* RuPaul ocupou o lugar de Elton, e num especial à Diana Ross, o VH1 Divas trouxe a própria Diana, Dona Summer e Faith Hill como atrações principais, além de convidados como o Destiny’s Child (banda original da Beyoncé), e fez um *revival* de outra *girl band*, inspiração das Destiny’s, a The Supremes. Com o passar dos anos, mais Figuras “masculinas” do pop e do rock foram sendo introduzidas no show, como Kid Rock e Backstreet Boys, como *headliners* na edição seguinte, que continha ainda oito convidados, todos homens, incluindo nomes como Stevie Wonder, em 2001.

Figura 84 – Whitney e Mary J. Blige no VH1 DIVAS LAS VEGAS



Fonte: Getty Images

O ano de 2002 foi quando o especial se firmou em Las Vegas, alterando seu nome para “VH1 Divas Las Vegas”. O show passou a ser apresentado por Ellen Degeneres naquele ano e, encabeçado por Cher, que até então era a rainha das residências – e

continua sendo –, Celine Dion, que começaria seu show na cidade em 2003. As apresentações na cidade trouxeram Whitney novamente para cantar no evento (que morreria antes de começar sua residência. Em 2009, Whitney teria aceitado negociar um contrato de dois anos de show no hotel Palms<sup>84</sup>. Os shows seriam em blocos durante épocas especiais. Com a crise financeira latente na cidade e a morte de Whitney em 2012, a *strip* passou a repensar suas atrações, mudando o foco da faixa etária do público. Surgiu então a ideia do show póstumo do Michael Jackson (MJ), em holografia, com Cirque du Soleil. O show serviria tanto aos fãs mais antigos, quanto aos mais novos do Michael. Além disso, por ser um show com tecnologia avançada e importada da Ásia, atrairia o olhar também dos interessados no assunto, enquanto o Cirque du Soleil garantiria que fosse uma apresentação para crianças, adultos e idosos que não acompanhavam a carreira do MJ.

Figura 85 – Michael Jackson One estreia no Mandalay Bay em 2013



Fonte: MichaelJackson.com

Em contrapartida, Britney estaria “viva”, ou pelo menos em carne e osso, com *hits* recentes: Britney havia conquistado seu sexto número um na parada Top 200 da Billboard

<sup>84</sup> <https://lasvegasweekly.com/blogs/luxe-life/2009/sep/10/whitney-houston-las-vegas-two-year-deal-or-few-con/>

em 2011, com o álbum “Femme Fatale” (FF), lançado naquele ano. De acordo com a Nielsen SoundScan, empresa que monitora os números para a Billboard, o sétimo álbum de estúdio de Spears (o FF) a colocou em terceiro lugar no *ranking* das cantoras femininas com mais álbuns em primeiro lugar em uma das listas mais importantes da Billboard, publicação especializada. Perdendo para Barbra Streisand (com nove números 1), e Madonna (com sete). No entanto, Britney não estava sozinha: ela ficou empatada com Mariah Carey e Janet Jackson em terceiro lugar. Esta foi a sexta vez em que Spears ocupou a posição, a qual não conquistou apenas como o álbum criticamente aclamado (um dos poucos de sua carreira), o “Blackout”, lançado em 2007 durante seu colapso, e que criou o bordão “*It’s Britney, Bitch!*” (É a Britney, vadia).

Ainda em 2011, Britney ficou em primeiro lugar no Top 100 da casa, voltado à singles, com o single líder do FF, a faixa “*Hold it Against Me*”. “*Till The Wolrd Ends*”, “*I Wanna Go*” e “*Criminal*”, seus outros *singles* do álbum, ficaram em terceiro e sétimo lugar, enquanto “*Criminal*” ficou no quinquagésimo quinto lugar nos Estados Unidos, tendo chegado no primeiro lugar apenas no Billboard Hot 100 do Brasil. Em tempo, Britney entrou na música já pronta e lançada por Rihanna em 2010, num relançamento da faixa, em versão *remix*, que garantiu a Spears retorno ao primeiro lugar nos EUA. Em seguida, após finalizar a turnê Femme Fatale pelo mundo, turnê que ficou em décimo nono lugar no Top 25 da Billboard de turnês mundiais mais lucrativas de 2011<sup>85</sup>. Sendo Britney a quinta artista solo mulher a ocupar a lista naquele ano, perdendo para Taylor Swift (quinto lugar) Lady Gaga (oitavo), Sade (décimo), Katy Perry (décimo terceiro). Vale ressaltar que das 25 posições, só 6 foram ocupadas por mulheres. Kylie Minogue é a última mulher a ser mencionada, ficando na posição 21.

No ano seguinte, 2012, Britney, famosa por dublar suas músicas, assinou como jurada do X-Factor recebendo o salário de 30 milhões de dólares por uma temporada, como noticia o E! Online<sup>86</sup>, apesar de a TMZ ter informado<sup>87</sup>, antes do contrato ser assinado, que ela receberia 15 milhões, enquanto a outra jurada, a cantora Demi Lovato, também ex-Disney e com 19 anos à época, receberia menos de 1 milhão. Próximo do final da atração televisiva, Britney lançou um novo single, sem álbum, chamado “Scream & Shout”, em parceria com o vocalista da banda The Black Eyed Peas, Will.I.Am. A música

<sup>85</sup> <https://www.billboard.com/articles/news/42159/top-25-tours-of-2011>

<sup>86</sup> <https://www.eonline.com/br/news/375143/britney-spears-demissao-do-x-factor-por-comportamento-improprio>

<sup>87</sup> <http://portalpopline.com.br/omg-salario-de-demi-lovato-no-x-factor-eua-nao-chega-a-115-do-acordado-com-britney-spears-afirma-site/>

chegou ao terceiro lugar do Hot 100 da Billboard, tendo desempenho melhor que os outros últimos dois singles solo de Spears (I Wanna Go e Criminal), apesar de I Wanna Go deter a marca de clipe mais visto da cantora no YouTube em 2012, perdendo o posto para Scream & Shout, que ainda hoje, encabeça a lista. A seleção dos 10 mais vistos de Spears no YouTube, de acordo com matéria do Estadão<sup>88</sup>, é um mix temporal: o segundo lugar fica com “...Baby One More Time”, seu primeiro single, lançado em 1998 e que completou 20 anos em outubro de 2018; em terceiro vem “Toxic”, lançado em 2004; em seguida aparece “Work Bitch”, de 2013 – clipe usado para anunciar sua primeira residência em Las Vegas; e em quinto, “I Wanna Go”, de 2011. A lista segue na ordem crescente com: “Womanizer (2008), “Oops!”(2000), “Till The World Ends” (2011), “Circus” (2008)” e “Gimme More” (2007), em décimo lugar.

Figura 86 – Britney divulga residência no clipe “Work Bitch” (2013)



Fonte: Frame do vídeo “Work Bitch”

A cultura de celebridade na *strip* começou a tomar forma no período da década de 60 à meados dos anos 80, pontuados por Stefan (2010) como “Da cidade pop ao modernismo”, período que ele elenca ir de 64 a 84 e inclui a tematização de todos os estabelecimentos da cidade, os quais aderiram a temáticas diversas e se ampliaram, deixando de ser hotéis e resorts e se transformando em complexos de entretenimento com shoppings completos dentro de cada hotel, incluindo praça de alimentação de *fast food* e

<sup>88</sup> <https://emails.estadao.com.br/noticias/gente,os-dez-clipes-mais-assistidos-de-britney-spears-e-a-historia-por-tras-deles,70002619171>

áreas mais voltadas ao que, na visão de Vegas, seria uma “alta gastronomia”. Vale lembrar que os hotéis de Vegas foram responsáveis pela popularização do Self Service nos EUA, tido como algo chique. O El Rancho Vegas, por exemplo, classificava o serviço de Self Service de “Fine Food”, em oposição ao “*fast food*”

Figura 88 – Fachada do El Rancho na década de 60



Fonte: InOldLasVegas.com

Figura 89 – Self Service no El Rancho Vegas

À esquerda, interior do restaurante do El Rancho Vegas; à direita, panfleto da época o classificava como o lugar mais fino do oeste americano



Fonte: DIMENSTEIN (2018)

A glamurização do velho oeste, para a criação de uma “cidade pop”, como chama Stfan (2010), precisou de uma “arquitetura pop”, termo usado por Dimenstein (2018), a qual incluía não apenas os letreiros escalonados, como também dois outros

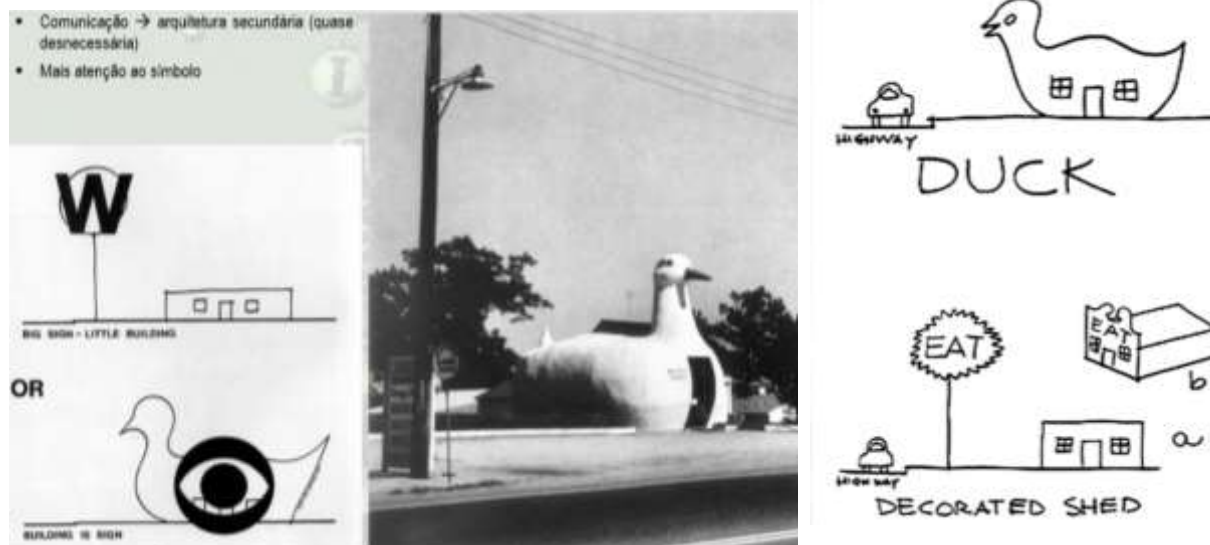
tipos de ornamentos, pontuo: dois tipos diferentes do que a Robert Venturi, Denise Scott Brown e Steven Izenour (2003) chamam de “pato”.

O pato é um ornamento-símbolo, construído para comunicar de forma rápida, na escala de velocidade de um carro maga sônico, ou até mesmo de um avião, a depender da altura, uma venda. Como, por exemplo, um mercado de ovos construído no formato de um pato, daí o termo do conceito. Este processo começa quando, a comunicação, na visão de Venturi, Brown e Izenour (2003) ganha mais destaque que a estrutura do prédio em si. Naturalmente que dentro do campo da comunicação, sabemos que estas questões, de o que é comunicação e o que é “estrutura arquitetônica” não são tão simples. Pontuo aqui então que os autores Venturi, Brown e Izenour (2003) além de Dimenstein (2018), entendem a “comunicação” de um prédio como sua parte dedicada para anúncios publicidades, que na década de 50 e 60, precisam se reinventar. Algumas construções então passam a dar mais atenção à logo e à divulgação do produto vendido pela empresa, do que à estrutura da loja, como na Strip. O “pato” seria então, uma construção em formato do objeto ou do simbolismo que o empreendimento comercializa, como uma mercado de ovos em formato de pato, a Torre Eiffel do hotel “Paris” em Las Vegas, ou o Cristo Redentor do Rio Resort & Cassino. Esta vertente, na Strip, começa com o sapato de dança gigante usado para a divulgação do show burlesco do Frontier, segue com um *cowboy* gigante também usado pelo mesmo empreendimento, ainda na Freemont. Ele se reconFigura nos letreiros neon’s com as logos dos hotéis, bares etc., que passa a constituir a cena pop de Vegas junto os simbolismos gigantescos em formato do produto, como na Figura abaixo, onde é apresentada uma Figura de estabelecimento de Long Island, conhecido como “*Long Island Duck*”.

Começa a acontecer, na arquitetura, pontua Venturi, Brown e Izenour (2003), então, um encabeçamento do simbolismo através da logo nos ambientes comerciais, como a logo da Shell em um posto de gasolina. Por conta disso, eles passam a diferenciar estes dois tipos de arquitetura ornamental dos novos edifícios comunicativos em 2 tipos: primeiro tipo, “pato”, no qual a arquitetura e a estrutura estão submersa por uma forma simbólica; e segundo, o “galpão decorado”, quando a arquitetura e a estrutura estão a serviço do programa e o ornamento é independente.



Figura 90 – Ilustração arquitetônica sobre o pato de Long Island



Fonte: Venturi, Brown, Izeneur (2003)

Durante esta época, com a *strip* contando com hotéis “finos”, ainda havia um grande problema estrutural em Las Vegas: o calor. Como atrair as pessoas de todos os Estados Unidos para um lugar fechado e coberto com carpete, uma evolução dos pisos de madeira dos saloons, com boa parte das pessoas fumando e bebendo a todo o tempo, enquanto jogavam?

Figura 91 – Torre Eiffel do hotel Paris em Las Vegas, 2013



Fonte: Las Vegas Journal

Foi necessário então que os empresários de Vegas se juntassem com Hollywood para levar as estrelas de Los Angeles para circular pela cidade. Só assim, conseguiriam vender a ideia de que com dois dias em Vegas, o turista conseguiria uma vida de estrela gastando pouco, além da possibilidade de ver uma estrela pop de perto, como Marilyn



Monroe ou James Dean. Marilyn, inclusive, se divorciou a primeira vez através das leis do Estado de Nevada, quando tinha 20 anos de idade, após passar quatro anos casada com James Dougherty. O divórcio aconteceu em 13 de setembro de 1946.

O pop, mais uma vez, acionando uma geografia inventada.

Figura 92 – John Huston e Marilyn Monroe fotografados por Eve Arnold em Las Vegas, 1961.



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/148126275214067069/>

Figura 93 – Marilyn divulgando o Flamingo Capri em 1947



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/474918723179892698>



Figura 94 – Metamorfose da Strip

Vista aérea da Strip em 1975 com o novo Alladin marcado com “PH”



Fonte – travelvegas.com

Figura 95– Planet Hollywood ostenta o corpo monumento de Britney na estreia da Piece of Me em dezembro de 2013



Fonte: Caesars/ InOldLasVegas.com

Com Marylin constantemente na cidade, a *strip* consegue sair do “Los Angeles Cool” para a cidade do pop, que é elencado aqui, como uma geografia inventada por Marilyn, pelos patos, galpões decorados e a ilusão de conforto, criada por uma tubulação nas paredes por onde passava água resfriada. Talvez um dia inteiro colada numa parede com água resfriada seria suficiente para resfriar, mas o pop funciona aqui como uma camuflagem, um avatar, como a neve de Celebration ou como personas transformadas em corpos monumentos, que junto com a arquitetura perambulam pela cidade a transformando numa espacialidade do pop. Britney avisou: “Tem certeza que você quer um pedaço de mim?”.

#### 4 *HOME*COMING: A Diva e o Lar

...But the stars in the sky look like home, take me home  
And the light in your eyes lets me know I'm not not alone

(I am) Not alone not alone not alone  
Not alone not alone not alone.”

SPEARS, Britney. *Alien* *in* Britney Jean. RCA, Los Angeles: 2013.

A noção de *homecoming*, última fase da peregrinação para Turner (2008), em seu conceito original, significa o retorno do peregrino para o ponto de partida, ou o retorno ao lar após o pagamento da promessa, do encontro com o objeto sacro, da graça obtida. O herói retorna para casa com seu objetivo concluído, pronto para compartilhar seus aprendizados com os outros que ali deixou. No entanto, na peregrinação enquanto consumo de cultura pop, a experiência estética é acionada, e assim, o âmbito afetivo desta trajetória é relacionado à estética da existência ou a uma ética de compreensão de si mesmo, como Foucault (2006) pontua em “A hermenêutica do Sujeito”.

Estamos lidando com a nossa função no mundo e escolhas de percurso, numa rede afetiva atrelada a corpos monumentos de divas pop a fim de nos compreendermos e existirmos nos nossos próprios termos. Performatizar um gosto musical é, sobretudo, lidar com políticas do corpo. É, na prática, narrar a si mesmo usando um outro corpo (o da diva) como prisma para as relações sociais, ou ainda, uma forma de driblar uma normatização corpórea, ao se apropriar de outra não permitida. Talvez seja, para além do gosto musical, o corpo e seus movimentos fora da norma “masculina” que levam às primeiras questões sobre gênero e sexualidade. Lembro de que, numa época na qual todas as crianças ouviam “É o Tchan”, que ainda se chamava “Gera samba”, ao me juntar às primas para recriar as coreografias em festas de aniversário da família, eu deveria ser o Jacaré e caso desmonhecassem demais, era recriminado por meu pai ao chegar em casa. Mais tarde, com Spice Girls, fui recriminado novamente. Lembro de a família inteira reclamar de minha amizade com um vizinho, também fã das Spice, negro. Não lembro se ele era de fato mais afeminado que eu, ou se era apenas o fato dele ser negro e de classe financeira inferior, que incomodava alguns membros da minha família. Nos aproximamos exatamente pela música e foi então que comecei a questionar, ainda criança, com uns de anos de idade, a razão de questionarem minha aproximação com o vizinho: morávamos

no mesmo bairro, ouvíamos a mesma música e tínhamos a mesma idade. Nunca falamos sobre gênero ou sexualidade e, por uma decisão que veio de cima (família, não necessariamente meus pais), nunca mais nos vimos depois de diversas reclamações que recebi, sem muita opção de escolha aos dez ou onze anos de idade. Bem, provavelmente havia algo na água do bairro ou da rua, pois olhando para trás, e após rápidos reencontros (visualizações de página de perfil em redes sociais) anos mais tarde, só consigo apontar um menino dos meus quatro colegas de rua/bairro, que se considera heterossexual.

Para Foucault (2006), as práticas de existência dos sujeitos estão sempre subordinadas ou atreladas a outras coisas: outros objetos e outros corpos. Diante destes entrelaçamentos é que o sujeito molda suas formas de existência no que Foucault (2006) chama de “estética da existência”. É, a partir desta lógica, que me aproximo do que chamo aqui de biografia do fã através do corpo monumento da diva:

Foucault percebe que há a necessidade de se trazer novamente essa concepção ética de volta para a filosofia, pois, embora esta esteja afastada da filosofia, as práticas de si continuam existindo atreladas a outras coisas, o que dá forma à maneira como os indivíduos estabelecem a si mesmos seus modos de vida, culminando em uma “estética da existência” em que o homem, voltando para si reflexivamente, alcança momentos de liberdade e dá a si mesmo regras de existência distintas de padrões e normas ditadas pelas relações sociais, esculpindo, assim como obra de arte, sua vida e subjetividade (GALVÃO, 2014, p. 158)

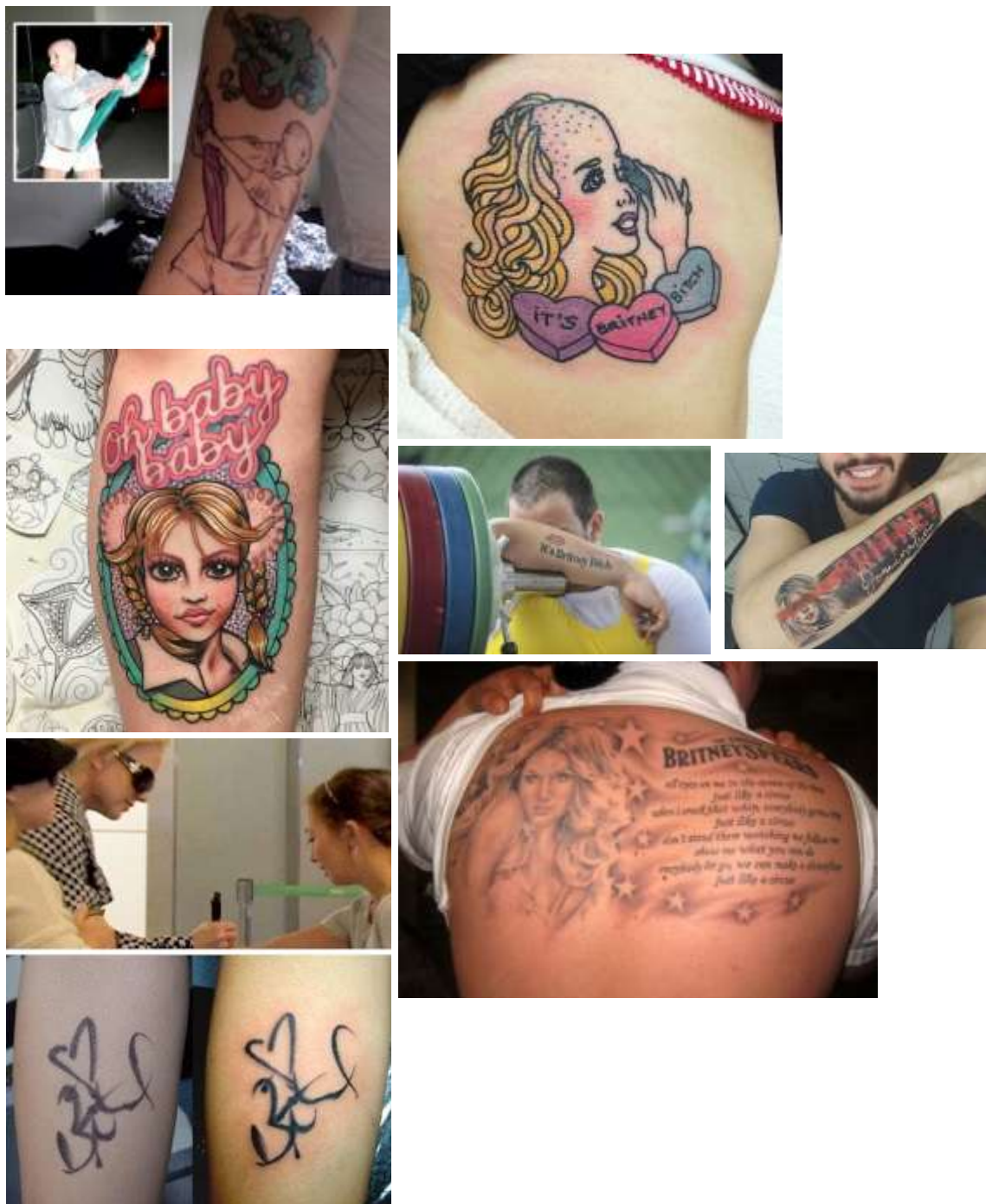
Com a certeza de uma estranheza aos que não passaram a vida fruindo música pop, atribuo a uma diva pop, uma força de moção quase que religiosa. A diferença é que um corpo monumento não é um corpo santo. Certa vez, numa aula de doutorado, eu e mais dois colegas, todos pesquisando cultura pop, tentávamos descobrir de quem poderia ser fã um outro menino da sala. Também gay, ele pesquisava um cantor recifense, igualmente pop, o Johnny Hooker, mas não se dizia fã do mesmo. Pensávamos: “como alguém consegue passar dois anos pesquisando uma coisa que diz não ser fã?”. Para nós, era inconcebível ele não ser fã de Johnny ou de qualquer outro cantor pop, no nosso preconceito. Vale ressaltar que havia uma pessoa heterossexual no nosso trio de pesquisadores. Mesmo assim, nos corroíamos por dentro, já que era o primeiro período de aula e, ao sermos questionados sobre nossos objetos de estudo, que era sempre consumo de mídia atrelado a uma diva, a sala ficava em choque. Ele, no entanto, assim como no documentário “*Star Searching: Diane Kaeton*”, não se vinculava como fã de ninguém. Enquanto íamos para a sala de aula em militância, usando camisa de turnê de



nossas divas, boybands etc., com peças muitas vezes femininas, esse colega usava camisa pólo e calça social.

Alguns períodos depois, esse aluno apareceu com a panturrilha tatuada, trazendo uma diva póstuma, já falecida. Encontramos com ele e começamos a perguntar se ele era fã daquela cantora e o por que da tatuagem. Ele contou que só a tatuou, pois ele já havia falecido. Logo, morta, ela não poderia fazer nada que ele não se orgulhasse.

Figura 96 – Mosaico com tatuagens inspiradas em Britney



Fonte: Arquivo pessoal do autor



Fiquei pensando nisso por muito tempo e, principalmente, por não ter nada tatuado no corpo, nem planejar tatuar qualquer coisa relacionada à Britney – apesar de muitos fãs terem desde o rosto dela tatuado a frases de músicas, ou ainda datas dos shows que assistiu. Olhando para esse momento, relembro que a diva dele não era uma cantora estritamente pop. Ela tinha uma vertente com o rock muito latente. O que não significa dizer que só fãs de rock tatuem seus ídolos, mas sim que a maneira de fruição de uma diva estritamente pop, como Britney, Madonna, Rihanna, Beyoncé, Lady Gaga, Anitta etc., não é a mesma que de uma diva com o pé no rock. É claro, para mim, que Madonna vai ter uma função muito mais ativa, socialmente e politicamente, em toda a sua carreira, transgressora muitas vezes, mais do que Britney, que hoje vive sob a tutela do pai e não pode nem comprar um frappuccino sem permissão da família, com o próprio dinheiro.

Ou, talvez, não seja esta uma questão de gênero musical, mas sim de dualidade entre o *fandom* e a religião: essas pessoas que nos afetam estão, na maioria dos casos, tecendo uma narrativa que nunca acabará. Michael Jackson, por exemplo, é anualmente revirado no túmulo com a acusação de abuso sexual de menores. A mais recente foi do seu pupilo, Wade Robson, que, por coincidência, foi o criador da maioria dos projetos da época de ouro da Britney<sup>89</sup>: ele era dançarino dela, ainda em 98, e em 2001 passou a dirigir e criar a turnê “Dream Within a Dream”<sup>90</sup>. Ele ainda dirigiu a maioria dos comerciais de Britney para a Pepsi<sup>91</sup>, além de coreografa-los, entre 2001 e 2002. A coreografia mais famosa da cantora até hoje, também foi dele: “I’m a Slave 4 U”.

Foi também com Wade, que, supostamente, Britney traiu seu namorado da época, Justin Timberlake. E segundo o Justin, como ele mesmo canta em “*Cry me a River*”, faixa dedicada a amaldiçoar Spears pela traição, revertida por Justin no seu primeiro grande *hit* solo, foi o Wade também quem contou a ele sobre a traição<sup>92</sup>. *Oops!* ...Todas estas pessoas idolatradas possuem esse histórico “mundano” e é ele quem confere mais proximidade dos fãs, se formos pensar o amor de fã no viés de Morin (1989).

Aqui, proponho pensar esta última fase da peregrinação diante do fã e seu encontro com o objeto adorado, seja com o artista em si, fisicamente, seja o ato de assistir ao show, de pisar no chão que ele já pisou, de encontrar uma peça de roupa em exposição ou diante da presença virtual do mesmo, reencarnado na performatividade da potência afetiva do

<sup>89</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=kEIfVZ0EhEw>

<sup>90</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=J3pm2BQzCx0>

<sup>91</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=eZEP8pj4\\_I](https://www.youtube.com/watch?v=eZEP8pj4_I)

<sup>92</sup> <https://www.britneyspears.com.br/forum/topic/28962-core%C3%B3grafo-confirma-que-britney-teve-caso-com-wade-robson-e-columbus-short/>

fã. O ídolo é como um personagem e, por sua vez, estabelece um vínculo estético com o fã, ou o contrário. E, é através dessa relação que o fã se faz existir esteticamente. O encontro com o ídolo é um encontro do fã consigo mesmo. Ou seja, não falo sobre o caminho de volta após o encontro com a diva, mas sobre a sensação de retorno ao lar, tendo a narrativa pop da diva como lar.

O corpo monumento não tem, necessariamente, ramificações geográficas. O lar é uma invenção afetiva-geográfica e, por isso, neste caso, pode ser a presença da diva. É através da Britney que eu, enquanto fã, me relaciono com o mundo e comigo mesmo, moldando minhas relações sociais, de distintos modos conforme vou amadurecendo e passo a cambiar os filtros pelos quais vejo minha diva. A experiência estética aqui é da ordem de um retorno a si, que proporciona a estética da existência.

A presença e a incorporação são constantes diante do processo de peregrinação e da noção de estética da existência. Ambos podem se dar por diversos rituais, mas trago a relação de afetividade com uma diva pop para o cerne da peregrinação enquanto ritual. Os percursos de deslocamento vão ser, naturalmente, percorridos em meio a diversos *dribles*, desvios, subversões e reapropriações da lógica do capital, escalonada em Las Vegas pela estética impessoal de um *shopping center* ou de um aeroporto, lugares comuns a todos. O conforto oferecido pela cidade, que passa a ser, literalmente, a “residência” da diva, é o mesmo de quando avistei, de longe, o símbolo do McDonalds ao me perder em João Pessoa: impessoal, mas ainda assim afetivo. A grande diferença aqui entre Britney, Las Vegas o McDonalds, é a forma de fruição.

Quando o fã passa vinte anos ruminando sua diva, é possível desvelar camadas que nenhum *fast food* garante. Sua noção da arte de existir enquanto ser humano passam a ser moduladas por questões que vão da artificialidade contida na pré-fabricação do ato pop na música, à busca por traços humanos da diva-deusa. Para que assim se constitua um corpo monumento: uma presença ubíqua e mediada de uma pessoa pública, que parece pedir para a plateia dizer: “*gimme, gimme more*”.

Ressalto que esta não é uma prerrogativa de Britney, dentro de toda a gama de cantoras pop. No entanto, foi em Britney e através dela que se dá a minha estética da existência. Ela é o corpo monumento que funciona como um prisma para mim. Se nossa relação foi acaso, destino, gosto ou simples coincidência temporal, este texto nunca vai conseguir responder. No entanto, tenho um amigo, que divide o *fansite* do BritneyOnline comigo, e que é fã dela também há 20 anos. Chamarei ele aqui de Hugo.

Eu, Hugo e parte da equipe do falecido fansite, o X-Britney (XB), tínhamos uma visão um tanto crítica e analítica da carreira da Britney, talvez por ambos termos cursado e trabalho com comunicação. No entanto, Hugo sempre se definiu como homem hétero. E, geralmente, quando temos longas conversas sobre Britney ao telefone, que duram horas, madrugada à dentro, costumamos relembrar a nossa sensação diante da presença de Britney. Ele, em 2011, enquanto gravava o documentário “Britney No Brasil”<sup>93</sup>, e eu em Vegas.

Apesar de termos trabalhado juntos no documentário, ele foi cinegrafista na maior parte do tempo, conseguindo ficar bem próximo (fisicamente) da Britney. O documentário feito pelo X-Britney em 2011, dirigido pelo criador do site, o Raphael Daltio, nosso amigo à época, foi originalmente pensado em conjunto com o Multishow, canal de TV que hospedava o fansite, mas acabou ficando só no X-britney, já que a equipe queria acompanhar Britney em todos os shows dela na América Latina, o que levaria mais tempo de produção e pós produção, fugindo do cronograma do canal. E assim foi feito. Enquanto eu acompanhei o show do Rio, por questões financeiras, Hugo percorreu a América Latina inteira, junto com o Raphael. Em cada show, parte da equipe do site os encontrava e Hugo sempre foi o único homen hétero fã da Britney a conviver conosco em toda essa peregrinação. E uma coisa que ele costuma dizer sobre como a Britney o afeta, é que ele não a “sente” mesma forma que eu, porque pra ele, Britney não teve essa função vinculada à questões de gênero na infância, uma vez que ele sempre se identificou como hétero. Pontuo, então, que este afeto que narro, seja, não apenas, mas também, uma questão de gênero.

Uma vez que falo sobre fã de cultura pop, fechando na música pop e, mais pontualmente, de diva pop, lido a todo momento com a lógica do roteiro da performance, da reincenação ritual que performamos até essa dimensão prismática e, principalmente nela, uma vez que o roteiro da diva pop inclui também sair do roteiro<sup>94</sup>. Nela, não há passado, presente ou futuro. A peregrinação, seja ela geográfica ou não, é o ritual e parece ser regida por uma noção de tempo voltada à nostalgia, a um deslocamento, que dá conta de eventos que ainda nem aconteceram.

<sup>93</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=5B1zvYxC300&t=2737s>

<sup>94</sup> Debato mais sobre o “roteiro” da diva pop e o valor da “falha” numa narrativa pré-programada no texto “Flaw(less): o valor da falha na performance pop”, disponível aqui < <https://tinyurl.com/flawlessdivapop> > em sua versão original, e atualizado no livro “Circuitos Urbanos e Palcos Midiáticos”, organizado por Laís Barros Falcão de Almeida e Victo de Almeida Nobre Pires, lançado pela EDUFAL em 2017.

As diversas formas de fruir o ídolo, seja no próprio corpo, seja no corpo nômade que sai em busca dessas formas de incorporação, seja no ídolo em si – numa miragem –, não conseguirão lidar com a noção binária entre realidade e ficção diante de tantas possibilidades de caminhos e multiplicações do sujeito que habita os mais diversos percursos enquanto formas de consumo e fruição.

O que observo ao chegar em Las Vegas é uma cidade que tenta arquitetar um templo para esse monumento, e escolhe o pop por lidar com rostos e sons comuns à maioria. Há a repetição da lógica da *Sunset Strip* em Los Angeles, numa versão “miragem no deserto”, que se molda ao lar de quem para ela estiver olhando. Assim como a miragem que mostra um oásis para o andarilho que está próximo a morrer de sede no deserto, ela também mostra semelhanças com a casa que o fã de pop quer e precisa ver naquele momento, mesmo dentre suas artificialidades. Esta noção está construída na Figura do artista onipresente na cidade: do aeroporto ao local do show, nas máquinas de aposta, nos táxis, ônibus, postes, na rua e dentro de todos os outros hotéis do Caesar’s, no caso da Britney. A iluminação do cassino passa a ser rosa e vermelha, para combinar com o novo logo dela, que possui as mesmas cores (ver capa do capítulo).

Para melhor entender a lógica do “*retorno ao lar*” (*homecoming*) tendo a ficção da diva como casa, se faz necessário alguns apontamentos diante da arquitetura de Britney, sua relação com Las Vegas, a minha biografia através deste ator prismático, que é o corpo monumento, até que, por fim, chego no show em si. Ressalto que, apesar de ser fã há 20 anos, ter uma vasta coleção e ser ativo dentro de grupos virtuais (do fórum do Britney.com.br, IRC, Orkut e Facebook), *fansites* (contribui por alguns anos escrevendo para o X-Britney.com, site brasileiro, e tendo montado meu próprio *fansite* com o fechamento do XB, durante a escrita da tese), por conta de opiniões críticas acerca da carreira de dela, sou, em alguns ambientes, visto como um *hater* ou não-fã. Falarei sobre isso ao longo do meu trajeto de peregrinação nesta terceira parte do trabalho. Que culmina no show e em uma festa para fãs da qual participei com o meu fansite, no Recife, em 2018. Começaremos pela gravadora que contratou Spears, a Jive Records.

#### 4.1 “JUST LIKE A CIRCUS”<sup>95</sup> : JIVE RECORDS, MAX MARTIN E A ANATOMIA DO CORPO MONUMENTO

Surgida no mercado promovendo remixes de músicas africanas, a Jive Records teve o que parecia ser um rápido flerte com o pop, a partir dos Backstreet Boys (BSB), no começo dos anos 90. Lou Pearlman, empresário da banda, tinha dinheiro suficiente para bancar o projeto sozinho, mas precisava de uma gravadora que desse direcionamento e distribuísse a música dos BSB. Uma vez que a Jive estava investindo em um estúdio com DJs proeminentes na Suécia, mais especificamente no estúdio Cheiron, em Estocolmo, famoso por ter criado o sucesso “*All That She Wants*”, Lou recorreu a ela para ser auxiliado no processo.

É na Cheiron que também surge Max Martin, um dos maiores compositores e produtores da música pop mundial das últimas quatro décadas. John Seabrook em “*Song Machine*” (2006) inicia a obra com uma epígrafe que vale uma releitura aqui, pois talvez funcione como uma das descrições mais claras sobre máquina pop enquanto gênero musical. A frase é de Virgínia Woolf, do livro “*The Waves*” e diz o seguinte: “*One cannot live outside the machine for more, perhaps than half an hour*”. Algo como “não é possível viver fora máquina por mais que, talvez, meia hora”, em português.

Mais tarde Lou seria preso por esquema de pirâmide dentro da música pop, com subsequentes bandas que ele criou, todas de fachada. A história de Lou é entrelaçada com a da Jive Records por que, após os Backstreet Boys (BSB) estourarem na Europa e nos Estados Unidos, se tornando um fenômeno mundial, Lou criou o \*NSYNC, também com a Jive, além de algumas outras *boy bands* que não saíram do projeto.

Após o sucesso comercial do \*NSYNC, ele optou por formar uma banda de mulheres. Justin Timberlake e JC Chazes, os dois principais nomes do NSYNC, eram amigos de Britney e de Christina Aguilera, por terem trabalhado juntos no Clube do Mickey, programa infantil televisivo da Disney estreado nos anos 50, quando crianças. Ambos trabalharam no “*All New Mickey Mouse Club*”, junto com Ryan Gosling, entre outros, de 1989 a 1994. Christina era disputada por gravadoras por conta de sua potência vocal, e Britney, na disputa por gravadoras, já adolescente, acabava sendo ofuscada por não ter tantos dotes vocais quanto sua colega.

---

<sup>95</sup> Trecho da letra de “Circus”, faixa do álbum homônimo lançado em 2008 por Britney, que diz “Como um circo”.

No entanto, a Jive viu seu potencial de “*girl next door*”, meio vedete, meio lolita, com formas pin-up aos 15 anos, e resolveu investir, fazendo com que Britney entrasse para o novo projeto de Lou, a *girlband Innosense*. Larry Rudolph, advogado que agenciava Britney desde o Clube do Mickey, achou que uma carreira solo daria mais certo para ela, e rapidamente a retirou da banda antes de lançarem qualquer material oficial. Sem alguém para apoiar uma carreira solo de Spears, Larry resolveu então produzi-la sozinho, a ofertando para diversas gravadoras. "Sua aparência não era ótima, sua voz não era ótima ... então passamos", disse Michael Caplan, vice-presidente da Epic Records, à Seabrook (2016). “Ela entrou, cantou “*I Will Always Love You*” e eu só conseguia desejar que aquilo acabasse logo”, afirma Caplan. Faltavam então duas audições para Britney: uma na Jive e a última na Mercury. “Ela estava no tom errado”, conta Steve Lunt também à Seabrook (2016), executivo da Jive responsável por novos contratos, ao falar sobre a demo de “*I Have Nothing*”, também da Whitney Houston, que ela havia enviado em fita cassete, junto com algumas fotos. A demo só chegou ao público em 2018<sup>96</sup>.

"Britney estava tentando cantar como Toni Braxton, que tinha um tom muito baixo para ela. Parecia horrível em alguns momentos", continuou Lunt em entrevista à Seabrook (2016). "Mas quando a voz dela subiu, você podia ouvir a qualidade feminina, e havia algo realmente atraente nisso" (idem). Britney, em diversas ocasiões após a fama, rememorou o momento das audições como sendo algo “estranho”, além de nervosa, a presença exclusiva de executivos homens a analisando enquanto ela cantava sozinha. A Mercury acabou passando a Britney, mas alguns executivos da Jive decidiram investir e enviaram para a Suécia, especificamente para a Cheiron, onde ela seria escalada para trabalhar em algumas demo do Max Martin.

A história é relatada por John Seabrook (2016) no livro “*Song Machine*”, na qual ele destrincha o que ele chama de “maquinário da música pop”, através da Jive Records e outras investidas futuras a partir de outras gravadoras maiores.

A Motow é, para Seabrook (2016), a maior fábrica de hits que já existiu. Ela combinava compositores como fez ao criar os Magnificent 7, um time de escritores montados por Kirshner, produtor chamado pela revista Times de “homem do ouvido de ouro”, com orientações rígidas aos seus artistas. O Magnificent 7 foi um coletivo famoso na década de 1960 por dominar os *charts*, sendo mais de duzentos hits produzidos num intervalo de cinco anos. Entre eles, faixas como “*On Broadway*,” “*Will You Love Me*

---

<sup>96</sup> <http://britneyonline.com.br/vazam-trechos-de-demo-inedita-gravada-em-1998-e-do-cover-de-britney-para-i-have-nothing-de-whitney-houston/>

*Tomorrow*," "Up on the Roof," "Breaking Up Is Hard to Do," "I Love How You Love Me," "Who Put the Bomp," e "The Loco-motion", esta última regravada por Kylie Minogue, que desenharam uma geração do rock na década de 60.

Dentro da gravadora, a fórmula de escrita do Magnificent 7 era combinada com as habilidades de controle do produtor e compositor Phillip Harvey Spector. Este, também famoso por desenvolver uma fórmula conhecida como "Wagnerian", estilo adotado por Pink Floyd, por exemplo, sendo uma mistura sonora de rock do século XX com a ópera de Richard Wagner do século XIX.

Se a Motown representou um dos primeiros e mais simbólicos maquinários da música em geral, dentro da música pop, a maior empreitada ocidental se chama Cheiron Records: o estúdio sueco beirou a falência no começo dos anos 1990, por uma resistência do mercado mundial em aceitar a música pop nos rádios, mas que se reinventou fornecendo novos modelos à indústria. Tais modelos são usados ainda hoje, não só na música em si, mas também na TV, como nos *reality shows* musicais. Um dos mais importante deles, o "Making The Band" da MTV, veio indiretamente das fórmulas produtivas da sueca Cheiron, estúdio também responsável pela adequação do pop norte-americano em outras regiões do mundo. De forma mais impactante na Coreia, onde uma escola para formação de ídolos musicais adolescentes foi criada para alavancar o K-pop.

Exatamente por seu formato milimétrico de sons repetitivos derivados da *Disco Music* que deram origem ao formato do pop que ainda consumimos, foi que a Cheiron enfrentou dificuldades, afinal a *disco music* já era tida como música frívola à época, por conta das repetições vocais e elementos remixados, além de ser algo produzido em série e, por isso, considerado por alguns, como Benjamin (2007, 2002), esvaído de aura.

Originalmente chamada de SweMix e tendo como finalidade a remixagem de faixas por técnicos de som e DJs, que muitas vezes mixavam as fitas recortando-as e colando manualmente umas nas outras, a empresa era localizada em Estocolmo, na Suécia e só passou a se chamar Cheiron quando foi vendida em 1992 para a BMG, que a transformou num estúdio para um de seus pupilos, Denniz PoP, trabalhar.

Denniz era um produtor que não sabia cantar, compor ou tocar qualquer instrumento. Diferente de Spector na Motown, ele só tinha um bom tino comercial. À época, a profissão de "compositor" ainda não existia na Suécia e a ideia de Denniz era conectar o rádio com as boates de Disco, produzindo uma derivação sonora que fosse ainda mais pegajosa que o pop radiofônico, mas que também servisse para as pitas. A



fórmula que só surgiria mais tarde, ficou conhecida como “*hook + chorus*” em músicas melódicas.

Denniz pensou primeiro em uma reestruturação da melodia das músicas para que elas pudessem acompanhar as batidas, que era uma marca próxima do refrão, com vocal clássico da música *disco*, como podemos ouvir em “I Feel Love” de Donna Summer. Depois veio a ideia de uma sinergia da melodia com a voz, ou seja, um instrumental que seguisse a forma como as palavras eram entoadas.

Se as boates se aproveitam muito mais das batidas do que dos vocais em si, Denniz percebia que o ponto alto da pista de dança era sempre quando os vocais entravam nos remixes – ou seja, quando os refrãos apareciam. Surge então a importância comercial do refrão e da criação de um clímax que unisse letra, batida e melodia numa crescente, que desembocasse sempre no gozo. O clímax do refrão era reiterado diversas vezes, já que era o trecho mais repetido da música.

Curiosamente, o termo “Cheiron”, nome dado a empresa, vem da mitologia grega e representa um centauro que ensina Dionísio a cantar e dançar. E tudo o que Denniz sabia fazer, na verdade, era usar um software chamado Logic Pro, no qual ele produziu o refrão que mudaria sua vida, o mercado mundial pop, através da música “*All That She Wants*”, da banda sueca Ace of Base. A faixa de 1992 primeiro fez sucesso na Europa e só depois nos Estados Unidos, por conta ainda da resistência ao pop. Os EUA já haviam passado por Milli e Vanilli, o duo alemão que dublava vocais de outras três pessoas, e por New Kids On The Block, mais conhecidos pela estética visual do que pela voz em si, e, portanto, vivia uma fase de repulsa a produtos pré-moldados.

“*All That She Wants*” demorou a acontecer em solo norte-americano, mas trouxe junto com ela a noção de um *hook* mais pesado com a melodia num sax. Porém, a faixa ainda não se aproximava tanto da segunda camada de instrumental que acompanhava o vocal. Ouviríamos a mesma estrutura, de forma mais aprimorada em 1999, na faixa “...Baby One More Time”, que abre com o *hook*, assim a música de Ace of Base, desta vez em piano, e segue com a melodia acompanhando a voz de Britney. A segunda grande criação de Denniz não foi uma música, mas seu protegido, Max Martin, cujo nome real é Karl Martin Sandberg.

Você pode nunca ter ouvido falar em seu nome de nascença, mas com certeza já ouviu uma de suas músicas, pois Max foi o responsável pelos maiores sucessos dos Backstreet Boys, NSync, Britney Spears, Kelly Clarkson, Ariana Grande, Taylor Swift, Kesha, Katy Perry, Robin, Avril, Nicki Minaj, Justin Bieber, Maroon 5, Shakira, Jennifer

Lopez, Usher, Adam Lambert, Demi Lovato, Selena Gomez, Ellie Goldin, Adele, Justin Timberlake, The Weekend e Lana Del Rey, para citar alguns em ordem cronológica. Além disso, Max também foi um dos responsáveis por trilhar o caminho de outro produtor que estouraria mais tarde, em 2010, o trazendo de volta ao mercado com uma roupagem mais urbana. O produtor, ex músico da banda do programa *Saturday Night Live*, se chama Dr. Luke.

Para Seabrook (2016), “música feita em máquina tem sido parte do mundo pop desde meados dos anos 70, com *kraftwerk’s autobahn* (1974), uma faixa de 20 minutos criada com tambores eletrônicos, um *minimoog*, um órgão farfisa e uma odisséia através de um sintetizador que emula uma arpa<sup>97</sup> (SEABROOK, 2016, p. 30). A lógica da não-organicidade no processo de produção da música pop ajudou a manter dois debates em torno do gênero: o primeiro deles girava em torno da faixa etária do público que ouviria essas músicas, que seria juvenil demais para as boates, por conta do formato sonoro e das letras frívolas; A segunda questão é que o pop ainda precisava quebrar a barreira do estigma de ser um gênero não tão autêntico quanto outros, já que era matematicamente pré-calculado.

Conseguiria então o pop dialogar e manter o público adulto que frequentava também as boates, junto com os mais novos e retomar a crença do mercado nos Estados Unidos, já tão calejado de intérpretes?

A resposta viria através dos Backstreet Boys, em 1996, mas o primeiro sinal veio da banda sueca Abba, vinte anos antes com o single “More, more, more” de (1976), a qual trabalhava a estrutura crescente até o refrão, usava os vocais para complementar e expandir as batidas e delimitar uma ambiência sensual, que por si só seria trabalhada de forma única e viraria história na música “I Feel Love” (1977) de Donna Summer, feita em parceria com o DJ e produtor Giorgio Moroder. Os trabalhos seguintes e que foram seminais são as faixas do álbum que se tornou uma ode ao modelo de produção do pop, “The Man Machine”, lançado em 1978 pela banda Kraftwerk. No projeto, cada música dos alemães tenta traduzir sonoramente o processo de produção da música eletrônica, como em “The Robots”, faixa que abre o álbum, seguida por “Spacelab”, a qual traz uma visão sonora de todo o laboratório futurístico operado por robôs; “Metropolis”, a visão da cidade governada por máquinas; “The Model”, que traduz tanto a música baseada num

---

<sup>97</sup> T.N.: *Machine-made music has being a part of the pop world since the mid 70’s, with kraftwerk’s autobahn* (1974), *a twenty-minute track created with eletronic drums, a minimoog, a farfisa organ, and na arp odyssey synthesizer*

modelo quanto a forma de governo da cidade-maquinário; “Neon Lights” e o sucesso; por fim, “The Man Machine”.

As faixas são todas instrumentais, usando apenas frases distorcidas que se confundem com os instrumentos, com exceção de “the model”, que ironicamente, por falar de controle, tem vocal claro e uma letra estruturada em versos, breaks e refrão. A faixa conta a história de uma modelo de moda ao som de uma melodia melancólica: “*She plays hard to get, she smiles from time to time / It only takes a camera to change her mind / She's playing her game and you can hear them say / She is looking good, for beauty we will pay*”.

O mesmo som vai ser reproduzido depois na faixa “Don’t Go” (1992) da banda britânica Yazoo, passando então para Datft Punk e em todo o synthpop ou tecnopop que vai misturar o *new wave* com música pop eletrônica, gênero do qual Denniz PoP era fã declarado. Apesar de ser DJ residente na boate Ritz, a primeira casa a tocar *disco music* em Estocolmo, ele não curtiu tanto a época do disco exatamente por conta da não importância dada a estrutura e também por ser mais novo, revelam seus amigos em “The Song Machine”, numa entrevista à Seabrook (2016). Denniz preferia então fazer seus próprios remixes, ainda na época da SweMix, que foi fundada com este princípio.

O galpão era um estúdio de remixagem montado por um coletivo de dez DJs locais que, após estabelecidos no mercado das boates, passaram a ter como emprego remixar faixas dos Estados Unidos para o mercado europeu. No começo eles contavam apenas com o instrumental e a *acapella* da música que vinham no single compacto, por isso acabavam por fazer apenas versões estendidas, alternativas, repetindo mais o refrão ou inserindo breaks de dança para as pistas. Foi aí que surgiram os primeiros *mash-ups* famosos, como quando Denniz uniu a faixa “Beat it” de Michael Jackson com “Don’t you Want Me” do Human League para criar um diálogo entre as narrativas da música, mudando o tempo da primeira, mas mantendo o tom, como nos conta SEABROOK (2016, p.23-24).

Nos anos 80, a indústria da música moderna começava a se montar após a explosão do *dance*, passando a investir num formato físico de venda recém apresentado pela Polygram, o CD, que foi pela primeira vez comercializado em 1983. Mas “durante esse período, ‘pop’ era quase um palavrão”, conta Denniz em entrevista a uma rádio sueca, transcrita em Seabrook (2016). O mercado dos Estados Unidos até então estava dominado pelo hip-hop, que pregava uma autenticidade oposta ao pop naquele momento, o que só

contribuía para uma ojeriza em relação ao gênero e a seus formatos de produção, pós febre New Kids On The Block, na segunda metade da década de 80.

Seabrook (2016) conta ainda que, para além desta situação de mercado, a Suécia não era tão favorecida geograficamente para a produção de música pop. Todas as músicas radiofônicas vinham dos Estados Unidos e da Inglaterra, que faziam quase que um intercâmbio de descobertas desde 1960, quando os ingleses descobriram o Blues. No momento, estava sendo assim com o *House* inglês e o hip-hop estadunidense. Ou seja, o mercado estava fechado para Denniz, e só foi se abrir na década seguinte com “All That She Wants”, faixa que só foi bem recebida nos Estados Unidos após o estouro do R&B com Whitney Houston, Mariah Carey e Boyz II Man nas rádios.

“No início dos anos 90, ele [Denniz] já estava produzindo faixas exclusivamente no computador, usando uma versão inicial do Logic Pro, um software de produção de música nativo do MAC” (SEABROOK, 2016, p.30), mas a mudança significativa nas formas de produção seria então, para além do computador, compor uma letra que seguisse de forma matemática a melodia que acompanhava as batidas, “uma pegada que o grande protegido de Denniz, Max Martin, mais tarde chamaria de ‘*melodic math*’” (Idem, p. 40). A vida de Denniz mudaria então com a venda da SweMix para a BMG e com a ajuda de mais duas pessoas, tanto de Max Martin, seu protegido, quanto de Lou Peralmann, empresário criador dos Backstreet Boys. Para isso, eles precisariam fazer com os artistas, a mesma coisa que a Motown tentava: coordena-los no mercado.

“Se a Cheiron quisesse se legitimar como uma fábrica de hits, ela precisaria de um artista americano – solo ou um grupo que pudesse emular o profundo pop eletrônico e que tocassem em bares, shoppings e nas arenas esportivas dos EUA.<sup>98</sup>”, diz Seabrook (2016, p. 46) sobre a máquina de hits. “Não era necessário que fosse um artista com bagagem musical, mas aventureiros que fariam qualquer coisa para ter um hit e para permanecer no topo das paradas<sup>99</sup>” (idem), continua o autor ao explicar que eles queriam um som próximo à fusão entre hip-hop e R&B presente na faixa “My Prerogative” de Bobby Brown. A faixa foi número um em 1988 e seria novamente sucesso nos vocais de um dos fenômenos produzidos pela Cheiron, Britney Spears, que lançou um cover da canção me

---

<sup>98</sup> T.N.: If Cheiron was going to be a legitimate hit factory, the studio needed an Americana act – a solo artist or a group who could carry its electronic pop sound deep into the bars, malls, and sport arenas of America

<sup>99</sup> Not accidental stars with baggage, but lifers who would do whatever it takes to get to the top and stay there

2005. “Mas quem precisava da Suécia?”, pergunta Seabrook (idem). A resposta viria de Orlando, na Flórida.

Louis Jay Pearlman, o Lou, ainda nos seus vinte anos, desenvolveu um plano de negócio para uma empresa de táxi aéreo em Manhattan. Nos anos 90, com seu plano já colocado em prática, Pearlman tinha como um de seus maiores clientes o New Kids On The Block e, a cada corrida que fazia para os garotos, ele ficava mais chocado com a quantidade de dinheiro que a banda fazia. Ao conhecer o empresário da banda, Dick Scott, Lou assistiu ao seu primeiro show do New Kids e ficou impressionado com a cena: mães deixando suas filhas no estádio lotado, sem medo: “era um mercado tão bom, que não tinha como sair perdendo. As crianças ficavam enlouquecidas, e passavam a amar a banda. Os pais lidavam bem com isso porque a banda era uma diversão para a família inteira<sup>100</sup>” (PERALMAN apud SEABROOK, 2016, p. 49), conta o empresário em entrevista, comentando ainda que, numa pesquisa, havia descoberto sobre o New Kids ter faturado mais do que Madonna e Michael Jackson juntos no ano de 1990, cerca de 800 milhões de dólares apenas em merchandising, fora 200 milhões em ingressos. Dick era o empresário, mas quem tinha moldado a banda era Larry Johnson, que assinava no meio artístico como Maurice Starr. Pearlman sugou dos dois tudo o que podia sobre marketing em conversas durante as corridas e encontros nos shows.

Numa visão totalmente binária de gênero, Pearlman conta na entrevista o que aprendeu com o New Kids: “Nosso público alvo sempre foi composto por meninas adolescentes, já que os meninos eram mais ligados em esportes, curtiam mais comprar chapéus dos jerseys e etc (...). Por outro lado, as garotas eram extremamente contctadas à banda<sup>101</sup>” (PEARLMAN apud SEABROOK, 2016, p. 50). Mal sabia ele que a música pop, para além de tudo, se tornaria um gênero muito usado para debater questões LGBTQ+, raça e política em suas apropriações mais subversivas pelos fãs e artistas.

Em 1992, Pearlman lançou um anúncio no classificado de um jornal local de Orlando – estado onde ele percebeu maior quantidade de jovens homens buscando carreira através da Disney. O classificado dizia: “procura-se cantores homens que se dancem bem, entre 16-19 anos para formação de banda estilo New Kids” (SEABROOK,

---

<sup>100</sup> T.N.: *it was such a nice Market – a win-win. The kids were going crazy, loving it, and parentes were liking it because it was clean, wholesome Family fun*

<sup>101</sup> T.N.: *Our target Market was Always going to be Young teenage girls, because boys are into sports, and they like buying jerseys and caps and so on (...) whereas the girls are totally enthralled with the band*

2016, p. 51). Os primeiros achados foram A.J. McLean e Howie D, que formariam os Backstreet Boys.

Numa segunda rodada de anúncios, Nick Carter, o garoto mais novo a entrar no grupo foi encontrado, mas ainda faltavam duas pessoas para o quinteto quando um dos empregados da empresa aérea de Lou indicou Kevin Richardson, que trabalhava como príncipe nos parques da Disney. Kevin, por sua vez, indicou seu primo Brian Littrell: “Veja, tínhamos então cinco tipos diferentes de personalidades, o que nos levava a cinco tipos diferentes de fãs, tudo convergindo no mesmo grupo. É isso que faz um grande fenômeno”, explica Pearlmann à Seabrook (2016, p. 52). O modelo a seguir era muito claro para Lou, que compôs os Backstreet Boys (BSB) decompondo o New Kids:

Você precisa de um âncora mais jovem, como Joey McIntyre foi para New Kids e Nick foi para [nós - BSBS]. Então você precisava de uma vantagem sobre isso. (...) E eu pensei que seria legal adicionar um pouco de tempero latino, porque o Menudo estava lá também, então o Howie D adicionou isso ao grupo, e o Kevin era o irmão mais velho. O Brian tinha as doces melodias<sup>102</sup> (PEARLMAN apud SEABROOK, 2016, p. 52)

Seabrook (2016) nos relembra que bandas masculinas ficaram famosas ainda na década de 1920 e 1930. À época, com bandas de colégio que cantavam *acapella* e com a música gospel que vinha de corais de igreja. Na década seguinte grupos negros estouraram sob o termo inventado pela Billboard, “rhythm-and-blues” (R&B) para substituir o problemático termo “*race music*”.

As décadas de 50 e 60 foram embaladas por bandas mais comerciais como The Temptations, Jackson 5 e o surgimento dos grupos femininos da Mowtown, as Marvelettes e The Supremes, dois grupos harmônicos. “Bobby Brown e sua banda reinventaram o gênero para a geração MTV [nos anos 80], dando início ao formato moderno de *boy band* adicionando uma coreografia ágil, um senso de moda mais hippie e melodias mais voltadas ao pop” (SEABROOK, 2016, p. 54).

No começo da década de 90, com a ajuda de Jhonny Wrighty, *tour manager* do New Kids, que futuramente trabalharia para a Jive, os BSB estavam formados e sendo ofertados à gravadoras. Dinheiro não era o problema para Lou, o que facilitava a oferta,

---

<sup>102</sup> T.N.: You need a younger anchor, as Joey McIntyre was to New Kids and Nick was to [us]. Then you needed an edge on it. Donny Wahlberg was a little edgy, so we got AJ to be edgy. And I thought it would be nice to add a little Latino spice, because Menudo was out there too, so Howie D added that, then Kevin was the big brother, and Brian had the sweet melodies

já que ele já havia investido e continuaria a patrocinar a banda. A grande diferença entre New Kids e BSB, na visão de Pearlman, era que a sua banda havia sido treinada para mostrar que sabia cantar, ao contrário do New Kids, que acabou saturando o pop dublado nos Estados Unidos.

Os BSB preparavam atos *acapella*, algo recorrente na carreira deles, para convencer o público durante suas apresentações. Somava-se isso alguns passos de dança e uma turnê por colégios para medir a reação das garotas. Pearlman pagava pelas demos, pela locomoção, alimentação e toda a estrutura do grupo. Mas nada que soasse como um *hit* havia surgido ainda para a banda, o que fez com que a Mercury, primeira gravadora que assinou com os BSB, passasse a repensar seu contrato e a eventualmente desistir dos meninos.

David McPhearson, A&R da Mercury que havia descoberto os meninos e os ofertado para Mercury, não desistiu. Neste momento ele estava sendo abordado por uma gravadora até então desconhecida do pop, a Jive Records, comandada por um empresário musical sul africano, Clive Calder. Mesmo a Jive sendo famosa por rappers, Clive afirmou que se ele tivesse nas mãos um grupo com as características dos BSB, seria um sucesso, se não nos Estados Unidos, pelo menos na Europa, conta Seabrook:

Jive era o braço de uma editora de música chamada Zomba, fundada por Calder em Londres, no início dos anos 70. Calder - que é o homem mais rico que a indústria da música já produziu - começou como baixista em várias bandas cover da Motown em no sul da África, na década de 1960.<sup>103</sup> (SEABROOK, 2016, p. 58)

Em 1996 a BMG se tornou a distribuidora da Jive ao comprar 20% da gravadora, que já havia se fixado em Nova York em 1981 e lançado alguns artistas, como o britânico Billy Ocean no R&B e Samantha Fox, única tentativa de dance-pop da Jive até então, cantora esta que ficou famosa por seus escândalos.

Em 1995, os Backstreet Boys já haviam assinado com a Jive, mas esbarraram novamente na falta de hits, o que nos leva de volta até a Cheiron: o A&R da gravadora atualmente era Martin Dodd, quem havia conduzido Ace os Base no começo da carreira, e que conhecia Denniz PoP. O produtor estava em Los Angeles na época com um dos seus compositores, Max Martin, que antes disso era vocalista numa banda de *hard rock*.

---

<sup>103</sup> Jive was the label side of a music publishing company called Zomba, founded by Calder in London, in the early '70's. Calder – who is and for the foreseeable future will be the single richest man the music business ever produced – started out as a bass player in several Motown cover bands in South Africa, in the 1960s



Denniz havia formado dentro do coletivo de DJs um outro grupo menor, desta vez de escritores e produtores que soubessem operar novos softwares, incluindo Andreas Carlsson (Britney, Backstreet Boys, 5ive Nsync, Bon Jovi, Lindsay Lohan, Sandy & Junior, Katy Perry, Ricky Martin), Herbie Crichton (Backstreet Boys, Rita Ora e Zayn), David Kreuger (Britney, Westlife, Il Divo), Per Magnusson (Britney, Westlif, Il Divo, Leona Lewis), Jörgen Elofsson (Boyzone, Britney, Westlife, Robyn, Celine Dion, Il Divo, Il Vovo), John Amatiello (Backstreet Boys e Celine Dion), e ainda Max Martin.

Além das duas bandas que moldaram caminhos no pop inspirados pelo New Kids On The Block, Pearlman investiu em alguns projetos na música que incluía a sua única banda de garotas, a Innosense, com a primeira quase contratação exclusivamente musical de Britney, junto com mais quatro meninas. Britney vinha de uma linhagem promissora de um programa infantil da Disney, o Clube do Mickey. Ela apresentava o programa, além de atos musicais, ao lado de Justin Timberlake e JC – ambos estariam no Nsync mais tarde –, Christina Aguilera e Ryan Gosling.

Spears acabou mudando de ideia minutos antes de assinar com Lou, optando por seguir carreira solo. Mas entre os BSB e Britney, houve o Nsync, a maior concorrência dos Backstreet boy, criada pelo próprio Lou, em sigilo, na tentativa de criar um conglomerado de franquias do pop: “Minha sensação era de que, onde há o McDonald's, há o Burger King e onde há a Coca-Cola, alguém vai criar a Pepsi, e onde há os Backstreet Boys, haverá outra pessoa. Alguém vai ter isso; porque não nós?<sup>104</sup>”, disse Lou a John Seabrook (2016, p. 167)

O empresário então escalava diversos tipos de garotos e tentava alternar algumas variantes físicas e vocais para ver o que mais agradava a um público feminino que, mesmo jovem e sem dinheiro, tinha fácil acesso à verba de parentes, segundo Lou. Para completar o cenário e a reforma da máquina do pop que gira neste sentido há quase três décadas, Lou foi uma das pessoas que mais investiu Max Martin. Max é hoje, considerado pelo jornal *The New Yorker* o compositor de música mais bem sucedido de todos os tempos, responsável ainda por faixas de sucesso dos últimos álbuns de Adele, Taylor Swift e Katy Perry. Com a morte de Lou, Max Martin é um dos nervos principais da Cheiron e do pop em geral.

---

<sup>104</sup> T.N.: *My feeling was, where there's McDonald's, there's Burger King, and where there's Coke there's Pepsi, and where there's Backstreet Boys there's going to be someone else. Someone's going to have it; why not us?*

A Disney tem participação nefrágica na cultura pop e, principalmente na música. De lá surgiram os principais nomes das duas últimas gerações do gênero: Britney Spears, Christina Aguilera, Justin Timberlake, JC Chazes, Miley Cyrus, Selena Gomez, Demi Lovato, Ariana Grande e os Jonas Brothers. O pop almeja e se transforma numa ideia, numa utopia, numa sensação que só é capaz de ser reproduzida, de fato, por uma máquina com características de controle Estatal, por um lugar que constrói a cidade de Celebration e que mantém um cinema desativado há quase dez anos.

Oposto geograficamente e socialmente à ideia de máquina, está a lógica do deserto: espaço para movência, um espaço para movimento livre, moradia do “outro” que deve sempre estar na margem. Deleuze e Guattari (1997) chamam de “nômades” os indivíduos que habitam as terras desértica: é um espaço para formação de grupos de guerra afetivos. Na música pop, os fãs, sejam estes contra ou parcialmente a favor da máquina, ou ainda, os dois. A ideia de máquina de guerra aqui é a de um dispositivo que trava uma luta afetiva contra a máquina/Estado/Capital, mas também um que luta pela ficção produzida pelo maquinário: o ídolo. No entanto, para haver uma máquina de guerra, é preciso haver a máquina per si.

A máquina comandada por Lou foi ainda a responsável por formatar reality shows musicais, dando início a este gênero com o programa “Making The Band” em 2000, o qual foi exportado para a Ásia e se tornou o responsável pela formatação atual do K-pop, o pop coreano:

O arquiteto do sistema K-pop, Lee Sooman, chamou o processo de manufatura de grupos pop de “tecnologia cultural”, dizendo que é “mais requintado” do que a tecnologia da informação, porque quando um produto pop é bem feito, ele vai direto para o coração [do fã]. Este foi o artesanato que Pearlman praticou. (...) Pearlman mudou a cultura pop. Em alguns aspectos, vivemos no mundo que Lou Pearlman criou - pop stars, boy bands, concursos de canto de reality shows. Nós simplesmente não gostamos de admitir isso.<sup>105</sup>  
(SEABROOK, 2016, p. 93)

A máquina do pop funciona para lucrar com o afeto e, assim, pagar a seus devedores, mas a coisa desandou, disse o próprio Lou. Ele acreditava que precisava de

---

<sup>105</sup> T.N.: The architect of the K-pop system, Lee Soo-man, has called the process of manufacturing pop groups “cultural technology,” saying that it is “more exquisite” than information technology, because when it is done right it goes straight into the heart. This was the tradecraft Pearlman practiced. (...) Pearlman did change pop culture. In some respects, we live in the world Lou Pearlman created—manufactured pop stars, boy bands, reality-TV singing contests. We just don’t like to admit it.

uma terceira banda para pagar suas dívidas. Sua última aposta foi a tentativa de um contrato para que Britney, aos quinze anos, completasse a formação do Innosense, mas ela acabou escapando para seguir carreira solo, sendo contratada direto pela gravadora, Jive Records, intermediada pelo seu agente de longa data, Larry Rudolph – hoje empresário de Miley Cyrus e da banda de garotas Fifth Harmony, além de Britney.

Nos dias atuais, tanto Spears quanto os Backstreet boys se apresentam como atos nostálgicos em Las Vegas. Os BSB, inclusive, fizeram uma turnê mundial conjunta com o New Kids On The Block em 2016<sup>106</sup>. O ‘Nsync se desmembrou, mas Justin Timberlake, ex-integrante, segue estável em vendas e a banda ganhou uma estrela na calçada da fama em 2018. A grande diferença entre Britney e os Backstreet boys é que Britney continua a emplacar hits de sucesso e inaugurou a ida de uma nova geração de artistas para a cidade, dando novo respiro ao mercado local e salvando o Planet Hollywood de falência com seus shows esgotados. Enquanto os BSB vivem exclusivamente de sucessos do passado, sem emplacar novas músicas nas paradas, mesmo dando continuidade à sua discografia. Enquanto isso, o corpo monumento de Britney duela com sua própria ficção em seus novos lançamentos: mudanças físicas, vocais, de estilo e nas habilidades de dança são questões para seus fãs.

Quando Britney surge em 1998 com “...*Baby One More Time*”, sua primeira música de trabalho como marca solo, produzida por Max, a Figura é de uma adolescente esportista entediada com as aulas da escola. No clipe, ela espera impacientemente o fim da aula. Britney quer ir para quadra paquerar. Enquanto o intervalo não acontece na aula, Britney canta sobre a solidão que sente após o término do seu namoro. Hora do intervalo chega e ela sai para dançar na quadra, enquanto flerta com seu ex. “*Hit me baby one more time!*”, implora.

A música não foi escrita por ela e nem para ela, no entanto – foi uma recusa do grupo de R&B dos anos 90, TLC, que recusou exatamente por conta da letra. Mas se o pop é uma performatização, não importa quem compôs a faixa, e sim se Britney conseguiu interpreta-la. A aparição de Britney vestida de colegial, solitária e sofrida, ainda casta, atua como primeiro enredo e é facilmente aderida por jovens adolescentes que vivem o mesmo drama na sala de aula.

---

<sup>106</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=cnPw1\\_la7II](https://www.youtube.com/watch?v=cnPw1_la7II)

Figura 97 – Prints do clipe “...Baby One More Time” (1998)



Fonte: Arquivo pessoal do autor / Jive Records

Daí em diante esta passa a ser um padrão estético imposto pela própria Britney e que, mesmo quatorze anos depois, é cobrado no seu corpo monumento, durante a estreia de seu show em Las Vegas em 2013. Algumas intervenções estéticas depois, a Figura é ainda mais recobrada por alguns fãs, com uma enxurrada de postagens buscando comparações entre o rosto do passado de Britney e da era “Glory”, último lançamento da cantora. A questão vem dividindo os fãs entre os que acreditam que “o rosto é dela e ela faz o que ela quiser”, e os que lutam num ativismo, pedindo para ela parar com as plásticas. Corpo monumento, patrimônio histórico. Há até uma petição online pedindo que monumentos confederados no estado Louisiana, EUA, onde Britney cresceu, sejam substituídos por imagens da Britney. Criado no Change.org<sup>107</sup> em agosto de 2017, já contando com aproximadamente 7.000 assinaturas em um mês, o documento tem como objetivo atingir 7.500 assinantes para ser entregue ao Governador do Estado, John Bel Edwards, num texto que diz: “Faça a coisa certa: Substitua as estátuas confederadas por um verdadeiro herói de Louisiana e influente, como Britney Spears<sup>108</sup>”, ao passo que lista contribuições da cantora para o Estado.

Voltando para a biografia de Britney, nove anos após seu surgimento no mercado e dois filhos depois, Britney já não era mais a mesma do clipe que descrevi acima. Entre diversas mudanças na sua carreira, em 2007, ela se apresentou no *Video Music Awards*, o maior prêmio da MTV e no qual havia feito suas apresentações mais famosas no passado, adicionando novos discursos a sua narrativa: *strip tease* ao vivo no palco em 2000, quando se dizia virgem, sua dança com uma cobra albina em 2001,

<sup>107</sup> <https://www.change.org/p/john-bel-edwards-replace-confederate-statues-in-new-orleans-with-statues-of-louisiana-hero-britney-spears-a6d887db-e1d4-462b-b0f0-0c553066308a>

<sup>108</sup> T.N.: *Do the right thing: Replace the Confederate statues with an actual louisiana hero and influencial human being, Britney Spears*

deixando a Figura virginal no passado, e o beijo lésbico em Madonna em 2004. Ao retornar em 2007, Britney chocou não pelos motivos que já mencionei no texto, mas pela sua quebra de sua narrativa de “sonho americano”.

Daí em diante ela nunca mais foi a mesma. Até conseguiu recuperar a forma física dos tempos áureos, mas em constante tratamento psiquiátrico, sua agilidade nas coreografias foi reduzida drasticamente, seus vocais ao vivo tornaram-se ainda mais raros e, sem a tutela da sua própria vida – Britney foi considerada inapta a responder por si própria, passando a ser tutelada pelo seu pai –, virou um zumbi no palco na maior parte de suas aparições, diz a mídia: “Britney parece estar morta por dentro. Como se não houvesse nada por trás dos seus olhos”, comenta Dave Grohl, vocalista da banda Foo Fighters. Mas o show precisa continuar e ela virou um corpo sem corpo: “um corpo que seria belo, límpido, transparente, luminoso, veloz, colossal na sua potência, infinito na sua duração, solto, invisível, protegido, sempre transFigurado” (FOUCAULT, 2013, p. 08).

De tanta utopia, de tanta camada de Figura que ela própria criou para si seja através de cliques, shows gravados, voz extremamente editada, edição de voz etc., a aura de Britney foi se mitificando, mas ao mesmo tempo que se vira mito e eleva-se, se destacando dos outros seres (seus fãs), se aproxima através de uma fragilidade humana mais visível na então potência do corpo celebrado, monumento. Ele se torna invisível, ele se transFigura em sua própria virtualidade para se tornar eterno:

Eis então que em virtude de todas essas utopias meu corpo desapareceu! Desapareceu como a chama de uma vela que se assopra. A alma, os túmulos, os gênios e as fadas o massacraram, fizeram-no desaparecer num átimo, sopraram seu peso e sua fealdade, e o restituíram a mim deslumbrante e perpétuo. (FOUCAULT, 2013, p. 09)

O corpo, entendendo-o também como a voz e todas as suas projeções, desaparece para ser o que querem que seja. O que a máquina quer que seja. Há uma demanda de alguns fãs, dos empresários, da indústria que faz com que o corpo se torne um “fantasma que só aparece na miragem do espelho e, ainda assim, de maneira fragmentária” (FOUCAULT, 2013, p. 11). As comparações são sempre feitas pelos próprios fãs, e aguçadas pela imprensa, como quando Spears, depois de passar anos dizendo que não repetiria o visual adolescente, já que ela não era mais uma “novinha”, segundo ela, acabou

cedendo e postando um vídeo com roupas parecidas com as do clipe de “BOMT”. A Figura foi destaque na People<sup>109</sup>

Figura 98 – Só mais uma vez  
À esquerda, Britney em 1998, no clipe de “...Baby” / À direita, foto postada por ela em seu instagram em outubro de 2017.



Fonte: Arquivo Pessoal do Autor / Jive Records / People

O corpo se torna penetrável e opaco ao mesmo tempo, situação clara nos primeiros shows da “*Piece Of Me*” e suas performances dubladas. Para Foucault, este corpo é um ator utópico ao mascarar-se, ao se maquiar-se, ao tatuar-se e, por fim, ao se transformar em outro corpo. Aqui, máscara e tatuagem estão para Foucault como a maquiagem corporal, a peruca, o auto-tune e a dublagem estão para Britney na tentativa de projetar-se um outro corpo.

Em espaço heterotópico, tanto o Cristo quanto Britney são monumentos na cidade do pecado domesticado. Neste sentido, é preciso pontuar o corpo humano celebrado, corpo que, se olhado pelo prisma da potência que o fã imprime no ídolo, é maior do que qualquer outro existente. É um corpo mitológico, um corpo sacro. Naturalmente que em época de Instagram, qualquer corpo se virtualiza e se celebra. Mas falo de corpos massivos, que transcendem nichos. Corpos *ubiquis*, que estão em todos os lugares e que

<sup>109</sup> <https://people.com/style/britney-spears-baby-one-more-time-outfit-model/>

são, ao mesmo tempo fragmentados. Falo da Britney-mania, como os fãs chamam sua época de ouro, que durou seus quatro primeiros discos – gostaria de lembrar aqui que Britney só tem trinta e dois anos quando a residência começou.

O corpo do humano celebrado, obviamente também se deteriora com o tempo, se reconfigura com as intervenções plásticas, se transmuta com os efeitos, maquiagem, tatuagens, adereços, adornos, mas enquanto isto, arquiteta uma utopia. Ora, o ídolo precisa fazer coisas extraordinárias para aguçar a expectativa do público, ao passo que relembra suas fraquezas humanas, num jogo de distância e aproximação com o espectador que, de forma geral, vive também através do ídolo. A máquina, neste caso, se expõe e se acoberta.

#### 4.2 “IT’S ME AGAINST THE MUSIC”<sup>110</sup> : Biografia de Fã Através de Britney em Las Vegas

Minha história com Las Vegas começa através de Britney. Quando criança, já tendo ouvido falar e visto em filmes, não era um destino que me atraísse, assim como a Disney também não me atraía. Tudo o que eu queria era conseguir ir num show das Spice Girls, não importa onde fosse, e depois, de Britney. As Spice fizeram um show especial em Istambul, o qual foi transmitido pela Globo, na época.

Figura 99 – Prints da propaganda do especial “Spice Girls” na Globo, 1997



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=v-i0BN6esuw>

Por anos, minha relação com Istambul cresceu através das Spice. Minha ansiedade na aula de geografia, no primário, por exemplo, era voltada para saber mais sobre a Inglaterra, onde as garotas da banda viviam, e sobre Istambul. O show foi exibido num

<sup>110</sup> Techo da letra de “Me Against the Music”, dueto entre Britney e Madonna, lançado em 2003 no álbum “In The Zone”. “Sou apenas eu contra a música”, sussurra Spears na introdução falada da canção.



domingo, depois do programa “Sai de Baixo”, e, só pelo horário, meus pais já tinham vetado que eu ficasse acordado assistindo. Pedi ajuda a meu pai para programar o vídeo cassete player e deixar gravando. Acordei mais cedo no dia seguinte, e vi que tinha dado certo. A gravação automática havia cortado a introdução do show, mas o restante estava lá. Passei a manhã no colégio, e algumas meninas mais velhas tinham conseguido assistir ao show na noite anterior, como eu descobri no recreio. A ansiedade para voltar para casa – a minha em Petrolina –, e ir para Istambul num *play* garantiu que eu não conseguisse prestar mais a atenção em nenhum assunto das matérias daquele dia, no colégio.

Eu, por exemplo, não fazia ideia de que se falava turco em Istambul, muito menos que rivalizava com Londres em tamanho. Também não fiz nenhuma conexão com o Império Romano. As Spice não faziam turnê até então, tanto que os shows seguintes, com registro profissional em vídeo, já não tinham mais a Geri, que deixaria a banda para seguir carreira solo. No entanto, toda a minha relação com a geografia, a partir daquele ano de 1997, foi com base nas cidades listadas na turnê das Spice. Uma amiga mais velha, Paulinha, que morava com a mãe e a irmã no prédio da minha vó materna, também era fã e sempre me atualizava com as informações. Meu primo, também mais velho, e que morava em Salvador, Gabriel, também era fã. Um parente dele morava fora do país e trouxe o primeiro CD das Spice para ele, antes delas fazerem sucesso aqui. Só tive contato com ele e com o disco depois, e fiquei chocado ao descobrir que a capa do dele era diferente da minha capa. No disco dele, havia um panfleto, algo como um mini catálogo com itens oficiais, que não veio na minha versão do disco. Havia camiseta, chaveiro, caneca, pôster, livro oficial etc. E, a partir daquele dia, meu sonho se tornou não apenas ir num show das Spice, como comprar aqueles objetos.

No entanto, vale relembrar que eu tinha apenas nove anos, zero poder aquisitivo, e, me restava ficar apreciando as bonecas das Spice Girls que vendia nos supermercados. Mesmo em Petrolina, elas chegaram. Nunca curti muito as bonecas, nem das Spice, nem da Britney. Acho que talvez por elas funcionarem como pequenos monumentos desFigurados, sem qualquer relação detalhada com as artistas. Exceto pela roupa, inspirada nos figurinos do show. Só cogitei comprar uma boneca delas, quando, já próximas de se separarem, foi lançado um clipe em animação. No vídeo, elas eram bonecos de madeira, pequenas fadas articuladas, que viviam dentro de um cubo mágico. “Viva Forever” seria a última música de divulgação do álbum delas com a Geri, o “Spice World”. E, no clipe, as fadas conseguem fugir do cubo máximo, aumentar de tamanho, e habitar uma floresta. Lá, um dia, elas encontram duas crianças, que aparentam ser

parentes ou amigos. O sexo delas não fica muito claro, nem o grau de parentesco, mas é notório que elas estão juntas.

As fadas brincam com elas por horas, mas no final, elas precisam voltar para o cubo mágico. E assim acontece. Porém, uma das crianças resolve ir para sempre com as fadas. As cinco Spice as transformam num brinquedo, e voltam juntas para esse outro lugar. A outra criança está chocada, sozinha, e entende que precisa seguir. A música finaliza: “*hasta mañana, always be mine / Back where I belong now, was it just a dream? / Feelings unfold, they will never be sold / And your secret's safe with me / Hasta mañana, always be mine*”. Eu tinha dez anos quando esse clipe foi lançado e, ainda choro, choro quando assisto. O vídeo, assim como Las Vegas, traz à tona o arquivamento de memórias, o deslocamento do entrelugar, a mudança de repertório, as performances duplamente reiteradas. Estes quatro elementos parecem proporcionar a heterotopia que Foucault (2011) narra, ao passo que cria um corpo pop, um avatar, para mim, enquanto fã, habitar esse lugar de memórias. Novamente, preciso falar sobre como o pop agencia o tempo e o espaço. A geografia é uma invenção minha através das divas, assim como o espaço. Na verdade, não interessa muito saber quem agencia o quê, apenas que este espaço existe e, nele, assim como na letra de “Viva Forever”, é necessário “viver para sempre, pelo momento”. O entrelugar do pop permite lida, ao mesmo tempo, com o “*hasta mañana*” e com o “*always be mine*”: duas frases de despedida, porém uma delas é um “te vejo amanhã”, a outra dilacera qualquer esperança de rever aquela pessoa em um lugar que não seja na utopia das memórias pop.

Em um salto no tempo, estou em 2001. Britney está divulgando seu primeiro show televisionado ao vivo, direto de Las Vegas, a cidade que tem, pelo menos, 260 imitações do Elvis ao mesmo tempo. Posso, inclusive, pensar em Elvis como uma modelo pin-up, por conta da quantidade de reproduções que convivem, ao mesmo tempo, no mesmo espaço, na *strip*. Eu não fazia ideia desse dado em 2001, mas já conhecia quase todas as cidades dos EUA por onde Britney havia passado com suas turnês até então: Sacramento, Phoenix, San Bernardino e Scracton eram cidades que eu nunca havia ouvido falar sobre, mas por onde Britney passou e, algum fã sortudo, não apenas assistiu o show, como o gravou. Os vídeos circulavam em VHS, através de classificados, e depois foram para o Mercado Livre e os canais virtuais de troca de arquivos. Eles não eram dados gratuitamente, mesmo online. Eles custavam caro, e muitas vezes dependiam de fãs se juntarem, fazerem uma vaquinha e comprarem o show. O X-Britney.com, *fansite* do qual

participei, muitas vezes organizava vaquinha entre os redatores para comprar esses arquivos e disponibilizar de graça, para download.

Ainda hoje, muitos deles no Youtube, só existem com a logo do *fansite*. Naturalmente que a logo funcionava como um carimbo de hierarquia entre os fãs, principalmente por se tratar de um *fansite* brasileiro, que conseguia raridades, e saía na frente dos gringos, mas principalmente por uma rivalidade entre os dois maiores sites nacionais: o Britney.com.br (mais antigo e com foco no fórum) e o X-Britney.com (mais novo e com foco em furo de notícias, fotos e vídeos raros).

Britney havia passado por Las Vegas, pela primeira vez, em 2000, com a sua primeira turnê mundial, a “Oops! Tour”, mas os fãs brasileiros não tiveram acesso ao material amador desse show, então acabou sendo uma data que passou despercebida. Como em 2001 ela faria um especial lá, transmitido pela HBO, todas as atenções se voltaram à cidade. O show aconteceria no MGM e uma parede inteira do prédio do hotel havia sido coberta com uma foto de Britney vestida de Elvis.

Figura 100 – MGM divulga show de Britney em 2001

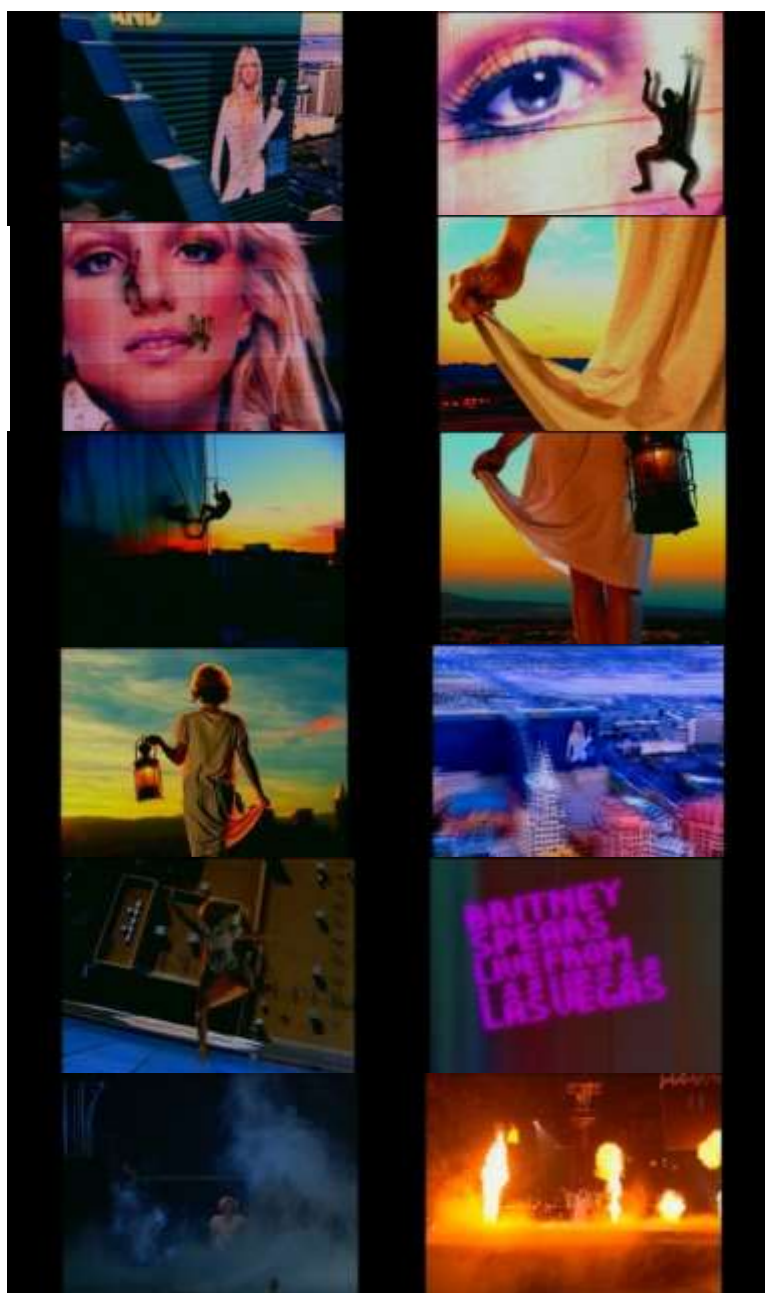


Fonte: Arquivo pessoal do autor

O especial, ao vivo, começa com alguns homens escalando a parede do MGM, com a foto de Spears. No topo do prédio, uma mulher adulta, loira, está em pé, segurando um candelabro, um urso de pelúcia e usando uma camisola. Não é possível ver seu rosto,

por conta do penteado, mas a semelhança com Britney é perceptível. Quando os homens conseguem chegar no topo do prédio, ela se suicida, se jogando da fachada do prédio. Enquanto sua queda é filmada em câmera lenta, letreiros começam a aparecer na Figura, sobrepostos com a moça caindo. Não chegamos a ver ela caída no chão. Os letreiros tomam conta da tela, até que tudo fica escuro. A moça de branco ressurgue no meio do palco, em meio a uma cortina de fumaça. O urso de pelúcia ainda está em sua mão – e você poderia comprar um igual na saída do show –, assim como o candelabro, que tem a vela ainda acesa. Ao andar em meio ao local escuro, uma voz feminina começa a falar com a personagem “Está tudo na sua mente”, repetidas vezes. Uma voz masculina, sobreposta, meio eletrônica, tenta falar o nome “Britney Spears”, como um remix, mas sem sucesso. A voz feminina continua a repetir a frase. O corpo no palco fala um trecho do poema “A Dream Within a Dream”, de Edgar Allan Poe: “Tudo o que vemos ou vimos / nada mais é do que um sonho dentro de outro sonho” ( “All that we see or seem / Is but a dream within a dream”).

Figura 101 – Frames do especial “Britney Live From Las Vegas, da HBO, 2001



Fonte: Arquivo pessoal do autor / Jive Records

A turnê tem o mesmo nome do poema, e seu DVD seria minha primeira compra via telefone, pela Som Livre. Junto com o DVD, ganhei um CD Single promocional da faixa “Boys”, daí dei início a coleção de singles, que hoje ocupa estantes do meu quarto. Através do instagram, catalogo minha coleção em fotos e informações ([instagram.com.br/britneybrazilcollector](https://www.instagram.com/britneybrazilcollector)). Comecei a catalogar os k7, e agora estou catalogando os VHS. No meio dessa estrutura, cataloguei as duas idas para Vegas, e os

frutos materiais delas: toda a discografia da Britney autografada e dedicada. De vez em quando alguém aparece dizendo que os autógrafos são da assistente da Britney, Felicia. Um autógrafo dublado. Nunca saberemos.

Figura 102 – Refluxos de Las Vegas  
Autógrafos enviados do Planet Hollywood para minha casa



Fonte: Arquivo pessoal do autor

A aproximação seguinte oficial de Britney com Vegas se daria em 2002, quando ela performaria “I’m a Slave 4 U” no Billboard Music Awards daquele ano, em um palco flutuante, montado exclusivamente para ela, no lago artificial do Bellagio Resort & Cassino. O lago é famoso por apresentar, todos os dias, às 18h, jatos de água que dançam sincronizadamente a uma música (cada dia é uma diferente). E Spears dançaria com esses jatos.



Porém, talvez tenha sido mais marcante quando ela foi à cidade em 2004, quando se casou com um amigo de infância em uma capela da cidade e, ao final do ano, se apresentou com seu novo show.

“Onyx Hotel” foi o show que sucedeu a “Dream Within a Dream Tour” e, num grande esforço de apagar a Figura de “não mais menina, nem mulher ainda” que havia ficado após o show anterior, lançamento do filme “Crossroads” e da música tema, “I’m not a Girl, not yet a Woman”, composta pela Dido, performada por Britney no filme e fora dele. Seria a única turnê que contaria com a faixa da trilha sonora, mas junto com ela, todas as músicas “fofinhas” de Britney seriam cortadas de todas as suas turnês seguintes, até hoje, como “Sometimes”, “From The Bottom of My Broken Heart”, “Born to Make You Happy”, “Don’t Let Me Be The Last to Know” (composição da Shania Twain) e “Lucky”. As duas últimas ainda voltariam aos palcos: “Don’t” reapareceria na “Femme Fatale Tour”, em 2011, quase dez anos após a “Dream Within a Dream”, mas a performance cortava a música ao meio e a colocaria novamente no esquecimento (não dos fãs!). E “Lucky” ganharia uma versão melancolicamente dublada em Las Vegas, na qual a banda tinha que se virar para mudar o tom da música, sem precisar que Britney regravasse os vocais de 2000. A faixa não durou muito tempo na *setlist*: além de também ter ganhado uma versão reduzida, Britney parou de performar a música em 2015.

No entanto, fora de serviço, Spears foi passar um final de semana de férias em Las Vegas com amigos de infância e, acabou se casando com um deles, como citado na parte 2 deste trabalho. Foi o casamento mais curto da história, à época, e Jason Alexander, o amigo dela, ainda ganhou fama. Por conta dos trâmites facilitados da cidade, a equipe de Britney conseguiu anular o casamento, que durou 55 horas.



Figura 103 – Clipping sobre primeiro casamento de Britney



Fonte: Arquivo Pessoal do Autor / Star Magazine / TMZ

Repaginada, Britney ressurgiu na Onyx em 2004. O show era um hotel, de fato, e seus blocos musicais eram divididos através das partes do hotel: o “lobby” trazia o “check-in” da Britney, que acabava ficando presa: “uma vez que você faz o check-in, você nunca conseguirá fazer o check-out”, numa pegada meio “O Iluminado” com “...Baby One More Time”, se é que isso é possível.

Figura 104 – Foto promocional de divulgação da “Onyx Hotel Tour”, por David LaChapelle (2004)



Fonte – Arquivo pessoal do autor

Um dos primeiros shows daquela turnê foi em Vegas e, não se sabe o que aconteceu, nos pequenos trechos filmados por fãs, Britney parecia estar cantando ao vivo. Um especial filmado pelo “E!”, que contava a rotina de Spears em turnê, exibiria um trecho do show e, de fato, não havia qualquer playback no novo trecho. Os fãs entraram em desespero coletivo no fórum do Britney.com.br e, eis que surge um fã do Ceará, mas que estava fazendo intercâmbio fora, e que havia conseguido o show inteiro, filmado do telão. O valor era alto, acredito que passava de 100 reais por pessoa, mas novamente diversos fãs se mobilizaram (eu incluso). Mas era apenas uma perfeita ilusão. Ele havia divulgado novos trechos do show, de fato inéditos, e filmados do telão, mas não passava

disso. O arquivo não existia e o fórum quase inteiro levou um grande calote, enganados pela miragem de Las Vegas. Até o hoje, este show nunca vazou.

Figura 105 – Frame do clipe “Everytime” com cartaz de divulgação do show da Onyx Hotel em Las Vegas



Fonte: Arquivo pessoal do autor / Jive Records e David LaChapelle

Outra filmagem de Britney na cidade “do pecado”, que também achávamos que ela estava cantando ao vivo, aconteceu entre a DWAD e a Onyx, em 2003, quando a cantora de estúdio foi lançar seu novo single, parceria com Madonna, “Me Against The Music”. À época Madonna ainda não havia gravado os vocais para a música, então Britney se apresentou sozinha, com um microfone de mão e um trecho da performance foi exibida na MTV. Como o trecho era curto e os vocais inéditos, não havia como saber se era ao vivo ou não. No entanto, naquele tempo, Britney costumava apenas usar microfone de mão quando fosse cantar ao vivo. A performance aconteceu na boate “Rain”, dentro do hotel Palms. Em 2007, no mesmo lugar, aconteceria o VMA, e Britney se apresentaria lá com “Gimme More”<sup>111</sup>, pós cabeça raspada. Outro marco em sua carreira, envolta na cidade do “pecado”.

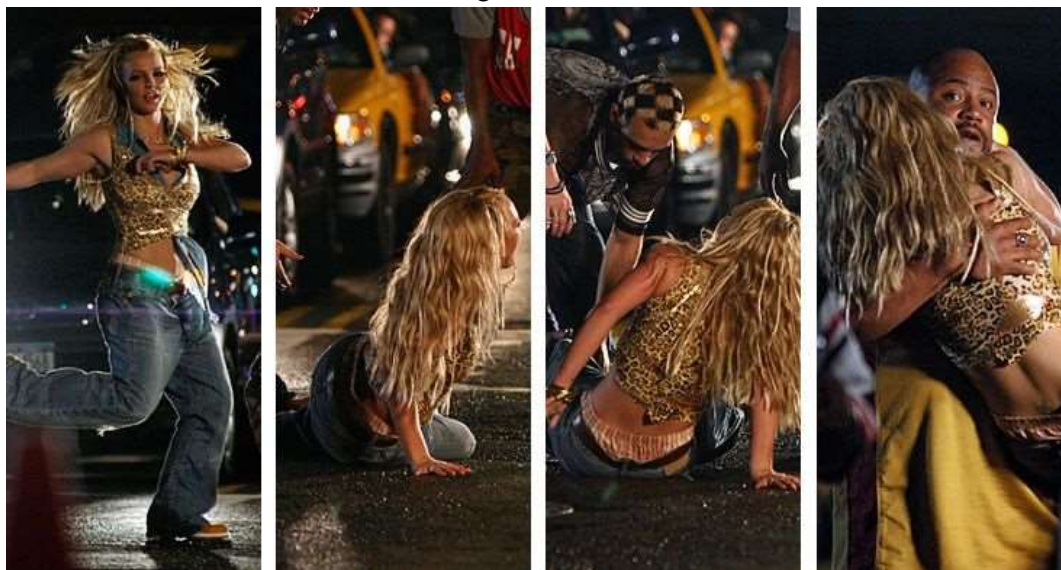
Britney havia feito seu último show em 2004, com a “The Onyx Hotel”, turnê cancelada, já na fase final de execução pela Europa, de onde supostamente seguiria para

<sup>111</sup> Debato pontualmente esta apresentação no texto “Flaw(less): o valor da falha na performance pop”, disponível aqui < <https://tinyurl.com/flawlessdivapop> > em sua versão original, e atualizado no livro “Circuitos Urbanos e Palcos Midiáticos”, organizado por Laís Barros Falcão de Almeida e Victo de Almeida Nobre Pires, lançado pela EDUFAL em 2017.



a Ásia, por Britney ter tido problemas no joelho e ter colocado uma prótese. Ela já havia tido problemas físicos com o joelho durante a gravação do clipe de “Sometimes” em 1999 e durante alguns shows de turnês variadas. O problema se repetiu na Onyx, no palco, e, dias depois, ela o fraturou na gravação de um novo clipe, “Outrageous”, em 2004, o qual foi cancelado junto com a turnê.

Figura 106 – Paparazzi fotografam Britney com dores no joelho durante gravação do clipe “Outrageous” em 2004



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Figura 107 – Britney em 1999 com problemas no joelho



Fonte – Arquivo pessoal do autor / People

Figura 107 – Britney após cirurgia e cancelamento de turnê em 2004



Fonte: Arquivo Pessoal / People Magazine

Em seguida, Spears brigou com os pais e demitiu toda sua equipe. Algumas tentativas de reaproximação entre eles, inclusive, foram feitas pelos próprios fotógrafos.

Figura 108 – Clipping do colapso de Britney na imprensa



Fonte: New York Post / Daily News





Figura 110 – Comodificação do colapso

À esquerda, Britney em 2007, ataca paparazzo; à direita, em 2017, o paparazzo posa com o guarda-chuva, na frente do carro atacado, para leilão do item ver



Fonte: Arquivo pessoal do autor / Revista Quem

Alguns meses depois, em maio daquele ano, Britney tentou retomar sua carreira musical, marcando uma série de shows secretos, sob o pseudônimo “The M+M”. Registrado como sendo uma banda feminina de rock, a rede de bares e casas de show *House of Blues*, anunciou em seu site, sem grande alarde, sua agenda de maio e junho, que contava com uma série de shows da banda até então desconhecida, começando em San Diego, LA e Anaheim, na Califórnia, passando por Las Vegas e finalizando com show em Orlando e Miami. Em geral, a *House of Blues* é uma rede que fica dentro de cassinos.

Figura 111 – Dona do salão onde Britney raspou o cabelo, leiloa combo com o cabelo, red bull e isqueiro de Spears



Fonte: Arquivo pessoal do autor



Figura 112 – Britney se apresenta na House of Blues de Las Vegas em 6 de maio de 2007



Fonte: arquivo pessoal do autor / x-17 / Splash News / TMZ

E demorou até que informações prévias vazassem. Em abril daquele ano, o *fansite* BreathyHeavy, o maior dos Estados Unidos, na época, criado em Las Vegas pelo então adolescente Jordan Miller, fã de Britney, conseguiu a informação através do empresário árabe, Sam Lufti, de que Britney havia passado o dia ensaiando num barzinho.

Ela havia cantado ao vivo no ensaio, pelo menos era o que dizia Jordan, usado microfone de mão e pretendia fazer uma aparição surpresa num espetáculo de “rock n roll burlesco” que entraria em cartaz na casa noturna Forty Deuce, em Hollywood. Jordan recebeu fotos do ensaio e noticiou a aparição “surpresa”, que foi cancelada no dia seguinte, por e-mail do dono do bar ao Jordan, na postagem abaixo:

#### **An Email From Forty Deuce About Surprise Performance**

Yesterday, I reported that Britney was set to have a surprise performance at Forty Deuce, a popular club in Los Angeles. I later updated that published article adding that she cancelled. Here is an email from FortyDeuce.com:

**“Britney Spears Almost Live!  
At Ivan Kane’s Forty Deuce Hollywood**



“Britney Spears spent all day Tuesday rehearsing at Ivan Kanes Forty Deuce for a surprise performance at the famed club. Wednesday night’s performance of Royal Jelly, the new rock ‘n roll burlesque show at Ivan Kanes Forty Deuce, was to be the first public performance for Ms. Spears following her troubles of late. Plans to sing three songs with four backup dancers during intermission of the sexy Forty Deuce show were postponed at the last minute because “management decided it wasn’t the right time.” Owner Ivan Kane said “she came on stage during rehearsal, looking very hot, with four backup dancers and sang three songs. They ran through the set several times, the choreography was smokin and she sounded great. The backup dancers were beautiful as well, as a matter of fact, two of them perform at my club every week.” Ms. Spears, who had been to Forty Deuce twice recently to catch both the “classic” burlesque show and the new “rock n roll” burlesque show, felt Forty Deuce was the perfect spot to get back in front of an audience. The club, famous for being the gold standard of sexy burlesque shows in both Hollywood and Las Vegas, was “thrilled that Britney thought of us and look forward to rescheduling.” Ivan Kane’s Forty Deuce will open this fall in New York in a much publicized partnership with Sting and David Bowie.” (MILLER, Jordan. An Email From Forty Deuce About Surprise Performance<sup>114</sup>. Breatheheavy.com. 2007.

<sup>114</sup> <https://www.breatheheavy.com/an-email-from-forty-deuce-about-surprise-performance/>

Talvez a partir dessa reconFiguração midiática que se dava em 2007, e da crise hoteleira que retornava à cidade, o hotel Aladdin resolveu se livrar da temática árabe, mudar de nome para Planet Hollywood e redecorar suas instalações. A crise durou alguns anos e envolvia, basicamente, uma retração dos americanos em gastar dinheiro com jogos, como pontuou o *The New York Times*<sup>115</sup> em 5 de maio 2008:

For decades, this gambling center seemed nearly immune to the economic swings of the rest of the country. But these days, the city built on excess is seeing a troubling sign: moderation. Gambling revenue and hotel occupancy are down. Resorts are slashing room rates and offering coupons or free nights. Casino operators are firing hundreds of workers, and their stock prices have plummeted since October. Credit is drying up for hotel and condominium projects planned before the slowdown arrived. (...) Las Vegas has a huge inventory of new casinos and hotels due for completion in the next few years, and a long national recession could send the city reeling. The Las Vegas outlook would be far worse if not for foreign visitors. They are taking advantage of the low dollar to savor the fare of celebrity chefs like Alex Stratta and to snap up goods that might cost twice as much in Europe. To manage the slowdown, Las Vegas is revving up an overseas marketing campaign, and in the United States, it is pitching spontaneous Vegas escapes. “Do it without thinking!” says one television spot.

Talvez esteja lá, nos monumentos no meio do deserto, uma das maiores visualidades do que Baudrillard (1991) aponta como exemplo ao pensar o conceito de simulacro. A arquitetura deste simulacro do entretenimento é dada nos parques infantis, nas cidades planejadas, no parque diversões para adultos que usa exatamente a fantasmagoria do entretenimento para encobrir e mostrar. É simulacro e não apenas simulação pois suas relações com a realidade são tão falhas quanto utópicas. É heterotopia e não utopia pois tem um território demarcado.

#### 4.3 “*IT’S MY PREROGATIVE*”<sup>116</sup>: A GEOGRAFIA INVENTADA PELO FANDOM

“Heterotopia”, do dicionário, infere um “posicionamento ou localização diversa da normal ou habitual”. Foucault faz uso do termo de uma forma genial para falar sobre utopias-tópicas, ou seja, localizadas, pensando principalmente o deslocamento pela potência de situações e espaços que proporcionam a Figura da imaginação, do fantástico, “do outro mundo” e como essa Figura se potencializa no sujeito.

<sup>115</sup> <https://www.nytimes.com/2008/05/06/business/06vegas.html>

<sup>116</sup> “É a minha prerrogativa”, diz Britney no cover de Bobby Brown, “My Prerogative”, lançado em 2005.

Está nesta potência sem origem, a utopia, espaço dentro de um outro espaço, criado por uma narrativa: “Há países sem lugar e histórias sem cronologia; cidades, planetas, continentes, universos, cujos vestígios seria impossível rastrear em qualquer mapa ou qualquer céu, muito simplesmente porque não pertencem a espaço algum.” (FOUCAULT, 2013, p. 19). Porém, através da potência dessas digeses, estes espaços se concretizam, se tornam reais dentro de si próprios: “Sem dúvida, essas cidades, esses continentes, esses planetas nasceram, como se costuma dizer, na cabeça dos homens, ou, na verdade, no interstício de suas palavras, na espessura de suas narrativas, ou ainda, no lugar sem lugar de seus sonhos, no vazio de seus corações” (FOUCAULT, 2013, p. 19). Se estes lugares fossem palavras, teriam o gosto doce das utopias, diz Foucault.

Proponho pensarmos que o alicerce de uma heterotopia, de um deslocamento, é a nostalgia manifestada de três formas: a) da saudade de uma época ou objeto que já se viu, viveu ou visitou; b) da saudade de um passado que não existiu, inventado; c) da falta que se sente por algo que nunca se viu, viveu ou visitou. E, principalmente, que estes três pontos sejam o alicerce da ideia de “lar” e “familiaridade” para o fã.

Nestas três situações de nostalgia penso que a primeira e a segunda estariam, na verdade, interligadas. Elas falam sobre duas situações similares: a primeira fala sobre, por exemplo, uma casa de infância presente na memória e que, de fato existiu durante a minha infância. Costumo passar em frente a ela sempre que posso, em Petrolina, o que as vezes leva um intervalo de dois anos, pois moro em João Pessoa.

Não conheço os donos atuais da casa, mas sempre tive vontade de pedir para entrar. No entanto, quanto mais o tempo tem passado, mas a casa tem mudado. Sei muito bem que toda a minha memória de infância poderia estar completamente distorcida e, mesmo que a casa ainda fosse a mesma em sua estrutura, eu poderia entrar e sentir os cômodos menores, diferentes.

Na segunda situação refiro-me a saudade de algo que não existiu de forma concreta para mim, ou seja, de um passado mediado que pode ter sido ou não ficcional, mas que nunca terei certeza. Por exemplo a saudade que sinto do que vivi na época de ouro da Britney, durante minha adolescência, é uma saudade de uma época. No entanto, a Britney daquele momento pode sempre ter sido um corpo ficcional. Seria portando, uma memória dela produzida em mim de forma mediada, editada, alterada, de uma Britney que não existiria nem na própria Britney. Uma memória baseada numa utopia, e que só consigo reviver, quando encontro a *drag queen* Tiffany Bradshaw em Las Vegas, incorporando Britney.

No terceiro caso, falo da falta que me faz, a exemplo, o fato de eu nunca ter visto um monumento qualquer, que existe concretamente, como a Torre Eiffel em Paris ou a Britney na Onyx Hotel. Me refiro ao corpo Britney quanto a sua topia, ou seja, ao corpo como ele é de fato, ao vivo, em sua concretude no auge ou antes da fama, talvez. Ou simplesmente como ela é na minha memória mediada e nunca será ao vivo. Não só ela, mas qualquer ídolo.

Na memória as coisas costumam ser potência de tamanho e força. Sabendo disso, talvez eu tenha involuntariamente adiado essa visita ao interior da minha antiga casa em Petrolina até o momento em que eu desistisse de vê-la. Imagino que quanto mais ela foi mudada por fora, mais ela não seria a mesma por dentro. Me conforta muito mais hoje, por exemplo, abrir o *google streetview* pelo celular, posicionar a locação na minha antiga escola e ir caminhando, virtualmente, para a minha casa, percorrendo o mesmo caminho que eu fazia. Isso acontece porque as imagens que o *google* fez da minha cidade estão desatualizadas e, por acaso, visualmente muito mais próximas da minha memória. Para mim, o mapa de fato precede o território, pois se aproxima mais da utopia da minha memória. E, mesmo quando forem atualizadas, permaneceram lá, como linhas narrativas paralelas, já que o mecanismo começou a arquivar as visualizações por ano.

“A utopia é um lugar fora de todos os lugares”, diz Michel Foucault em “o corpo utópico, as heterotopias” (FOUCAULT, 2013, p.7). O texto do autor funciona como aporte teórico para pensarmos a utopia como espaço fora de todos os outros espaços, ou seja, através da noção de um “contraespaço”, outro termo de Foucault, que se aproxima do “entrelugar” e da geografia inventada, mas que se detém a falar sobre imaginação, como quando uma criança transforma o sofá de casa numa oca indígena para brincar de índio. E, por falar sobre “brincar”, “jogar”, “mascarar” e entreter, se aproxima ainda mais de Las Vegas.

A heterotopia é a construção de um espaço imaginado em cima de uma ambiência palpável que funciona como base a essa criação, seja por características próximas entre o espaço físico e o imaginado, seja um lugar que foi criado para apresentar ficções (teatro) ou seja um lugar sem qualquer relação com o ficcional, tedioso, e por isso funcione. Este lugar físico e o seu duplo ficcional vai ser chamada de contraespaço, uma heterotopia. Las Vegas é esse lugar: um quintal do tamanho do deserto de Nevada, que contempla o deserto de Mojave, o qual sozinho tem 124.000 quilômetros quadrados. Las Vegas é uma cidade estrato para a heterotopia do entretenimento pop. É a arquitetura do lazer em cima do tédio, que por ser planejada, acaba igualmente tediosa.

Ambos os conceitos do autor estão concentrados em “*O corpo utópico, as heterotopias*”, obra lançada no Brasil em 2013, mas que reúne proposições sobre o assunto feitas desde a década de 1960, quando Foucault proferiu sua fala sobre espaços em uma conferência na Tunísia em 1967. Neste mesmo ano, o autor, filósofo e urbanista havia sido convidado para palestrar no *Círculo de Estudos Arquiteturais* de Paris, fazendo uma conferência intitulada “heterotopologia”, nos conta a obra (FOUCAULT, 2013).

O texto desta conferência, que foi lançado como livro só anos depois, era restrito, ainda datilografado, e pretendia propor uma nova ciência, que estudasse as heterotopias, buscando pensar quais sociedades geravam quais heterotopias, além de alguns outros desdobramentos que relaciono aqui com Las Vegas. De fato, muito se pode entender sociologicamente sobre um grupo através de suas cessões, rupturas com o cotidiano.

O texto de Foucault que propõe a “heterotopologia” enquanto ciência só foi autorizado à publicação por ele pouco tempo antes de sua própria morte, que se deu em 25 de junho de 1984. A obra foi escrita enquanto o autor relatava uma agonia por ele sentida ao acordar e ter que lidar, dia após dia, com o corpo que definhava em decorrência das doenças que acompanhavam a Síndrome da Imunodeficiência Adquirida, provocada pelo HIV. Num relato cortante, o Foucault descreve sua Figura ao se olhar no espelho e se ver definhar ao passo que recobra seu próprio passado, mas para além do passado, seu duplo, sua Figura sinestésica criada por sua narrativa, e sua aura, expansiva, aprisionada num corpo não funcional a seus desejos. Daí a noção da expansão do corpo na música pop através das tecnologias de Figura e de som que pontuo aqui. Falo da dublagem, das maquiagens visuais (cabelo, corpo), da mágica das luzes no palco e das luzes e sombras criadas pela narrativa do ídolo do ponto de vista de um fã. Falo, ao mesmo tempo da potência contida na incorporação do ídolo pelo fã.

Foucault, na compilação de ideias lançada em 2013, traz reflexões sobre lugar heterotópico através de uma metáfora sobre cabanas, já citada. O autor fala sobre como aquele lugar por debaixo dos panos, das almofadas, montados pelas crianças pode passar a ser um ambiente de ficção (um castelo, um navio pirata etc.), irreal na dimensão do jardim, mas completamente crível na dimensão da sua própria ficção. Esta ideia me permite propor a performance de música pop, o local onde ela acontece (palco, cidade) e a sua relação de produção de sentido com o fã espectador também como metáfora de heterotopia. Ao mesmo tempo que nos permite pensar nas heterotopias construídas pelo fã nas suas formas de ouvir música pop: na coreografia, no gesto, no engendramento do

ídolo, corpo fragmentado e utópico, no seu cotidiano, provocando essas cisões com o ordinário.

“Acredito que há – e em toda sociedade – utopias que têm um lugar preciso e real, um lugar que podemos situar no mapa; utopias que têm um tempo determinado, um tempo que podemos fixar e medir conforme o calendário de todos os dias”, diz Foucault (2013, p. 19), descrevendo a heterotopia e apontando ainda sua crença no fato de que todo grupo de pessoas possivelmente demarca no espaço em que ocupa lugares utópicos e momentos “ucrônicos” – deslocados no tempo, como os que mencionei na experiência estética do fã ao ouvir música pop.

Não se ama num retângulo de um quarto, lembra o autor: há sempre lugares imaginados dentro desses espaços geométricos urbanos “que se opõem a todos os outros, destinados, de certo modo, a apagá-los, neutralizá-los ou purifica-los. São como que *contraespaços*”. (FOUCAULT, 2013, p. 20, grifo do autor).

O filósofo então localiza mais pontualmente tais lugares materializados na organização social, que seriam os clubes, as prisões, os cemitérios, os teatros. Adiciono aqui os bares, os cinemas, as casas de shows, os cassinos, resorts. Há lugares ainda que são multáveis, para além das casas de espetáculos. Estas últimas mudam naturalmente sua ambiência quando exibem outro filme, outro artista. Aqui pontuo o prazer contido na subversão das funções de um espaço: seja a cama, a garagem, o banheiro que vira palco de show de diva, o quarto que vira santuário com objetos sacros da Madonna, da Britney, da Beyoncé. O caminho até as divas, seja o caminho virtual para conseguir um arquivo raro, assistir um *streaming* não oficial de uma performance, de um show, ou o caminho, literal, até o show físico, que vira peregrinação religiosa, repleto de espaços sagrados para adoração.

Além dos cômodos de uma casa, as urbanidades, que viram palcos fictícios. Locais que se encaixariam como contestação do cotidiano, como rupturas no ritmo de vida: em Las Vegas é liberado beber na rua, coisa que não acontece no restante da América do Norte, por exemplo. O jogo é legalizado como não acontece no Brasil. Casas noturnas, prostituição, tigres brancos dentro de saguão dos hotéis. Monumentos deslocados junto com suas ficções: a Torre Eiffel falsa, que fica numa das ruas de Vegas, carrega junto de si todo o cenário francês.

Las Vegas é jardim com cabanas de almofadas, é a gigantesca cama dos pais, é peregrinação do fã da diva que vai ver o ídolo, mas é também ponto turístico para um público geral, que passa para tirar foto com a Torre Eiffel, com o Cristo, com a Britney e



com a Cher. Heterotopia mutante em si mesmo, como exige o autor ao definir o conceito, no qual fala tanto de espaço que se reconfiguram em si, quanto de espaços que aglutinam funções: “Em geral, a heterotopia tem como regra justapor em um lugar real vários espaços que, normalmente, seriam ou deveriam ser incompatíveis” (FOUCAULT, 2013, p.24).

Uma vez que as várias funções se juntam no mesmo local ou que o local muda de função, teremos sempre regras específicas daquela instituição ali formada ou o embate entre as funções das várias instituições que convergem. Estas instituições, como já mencionei, à primeira vista não seriam todas para o prazer em seu sentido estrito. Mas podemos pensar ainda que instituições como a prisão, existem muito mais para garantir prazer num sentido mais expandido a quem está fora dela, no caso, garantir segurança, num sentido literal. O autor chama estes espaços de “contraespaços desviantes”.

A lógica da conduta do desvio é vista na heterotopia da mesma forma que em Vegas, controlada pela narrativa local. Se estamos falando da cama dos pais enquanto eles não estão olhando, a narrativa ainda pode ser polida pela ideia de vigilância onipresente. Ou seja, há desvio, mas há sempre vigilância.

Prisões, casas de repouso e clínicas psiquiátricas seriam exemplos do que Foucault (2013) chama de “heterotopias de desvio”. Elas existem porque é preciso levar para a margem qualquer coisa que seja distinta da normatividade do centro. O “outro” deve estar sempre em outro lugar, não perto de mim. A casa de repouso entra na equação, pois, para o autor, a ociosidade no ritmo de vida dos grandes centros é, também, um desvio. Envelhecer, seria manifestar este desvio visualmente, inclusive. Não é à toa que Las Vegas fica no meio do nada, no meio do deserto: na margem. Espaço “livre”, preferido pelos nômades. Espaços para condutas desviantes, mas sempre vigiadas. Novamente lembro do fã que foi expulso do show de Britney por ter exposto demais suas emoções. Foucault tenta então pensar ainda o grau zero das heterotopias.

Ao passo que propõe a heterotopologia como ciência, o filósofo busca entender onde ela começou de fato, chegando até os jardins persas: retângulos divididos em quadrados, os quais trazem exemplares de plantas e flores dos quatro cantos do mundo, além de representar os quatro elementos do qual o mundo é composto. Os quatro cantos convergem num centro que funciona como espaço sacro representado por uma fonte ou por um templo: “se considerarmos que os tapetes orientais eram, na origem, reproduções de jardins [persas], - no sentido estrito de ‘jardins de inverno’ – compreenderemos o valor lendários dos tapetes voadores, tapetes que percorriam o mundo” (FOUCAULT, 2013, p.

24), diz o autor, refletindo sobre esta lógica de colisão de funções de espaços num espaço só.

Talvez o aeroporto seja um desses lugares também, com toda sua possibilidade que precisa agradar a qualquer um, a qualquer lugar. Foucault acredita ainda que este seja um pensamento modernista, o de acumulação de funções num lugar só, de uma possibilidade de colecionar semelhanças e diferenças ao mesmo tempo. Talvez os *halls* dos resorts e, principalmente, dos teatros dentro desses conglomerados sejam, para além de um não lugar, a tentativa de recriar um espaço no qual o tempo para a fim de reunir todas as épocas daquele artista, numa narrativa que extrapola corpo físico, mas ainda dentro do espectro do corpo monumento, que se expande pelos *outdoors*, pelos letreiros, pela música que toca no aeroporto de Vegas (“Toxic”, quando cheguei em 2015). Las Vegas luta contra a entropia dos corpos e contra a própria entropia do mercado num culto à monumentos que ganha o cuidado dos espaços de preservação histórica, focando na universalidade do gosto no espaço urbano:

Em contrapartida, a ideia de tudo acumular, a ideia de, em certo sentido, de parar o tempo, ou antes, deixa-lo depositar-se ao infinito em certo espaço privilegiado, a ideia de constituir o arquivo geral de uma cultura, a vontade de encerrar todos os tempos em um lugar, todas as épocas, todas as formas e todos os gostos, a ideia de constituir um espaço de todos os tempos, como se este próprio espaço pudesse estar definitivamente fora do tempo, essa é uma ideia totalmente moderna: o museu e a biblioteca são heterotopias próprias à nossa cultura. (FOUCAULT, 2013, P. 25)

Essa característica enciclopédica das residências em Vegas, de criar um caminho até um espaço sagrado artificial, que simula o passado do artista em diversos momentos da carreira, escrevendo memórias num corpo que é estrato para um corpo hiper real, utópico e que ao mesmo tempo que não está em lugar nenhum, é o que forma a heterotopia na cidade e, ainda, criando microespaços para cada corpo monumento que está ali, parado, em exibição três vezes por semana, tentando anular o tempo presente, tentando ainda fazer com que o tempo não ecoe de forma alguma naquele “templo”, onde só são possíveis as memórias inventadas, transformando os teatros de Las Vegas no que Foucault chama de “heterotopias de tempo”, quando o tempo se acumula no infinito do próprio espelho, dentro de outro espelho, o qual está contido n’outro reflexo de uma memória coletiva.

Um museu de virtualidades, de fragmentos de uma-muitas ficções. “*Piece of me*”, pedaço da minha ficção, de todos os fãs da Britney, do fã de Celine Dion, do fã do Elvis, do fã de jogos, do fã de beber ao céu aberto. Fantasmagorias de corpos. Um jardim arquitetado para ser todos os lugares num lugar só e ao mesmo tempo ser vários. Caminha-se no jardim persa e, num cubículo, faz-se uma andada pelo mundo todo, com um sistema de fechamento, assim como em Las Vegas: as paredes dos teatros extremamente demarcadas, tal como a cidade é demarcada pela areia do deserto e como o jardim é pela poda.

De tanta utopia, de tanta camada de Figura que ela própria criou para si seja através de cliques, shows gravados, voz extremamente editada, edição de voz etc., a aura de Britney foi se mitificando, mas ao mesmo tempo que se vira mito e eleva-se, se destacando dos outros seres (seus fãs), se aproxima através de uma fragilidade humana mais visível na então potência do corpo celebrado, monumento. Ele se torna invisível, ele se transFigura em sua própria virtualidade para se tornar eterno:

Eis então que em virtude de todas essas utopias meu corpo desapareceu! Desapareceu como a chama de uma vela que se assopra. A alma, os túmulos, os gênios e as fadas o massacraram, fizeram-no desaparecer num átimo, sopraram seu peso e sua fealdade, e o restituíram a mim deslumbrante e perpétuo. (FOUCAULT, 2013, p. 09)

O corpo, entendendo-o também como a voz e todas as suas projeções, desaparece para ser o que querem que seja. O que a máquina quer que seja. Há uma demanda de alguns fãs, dos empresários, da indústria que faz com que o corpo se torne um “fantasma que só aparece na miragem do espelho e, ainda assim, de maneira fragmentária” (FOUCAULT, 2013, p. 11). O corpo se torna penetrável e opaco ao mesmo tempo, situação clara nos primeiros shows da “*Piece Of Me*” e suas performances dubladas.

Para Foucault, este corpo é um ator utópico ao mascarar-se, ao se maquiar-se, ao tatuar-se e, por fim, ao se transformar em outro corpo. Aqui, máscara e tatuagem estão para Foucault como a maquiagem corporal, a peruca, o auto-tune e a dublagem estão para Britney na tentativa de projetar-se um outro corpo.

Em espaço heterotópico, tanto o Cristo quanto Britney são monumentos na cidade do pecado domesticado. Como na noção da teoria ator-rede, ambos atuam, afetam e são afetados, mesmo que de formas distintas, claro. Neste sentido, é preciso pontuar o corpo

humano celebrado, corpo que, se olhado pelo prisma da potência que o fã imprime no ídolo, é maior do que qualquer outro existente. É um corpo mitológico, um corpo sacro. Naturalmente que em época de Instagram, qualquer corpo se virtualiza e se celebra. Mas falo de corpos massivos, que transcendem nichos. Corpos *ubiquis*, que estão em todos os lugares e que são, ao mesmo tempo fragmentados. Falo da Britney-mania, como os fãs chamam sua época de ouro, que durou seus quatro primeiros discos – gostaria de lembrar aqui que Britney só tem trinta e dois anos quando a residência começou.

O corpo do humano celebrado, obviamente também se deteriora com o tempo, se reconfigura com as intervenções plásticas, se transmuta com os efeitos, maquiagem, tatuagens, adereços, adornos, mas enquanto isto, arquiteta uma utopia. Ora, o ídolo precisa fazer coisas extraordinárias para aguçar a expectativa do público, ao passo que relembra suas fraquezas humanas, num jogo de distância e aproximação com o espectador que, de forma geral, vive também através do ídolo. A máquina/indústria da música pop, neste caso, se expõe e se acoberta.

'Encontrei meu ídolo numa mesa de necrotério'<sup>117</sup>, é o título de uma reportagem do G1 sobre um médico patologista brasileiro, fã do Elvis, que sem aviso prévio, descobriu que iria fazer a autópsia do ídolo. Raul Lamim, o médico, aguardava a chegada da turnê do ídolo, que passaria na cidade onde ele fazia outro tipo de residência, a médica, em Memphis, no estado de Tennessee (EUA). Em 16 de agosto de 1977, ao passar no hospital para pegar livros na biblioteca, ele acabou visitando a área de necropsia, onde foi informado que ele precisaria fazer uma necropsia urgente. Hoje, o médico professor da Universidade Federal de Juiz de Fora, relembra o fato ao G1: "Quarenta anos depois, a sensação que fica é de espanto. Quando eu poderia imaginar que aquilo fosse acontecer? Nunca imaginei que, um dia, encontraria meu ídolo da juventude em uma mesa de necrotério. Uma pessoa tão idolatrada e, ao mesmo tempo, como outra qualquer", comenta.

O Corpo monumento precisa apresentar, ou melhor, reencenar em si (corpo tópico), à primeira vista, toda sua narrativa já contada através das mediações. O legista de Elvis só acreditou que era mesmo ele ali, corpo morto em sua frente, por causa do circo que a imprensa fez do lado de fora do hospital nas horas seguintes. Elvis só existia na fruição.

Os artistas são sim utopias tópicas, localizadas ao mesmo tempo si mesmos e na virtualidade das mediações. Se duplos são criados para museus de cera na tentativa de

---

<sup>117</sup> <https://tinyurl.com/elviscorpomonumento>

gravar uma memória do ídolo numa matéria, os corpos em Vegas ficam em exibição permanente reencenando estas lembranças em corpos vivos que, muitas vezes, lutam contra o passado, ficam presos numa Figura, num sonho, como canta Britney em *Lucky*, faixa lançada no ano 2000: “*Lost in a image, in a dream, but there is no one there to wake her up / But the world keeps spinning and she keeps on winning, but tell me, what happens when it stops?*”.

O show residência implica ainda em outros dois debates: qual elemento é o alicerce do corpo monumento e, para além disso, como este elemento opera na invenção de espaços globalmente comuns (os resorts) para os fãs daquele ídolo? Estes locais parecem ter a intenção de funcionar como espaços de pertencimento: a residência é do artista, mas também funciona como um “lar” para o fã que cruza o mundo para visita-lo. Ou seja, há aqui duas lógicas, a da nostalgia e a do retorno ao lar, “*homecoming*”, termo usado nos estudos de peregrinação dos fãs. A sensação de retorno é proporcionada exatamente pela experiência nostálgica, mas num espaço onde o fã e o ídolo nunca estiveram, e que juntos, pontuam, dão lugar, data, hora e espaço à utopia, criando locais heteretópicos em cima de memórias, muitas vezes, inventadas.

Britney, em sua residência, talvez fale muito sobre como se sente, mesmo sem dizer uma palavra. Seu corpo em exposição relembra a sensação de quando criaram a pianola: tentar, através da tecnologia, romper com os limites do humano. A voz dublada é uma tecnologia expansiva: há canções que só conseguem ser o que são, sendo dubladas. Há modulações vocais, separações silábicas e entonações apenas possíveis pela máquina (SOARES, 2014). A voz de Britney é a voz do corpo utópico, é fragmento de virtualidade, é a poesia da máquina sobre o humano. Há beleza na dublagem, seus fãs sabem bem disso. E parte dela está em facilitar a incorporação: eu consigo performatizar a mesma voz de Britney, dublando-a.

Há também uma aura de suspense na dublagem: já que ela não está dublando outra pessoa, como o duo alemão Milli Vanilli fazia no final da década de 80, por que ela não canta ao vivo? São muitas as hipóteses, tantas necessárias para manter o *fandom* na mesma discussão por quase vinte anos, enquanto pipocam vídeos antigos de apresentações dela sem *playback*. São esses suspenses que aparecem e desaparecem no arquivo e repertório do corpo monumento de Britney, que fazem com que os fãs, ainda

hoje, mesmo adultos, dediquem horas de decupagem de áudio pra encontrar um suspiro ao vivo, dado por ela em 2017, em um vocal de 2011<sup>118</sup>.

Talvez Britney não queira disputar com o encanto da máquina, talvez ela se ache inferior e limitada com relação ao maquinário e por isso prefira deixar que a música fale por si. Mal sabe ela que os fãs buscam exatamente o oposto: fragmentos visíveis de humanidade no corpo monumento.

Britney é a pianola moderna, evocando emoção mesmo através de um maquinário. A distração dos fãs passa a ser, muitas vezes, procurar os resquícios humanos nessa trajetória, os quais principalmente depois do colapso pessoal dela em 2007 – transmitido para o mundo todo, aparece aqui e ali –. Há fã que acredite que até o colapso foi encenado. Mas independente das teorias da conspiração, um corpo humano está em jogo.

“A que se deve o prestígio da utopia, a beleza, o deslumbramento da utopia?”, pergunta Foucault (2013, p.8). “A utopia”, responde ele, “é um lugar fora de todos os lugares, mas um lugar onde eu teria um corpo *sem corpo*” (*idem*). Um duplo: não há nada mais tópico que o corpo, pois é um “pequeno fragmento do espaço, no qual, no sentido estrito, faço corpo” (FOUCAULT, 2013, p.7); ao mesmo tempo, não há nada mais utópico que uma noção nossa sobre o nosso próprio corpo. Em resumo, o filósofo define corpo tópico/utópico da seguinte forma:

Corpo tópico: O amor, o sexo. Momento no qual se pega em todas as partes possíveis do corpo, é o momento de concretude maior de ser corpo, de sentir pele, braço, peito, boca e ser lembrado de que a matéria está, de fato, em seus limites. O gozo, por sua vez, carnal e energético, um caminho para fora do próprio corpo, que cresce, se expande novamente e explode para retornar ao corpo. Corpo como base, estrato de toda a sinestesia, de toda a virtualidade.

Corpo utópico: É lá que reside a possibilidade de fazer presente a nostalgia, de se concretizar a ilusão luminosa. É o truque de câmera na íris do olho. Não há mais realidade, há apenas utopia. Há “o país das fadas (...), dos gênios, dos mágicos, este é o país onde os corpos se transportam tão rápido quanto a luz, o país onde as feridas se curam como um bálsamo maravilhoso na duração de um relâmpago”, diz Foucault (2013, p.8) ao falar

---

<sup>118</sup> Neste vídeo, um fã decupou o show da Piece of Me, em sua única exibição gravada, quando Spears foi healer do Apple Music Festival, em Londres, mas com o mesmo show. O que o fã dono do vídeo acredita serem vocais ao vivo, na verdade é uma base pré-gravada, jogada ao fundo do vocal do CD, para dar a impressão que o microfone dela está ligado. Só é possível ouvir esse vocal em determinados locais do teatro em Vegas, devido aos canais de som. Disponível aqui (a base é a voz que desafina): <https://youtu.be/y05kKQmb36w?t=31>

sobre seu corpo como ser maior que si próprio, sobre o corpo em sua potência no país das maravilhas: “O país onde se pode cair de uma montanha e reerguer-se vivo, o país onde se é visível quando se quiser, invisível quando se desejar. Se existir um país feérico, é justamente para que eu seja príncipe encantado” (idem). O corpo do ídolo, o país da idolatria, o micromundo da ficção que nunca tem pretensão de tornar real, pois já é real para quem ali habita de passagem.

Foucault, num triste, porém esplêndido, relato sobre a deterioração do seu próprio corpo já doente, no fim da vida, descreve como se sente ao se olhar no espelho e constatar suas limitações, sua falta de cabelo, seu rosto fino, suas mazelas. Ele questiona então, o merecimento da utopia. Corpo, para ele, é topia, não há nada mais concreto que isso. Mas o espaço de utopia, um contraespaço, é um corte no tempo, uma vala que encandeia com sua luz, um portal no meio do deserto, uma miragem. Corpo tópico como trânsito, corpo utópico como transe.

Ainda descrevendo seu corpo doente, Foucault se sente aprisionado, sem conseguir vislumbrar a sua própria Figura imaginada. O espelho é duro demais para mostrar outra realidade se não a do corpo tópico e, ele lamenta ter que se representar através deste corpo, que não o define: “E é nesta desprezível concha da minha cabeça, nesta gaiola de que não gosto, que será preciso mostrar-me e caminhar; é através desta grade que será preciso falar, olhar, ser olhado; sob esta pele, deteriorar. Meu corpo é o lugar sem recurso ao qual condenado” (FOUCAULT, 2013, p. 7-8). O autor, numa rima que quase aciona uma melodia pop, ao falar de si, fala sobre qualquer corpo celebrado por seu duplo e sobre a relação de um com o outro, corpo tópico x corpo utópico.

O corpo do Michael Jackson em holografia talvez seja muito mais real do que o da Britney, exatamente pelo primeiro ser uma hiper-realidade, um simulacro, a própria utopia sem centro, sem margem, ele é apenas memória. Enquanto que a Britney é corpo monumento, corpo que precisa contar sua história, dizer que é Britney, mas que duela consigo mesma. “*It’s me against the music*”, dubla Britney num dos blocos do show onde reencena seu clipe “*Me Against The Music*”, gravado em 2003, com participação de Madonna – em Vegas Madonna é cortada da música. É a Figura dela contra seu duplo criado pela máquina do pop, penso. No entanto, não é bem uma competição, uma oposição entre os dois, repensa Foucault: “Enganara-me, há pouco, ao dizer que as utopias eram voltadas contra o corpo e destinadas a apaga-lo: elas nascem do próprio corpo e, em seguida, talvez retornem contra ele”, diz o autor (FOUCAULT, 2013, p.). “*It’s just me, it’s just me against the music*”, repete Britney tentando fazer os passos de



dança originais da música durante o segundo verso da canção: “*It’s like a competition: me agasint the beat, I wanna get in the zone*”.

O corpo concreto vai ser tornando o que Foucault chama de uma espécie de familiaridade gasta, uma espécie de uma sombra que retorna contra si mesmo: “A inevitável Figura imposta pelo espelho: rosto magro, ombros arcados, olhar míope, sem cabelos, realmente nada bem”, se descreve o autor (FOUCAULT, 2013, p. 7.). Talvez seja preciso morrer para se fazer corpo utópico, como o de Michael Jackson. Talvez seja preciso a mágica do jogo de luz, tatuagem e máscara para Britney voltar a ser o que nunca foi nela mesma: “Não, verdadeiramente não há necessidade de mágica nem do feérico, não há necessidade de uma alma nem de uma morte para que eu seja ao mesmo tempo opaco e transparente, visível e invisível, vida e coisa: para que eu seja utopia, basta que eu seja um *corpo*”, chega-se então a conclusão de Foucault (2013, p.). O corpo humano é o ator principal de todas as utopias. É a utopia dos corpos dos gigantes, de tantas lendas. É ator utópico quando se trata de maquiagens, tatuagens. “É sem dúvidas fazer com que o corpo entre em comunicação com poderes secretos e forças invisíveis” (FOUCAULT, 2013, p. 12). Novamente aqui o ritual, o trânsito e o transe.

O ritual do corpo monumento é a peregrinação até ele, a dificuldade que ele impõe para ser visto, apesar de tão facilmente disponível, exposto. É o trânsito do caminho, mas ao mesmo tempo é o trânsito que ele provoca no fã. É a viagem, em sentido literal, até o corpo de Britney e a viagem, abstrata, a partir do corpo dela, que desemboca num retorno a si mesmo, às próprias memórias do fã, desaguando em lágrimas, gritos, em perda de controle, corpo em transe, o dela e o meu, fã. O dela e o do fã que foi expulso. Mas o transe pode ser pensado também pela chave do silêncio, pela parada de todos os sentidos, como os momentos que precedem a epilepsia, com a experiência estética necessária para reproduzirmos em nossa vista o truque de parada: apagar corpo tópico e desvendar corpo utópico.

O corpo do fã só é passível de transe diante de uma sedução, no entanto. É preciso que o corpo do ídolo o seduza, o inebrie de paixão, de sensações, um gozo pela presença física do ídolo, a glória pela graça alcançada de ter conseguido percorrer meio mundo para ver uma santa. É como percorrer os caminhos de Fátima (Nossa Senhora de Fátima), santa vista no Ceará numa aparição. O cansaço, o sol no rosto, uma miragem. O deserto.

Britney. Qual Britney? “Quem é?” (pergunta o fã)<sup>119</sup> - “*It’s Britney, Bitch*”, ela proclama. A sedução da diva, a aparição sedutora: Britney só existe no ritual. Ela não está nela própria, não está em mim. Está na nossa fruição ídolo-fã. Está no afeto que é sentido por ela.

Ela precisa, para isso, ser ubíquo, ser vento que carrega fragmentos da areia do deserto para todo lugar. Uma voz sussurrando em meu ouvido: “Britney”. Um coração acelerado. Uma reportagem na televisão, uma foto na revista, a ansiedade que precede uma nova viagem para vê-la; na memória ou ao vivo? Os dois só andam juntos. A Figura que aparece quando o celular é desbloqueado, a voz que sai do som do meu carro, o gesto que faço, o sotaque que sai do meu inglês, o passo de dança que o fã faz quando dança uma música de qualquer outro artista, uma imaginação, uma corporificação, a tradução dos gestos através dos gifs animados. Performatizações do ouvir música. A fala de Foucault a seguir, vale tanto para o corpo dela em expansão utópica, quanto a incorporação dela em mim:

Máscara, signo tatuado, pintura depositam no corpo toda uma linguagem: (...), secreta, sagrada, que evoca para este mesmo corpo a violência do deus, a potência surda do sagrado ou a vivacidade do desejo ao passo que instalam no corpo uma outra dimensão (...) fazem desse corpo um fragmento de espaço imaginário que se comunicará com o universo das divindades ou com o universo do outro. Por ele, seremos tomados pelos deuses ou seremos tomados pela pessoa que acabamos de seduzir. (FOUCAULT, 2013, p. 12)

O fã seduzido pelo corpo sacro do ídolo. Por um corpo que está sempre, de fato, em outro lugar, afetando e sendo afetado – não de uma forma binária – por todos os outros e todos os lugares do mundo, mas que ao mesmo tempo escapa ao mundo, está em outro lugar. Está ao redor. Um corpo feito por nostalgia.

Considerada uma doença por médicos suíços na época, à nostalgia eram receitados ópio, sanguessugas e uma visita aos Alpes, pelos menos no século XX, relembra Svetlana Boym (2001). Se a receita não vingou e uma cura não foi encontrada, soa curioso percebemos algumas reconfigurações na forma de pensar particularidades sensoriais dos

---

<sup>119</sup> Os fãs aproveitam o intervalo entre a introdução de “Gimme More” e a dublagem da fala “It’s Britney, Bitch”, e gritam “Who is I?”, costume que começou em Vegas:  
[https://www.youtube.com/watch?v=c\\_sXhn8Omn8](https://www.youtube.com/watch?v=c_sXhn8Omn8)

indivíduos que vivem um “descompasso temporal” e que, além disso, transmuta-se numa sobreposição espacial.

A pesquisadora russa Svetlana Boym (2001), se deteve a pensar a nostalgia como uma sensação sintomática do século XX, ligada à utopia. Para a autora de “*The Future of Nostalgia*”, começamos o século com utopia e terminamos com nostalgia. Ela acredita que lidamos com um sentimento ilustrado pela sobreposição de duas imagens, uma da realidade cotidiana e outra de um sonho. Uma Figura do lar e outra da viagem, ou ainda, uma do passado e outra do presente (ou futuro), mas “no momento em que forçamos [as duas] a tornar-se uma Figura única, ela quebra a moldura ou queima a superfície” (BOYM, 2001, p. 07), diz em analogia. Temos aqui a ilustração da relação ídolo-fã.

Boym (2001) decompõe o termo “nostalgia” em “nostos”, ou *retorno ao lar*, “algia-longing”, advinda de dor e saudade, em tradução nossa. Definindo-a como “um anseio por um lar que já não existe ou nunca existiu. Nostalgia é um sentimento de perda e deslocamento, mas é também um romance com a sua própria fantasia” (BOYM, 2001, p. 13), a autora defende a ideia de nostalgia de um passado, mas também de um futuro baseado num passado nostálgico. Há aqui uma ideia de fantasia que nos soa próxima a noção de uma estrutura narrativa de um texto capaz de proporcionar imersão em um outro tempo, num tempo sem precedente territorial, noção de tempo presente na ideia de utopia.

Há, ainda neste pensamento, a noção de “home”, de um lar, atrelado à ideia de fantasia, que por sua vez, nos soa próxima a lógica presente em uma estrutura narrativa de ficção capaz de proporcionar imersão do indivíduo num contraespaço heterotópico.

Proponho pensar a nostalgia do *fandom* através das inferências de Svetlana Boym (2001), usando seu próprio gancho com a noção de “home”, ou seja, de pertencimento a um lar fictício, vinculando este pensamento com o viés proposto por Michel Foucault. Opto por perceber este fenômeno através experiência estética e diante da presença tanto do ídolo quando do fã, no espaço do show, para que possamos notar algumas questões sensoriais de forma tangencial neste trabalho. Boym (2001) acredita que enquanto muitos achavam que os avanços tecnológicos curariam a nostalgia, eles só aumentaram a possibilidade de novas aparições. Para ela há, na nostalgia moderna, uma co-dependência da tecnologia e uma economia da nostalgia:

O objeto de fascínio de nostalgia é notoriamente elusivo. O sentimento ambivalente permeia a cultura popular, onde os avanços tecnológicos e efeitos especiais são frequentemente utilizados para recriar visões do passado, desde o Titanic afundando à gladiadores morrendo e dinossauros extintos (BOYM, 2001, p. 10).

A autora parte da hipótese de que o valor da nostalgia, por sua vez, é não apenas o deslocamento temporal, mas também a nossa mudança de concepção de tempo. Passado e presente que co-habitam a virtualidade, numa linha temporal difusa.

Nas duas coisas, temos uma dissolução e/ou uma reconFiguração do presente, que observamos, de forma mais detida, em quatro pontos do trabalho e Boym (2001): (01) nostalgia está ligada a uma nova noção de tempo e espaço que permite a divisão entre local e universal possível; (02) nostalgia não é apenas o desejo por um lugar, mas por um outro tempo; (03) nostalgia não é apenas sobre um passado. A ânsia por viver um passado baseado pelas demandas do presente determina o futuro; (04) ao contrário da melancolia, a nostalgia pode ser compartilhada e unificar indivíduos.

Assim, o sentimento pode ser observado na coletividade da saudade, nos laços criados pela emoção, mas também na individualidade das sensações. A saudade pode tentar ser reparada com a presença de objetos deslocados, as relíquias.

Um problema neste deslocamento, aponta Boym (2001) é a confusão entre local de pertencimento do indivíduo diante do deslocamento. Em Las Vegas, cidade com monumentos e artistas deslocados do seu habitat natural, como num zoológico (para os vivos) e num museu (para as relíquias da morte/passado), este fenômeno é latente.

Levando em conta a nostalgia como uma outra noção de tempo e espaço e tendo Las Vegas como essa cidade fantasma, o pop soa como o chaveamento necessário para borrar as noções entre “local” e “universal” que propõem esta reconFiguração. Tanto Britney e Michael, quanto os monumentos, tornaram-se ícones populares na memória coletiva. Boym acredita que, “ao contrário da melancolia, que se limita aos planos de consciência individual, nostalgia é sobre a relação entre biografia individual e a biografia de grupos ou nações, entre memória pessoal e coletiva” (BOYM, 2001, p.14 e 15).

Pensar tais conexões aproxima o conceito de nostalgia da própria definição de *fandom*, nos ajudando a entender que este grupo de apreciadores de um objeto possui elos entre si e os produtos, que são alimentados por laços criados a partir de uma sensação de pertencimento ao objeto. Tal noção parece surgir a partir de: a) os laços de amizades criados a partir do ídolo com outros fãs (nostalgia compartilhada); b) a sensação de proximidade simulada pela distância com o ídolo, elemento agenciador da nostalgia; c) memórias de local ou tempo que conectem biograficamente o fã ao ídolo de uma forma íntima, como por exemplo, uma banda que se ouvia na escola.

Rides é o espaço em Las Vegas que simula Veneza, incluindo rios e passeios de barco. A atração disputa audiência com a Estátua da Liberdade que tem metade do tamanho original que fica bem em frente de uma *skyline* nova-iorquina cenográfica. Na rua de trás, o Cristo Redentor já citado. A ponte do Brooklyn vem em seguida e, caminhando um pouco mais, a arquitetura da rua nos prepara para receber uma Torre Eiffel com 165 metros de altura no Hotel Paris. Ao lado, o hotel *Venetian* simula as ruas de Veneza.

As residências musicais que convivem com os estes monumentos cidade começaram há 47 anos com Elvis Presley num formato parecido com o de Britney: retorno aos palcos após intervalo na carreira por problemas pessoais com shows semanais em hotel da cidade. Entre Elvis e Britney já vieram Celine Dion, Cher, Elton John e Shania Twain. A ideia agora passaria a ser atrair o público jovem para a cidade e renovar o fluxo mercantil. Britney foi a primeira da nova geração, seguida por Mariah Carey, Jennifer Lopez e Pitbull, além de DJs mundialmente famosos.

A Las Vegas que conhecemos hoje, ostentando cassinos e shows, nasceu na década de 1930 com a liberação do jogo no local. Outro marco que ajudou na transformação da área foi a criação do Flamingo Hotel & Cassino em 1946. Quase duas décadas depois, com a concentração de resorts, cassinos e centros de compra na Las Vegas Boulevard, mais popularmente conhecida como Strip, a cidade vem se tornando ainda mais próxima do que vemos hoje, recebendo seu primeiro show no formato de residência.

Elvis, dono desse feito, se apresentou pela primeira vez em 1969 no antigo International Hotel, hoje Westgate Las Vegas Resort & Casino, moldando um formato de espetáculo fixo que continua até hoje: apresentação de seus maiores sucessos, encabeçada por um *single* inédito para celebrar o show, dentro de um Hotel/Cassino, com temporadas de exibição. Mais tarde naquele ano, Elvis lançou a faixa “*Suspicious Minds*”, que chegou ao primeiro lugar da Billboard, garantindo uma reenergização do seu show, que contou com 700 apresentações, chegando ao fim em 1976, quando o artista volta a fazer turnê.

Quase 45 anos depois do show de Elvis e de Vegas apresentar shows fixos de Celine Dion, John Lenon, Shania Twain e Lionel Richie em retrospectivas e homenagens a momentos icônicos de suas carreiras, a cena pop da cidade recebe Britney com o mesmo formato. Cada residência acontece dentro de um hotel, como se ali, de fato, se tornasse a casa do artista, é como a imitação de grutas e igreja das animitas, todas remetendo a seu

passado. O show de Britney Spears, a exemplo, é inteiramente dublado, cada música fazendo uso do vocal original da época.

Foram 90 minutos de show durante a estreia, em novembro de 2013, enquanto a autointitulada “artista de estúdio” caminha pelo palco executando o mínimo dos passos de dança que a tornaram famosa, além de usar peruca para encenar seus penteados famosos pré-raspagem de cabelo e uma maquiagem que simula músculos para relembrar sua forma de outrora. Cenários e figurinos remetem a suas apresentações mais famosas.

“Las Vegas é cemitério de elefantes do pop, como Britney Spears e Elton John”, diz manchete da Folha de São Paulo, que continua: “Segundo essa popular história zoológica, quando um elefante fica velho e sente que vai morrer, caminha na direção de uma determinada área naquela região para morrer ali. Quase sempre vários esqueletos de elefante são achados juntos, caracterizando um cemitério”. A reportagem, assim como de outros veículos internacionais, questiona o que Britney está fazendo por lá, uma vez que sua carreira continua ativa nas principais paradas de música dos Estados Unidos, mesmo que ela ainda se pareça um “zumbi”, como dizia o vocalista do Foo Fighters.

A resposta está no novo modelo de negócio que a cidade coloca em prática: atrair clientela mais jovem para se tornar um grande centro de música eletrônica e que faça o dinheiro circular ainda mais pelos cassinos que financiam os shows. Boates subterrâneas gigantescas estão sendo construídas na cidade para simular a cena alternativa eletrônica da Europa e DJs como Tiesto já começaram a se apresentar na área. No entanto, Vegas, assim como um Museu, vive da criação de uma narrativa imersiva, sustentada pela nostalgia. Britney nos chama atenção por ser a única que apresenta um show completamente dublado.

Há aqui o que nos parece ser uma cidade fantasma norteadada pela nostalgia desses monumentos, que promove uma noção herotópica do conceito de “lar”:

*The danger of nostalgia is that it tends to confuse the actual home and the imaginary one. In extreme cases it can create a phantom homeland, for the sake of which one is ready to die or kill. Unreflected nostalgia breeds monsters. Yet the sentiment itself, the mourning of displacement and temporal irreversibility, is at the very core of the modern condition.* (BOYM, 2001, P. 14,)

Levando em conta a nostalgia como uma outra noção de tempo e espaço e tendo Las Vegas como essa cidade de mortos, o pop soa como o chaveamento necessário para borrar as noções entre “local” e “universal” que propõem esta reconFiguração. Ainda com base na definição da autora, podemos tentar entender melhor para explicar a sensação do

show dublado de Britney: “*Unlike malancholia, which confines itself to the planos of individual consciousness, nostalgia is about the relationship between individual biography and the biography of groups or nations, between personal and collective memor*” (BOYM, 2001, p.14 e 15).

Pensar tais conexões aproxima o conceito de nostalgia da própria definição de *fandom*, ajudando a entender que este grupo de apreciadores de um objeto possui elos entre si e o produto que são alimentados pela nostalgia criada a partir da primeira sensação de “*home*” que o objeto desperta, podendo ser: a) os laços de amizades criados a partir do ídolo com outros fãs e que nos remete a quanto Boym fala sobre uma nostalgia compartilhada; b) a sensação de proximidade simulada pela distância com o ídolo, elemento agenciador da nostalgia; c) memórias de local ou tempo que conectem biograficamente o fã ao ídolo de uma forma íntima, como por exemplo, uma banda que se ouvia na escola e que remete a estes tempos que não voltam, como diz também a autora sobre a ânsia por um tempo e, não necessariamente, um lugar. (BOYM, 2001).

“Eu ainda amo Britney Spears e ir a Vegas fez eu me sentir como se eu fosse uma adolescente nos anos 90 novamente”, diz uma usuária no TripAdvisor, site especializado em avaliação dos usuários sobre pontos turísticos, hotéis etc.. Gary Bongiovanny, editor da revista de concertos Pollstar, afirma: “Acho que é uma boa aposta para Vegas visto que há muitas pessoas que foram adolescentes com a Britney e que agora têm a sua idade.”

É uma brecha no tempo direto para os anos 90, mas ao mesmo tempo traz os hits mais novos de Britney que a projetam para o futuro na música, nos fazendo retomar a ideia de Boym (2001) de que o presente aciona uma nostalgia do passado e que, por sua vez, guia a expectativa do futuro.

O local dessa nostalgia de fato, se confirma como um contraespaço. Essa noção de casa que se cria nos contraespaços não existe em Las Vegas, existe no público, no imaginário na fruição. São espaços onde “todo mundo pode entrar, mas, na verdade, uma vez que se entrou, percebe-se tratar-se de uma ilusão e que se entrou em parte alguma” (FOUCAULT, 2013, p. 27.).

Um destes espaços é o teatro que hospeda o show. Nele, como já mencionado, Britney dubla durante 90 minutos de show enquanto caminha pelo palco executando o mínimo dos passos de dança que a tornaram famosa, além de usar peruca e uma maquiagem que simula músculos para lembrar sua forma de outrora. Há drags e covers mais parecidas com ela do que ela própria nesse momento – Calma! Ela foi recuperando o fôlego ao longo dos anos na residência.



O “lar” de Britney existe para o seu *fandom*, onde a noção de heterotopia se faz presente. Há um jogo na performance dela e na performance dos fãs, um jogo de encenações, mas que emanam sensações reais: Ela finge que canta, eles fingem que ouvem. Há quem, inclusive, discuta em grupos virtuais defendendo que o áudio do show é ao vivo. A banda também fazia Figuração na abertura da residência.

As tatuagens, as máscaras, se verificam como sendo uma tentativa de recuperação de pedras numerárias não de um lugar físico, mas de um local criado na virtualidade do passado. Um local suspenso, que tenta aterrissar em Las Vegas. É através dessa suspensão que verificamos, como dito, não só a divisão entre local e universal, mas o engendramento de ambos na virtualidade. A irmandade presente no fã é vista na união dos coros no show, nas conversas em filas, mas também nas análises minuciosas que os fãs fazem em fóruns das performances atuais de fragmentos que remetam ao passado: são melhores, piores ou iguais? O valor parece estar, de fato, na reiteração do passado de Britney. A irmandade desaparece na hora do fã disputar os melhores lugares na grade e por aí segue no formato de monarquia. Acaba o romance, volta o capitalismo ferrenho.

A ficção presente na dublagem numa apresentação de uma cantora pop transcende as questões de qualidade vocal para seus fãs e se reafirma para aqui como alicerce para a própria nostalgia do fã, um dos principais elementos de consumo para *fandoms* deste gênero. Enquanto isso, a ficção presente na voz dublada e nos elementos analisados parece ser uma das principais bases de sustentação da ideia de lar nostálgico composto por projeções holográficas do mito como alicerce do *fandom* deste gênero. O corpo monumento é um corpo nostálgico.

#### 4.4 “ANOTHER DAY, ANOTHER DRAMA”<sup>120</sup> : LIMINÓIDES URBANAS DO CORPO MONUMENTO

Um cantor que se apresenta através do seu espectro de luz. E que, além disso, acabar de anunciar mais um novo álbum de inéditas, que ironicamente se chama “Scream”. A notícia do disco póstumo foi anunciada pelo próprio cantor em seu Twitter, também póstumo. O CD já é seu terceiro lançamento pós-morte. A foto do cartaz de divulgação não poderia ser mais fantasmagórica: traz o reflexo do seu rosto numa nuvem de fumaça, com pássaros negros passando pelo canto de sua testa. Michael vai concorrer

---

<sup>120</sup> Trecho da letra da música “Piece of Me”, de Britney, lançada em 2007, que diz “Outro dia, outro drama”.

com outros lançamentos na mesma data (29 de setembro de 2017), sendo eles os novos discos da Miley Cyrus, Jennifer Lopez, Demi Lovato e Shania Twain. Desses discos, dois são de residentes de Las Vegas, J-Lo e Shania.

Figura 113 – Michael Jackson fantasma



Fonte: <https://www.vagalume.com.br/news/2017/09/05/scream-album-postumo-de-michael-jackson-pode-ser-lancado-dia-29-de-setembro.html>

De fato, não há um lugar mais fantasmagórico que Las Vegas: Michael Jackson ainda é uma das atrações da cidade, mesmo morto. Temos ainda, a fantasmagoria presente nos shows dos vivos: a voz dublada dos shows de Jennifer Lopez, Britney, Cher, Celine, Mariah, entre outros. Até nos retornos de Elvis Presley à sua própria carreira nas décadas de 1970 e 1980, todos encenados em Vegas, já havia a lógica da fantasmagoria. Aliás, não estaria a fantasmagoria sempre presente na noção de “retorno”? O primeiro retorno de Britney foi em 2008, após seu colapso em 2007, e ela volta como uma aparição. Há aqui a necessidade de sua presença remeter ainda mais a sua Figura ao passo que sua equipe recontrata todos os profissionais que a tornaram famosa no começo de carreira, como o produtor Max Martin, criador de “...Baby One More Time”, Wade Robinson, um dos coreógrafos de “I’m a Slave 4 U” e diretor criativo da sua turnê “Dream Within a

Dream”, de 2001-2001 e dançarinos antigos. Todos fantasmas do passado, presenças constantes das memórias do fã.

Em Vegas, no entanto, há ainda fantasmagorias de outras ordens, como o fantasma da sorte que acompanha os jogadores nos cassinos. Há também fantasmagorias nos monumentos e cenários erguidos pela cidade, todos réplicas de monumentos famosos de vários locais do mundo. Reflexos. Como se não bastassem, há as luzes e o gelo seco que simulam os shows de dança, de mágica, de canto. Entretenimento forjado pela ilusão de liberdade. Podemos beber sob céu aberto em Vegas, caso raro nos Estados Unidos, com exceção de que o céu da cidade, em sua grande parte, é uma pintura no gesso dentro dos resorts e dos cassinos, que com a ajuda de luzes reproduz as transições de horário, colorindo as pinturas. O tempo, em Las Vegas, parece regulado pela necessidade do capital, que gera, por sua vez, a fantasmagoria da diversão regulada. Este último fantasma acompanha o turista em toda a área urbana: você pode fazer o que quiser, contando que esteja dentro do que a leis da cidade te permite. A máquina do entretenimento está em ação. Nem da calçada podemos desviar, pois os caminhos em Vegas, para quem está a pé, são trilhados por grades e escadas rolante que desaguardam aonde o capitalismo deseja, num shopping, na loja que pagou mais para ser a primeira do percurso guiado.

Conhecida por ter, em sua maioria, um público apático durante seus shows, a verdade é que estamos diante de uma certa domesticação dos indivíduos em Las Vegas, no meio do deserto. Falando pontualmente dos fãs de música pop que vão aos shows já descritos, a situação se agrava: estes são constantemente repreendidos por chorar, dançar, gritar ou expressar de qualquer forma exacerbada o amor pelo ídolo. Las Vegas é, talvez, a melhor forma de visualizarmos a máquina: há deserto, centro, margem, o “outro”, a normatividade e, para além de tudo isto, a vigília.

Um desses fãs, brasileiro, relata ter sido escoltado para fora do teatro Axis em 2015, onde acontece o show da Britney Spears em Vegas, dentro do Miracle Mall, shopping que por sua vez fica no Planet Hollywood Resort & Cassino. Lá, o fã foi proibido de retornar ao local, segundo relato do próprio, pois as suas reações, tais como choro, grito excessivo e os primeiros sinais de desmaio, na grade, de frente ao palco, quando viu seu ídolo, teriam incomodado público e artista. “Foi o pior dia da minha vida, o que eu esperava que fosse o melhor. Eles [os seguranças] não tiveram nenhum pouco de empatia. Eu apenas me abaixei por que quando a vi fiquei tonto, passei mal. [O segurança] me pegou pelo braço, me tirando dali”, relata o fã. “Eles me propuseram a ficar nas cadeiras, bem no final [da plateia]. Eu não aceitei de maneira nenhuma, já que

eu tinha pago pelo *golden circle*”, conta o fã, que continuo se recusando até que chegaram mais seguranças e disseram: “agora é ou rua ou prisão”, e que caso ele fosse visto nas proximidades do hotel, chamariam a polícia. “Me senti terrível, como se eu fosse um marginal”, finaliza.

No mesmo dia o fã postou seu relato no grupo “B-army Brasil” e recebeu dia de outros fãs, que o orientaram a procurar uma antiga assistente pessoal da Britney, hoje responsável por levar os fãs em passeios comprados aos bastidores do show, Felicia Cullota, e que explicasse a ela o ocorrido. O fã então a encontrou e ela chamou algumas outras pessoas da equipe para averiguar a situação, junto com os seguranças, que afirmaram na frente do fã e, desta vez da equipe, que “que achavam que eu estava drogado e que isso atrapalharia o show”. O fã estava apenas em transe diante da presença. Britney foi seu corpo de transito, corpo de transporte ao aparecer tão perto dele. Felizmente o brasileiro conseguiu, depois de muito reclamar, um outro ingresso assistir ao espetáculo, mas desta vez nas poltronas e com seguranças o supervisionando. Sob aviso da própria equipe para que ele se controlasse durante o show. “Ela me deu outro ingresso mas pediu que eu ficasse na minha, que fosse contido. Resumindo, achei o show uma merda. Não teve emoção alguma. Eu estava era com medo de estar lá”, explica.

Além do incômodo com os seguranças, surgiu ainda outro ator de vigília: Mas me incomodei nas cadeiras também. Queria assistir o show de pé, não ia ficar sentado nas músicas animadas. E veio uma garota pedir pra eu sentar porque ela não conseguia ver a Britney”, conta, lembrando ainda que ele permaneceu em pé, o que faz a garota retornar mais duas vezes, da última, ficando ao lado do fã. Nesse momento teria chegado uma funcionária que cuida dos assentos e pedido para a garota sentar, foi então que o brasileiro optou por sentar também, com medo dos seguranças retornarem e o expulsarem novamente.

Em 2015, mesmo ano do fã anterior, fui ao show de Britney em duas datas (23 e 24 de outubro). Na primeira vez fiquei no “Golden Circle”, área mais próxima ao palco, único lugar do teatro onde não há poltronas, no qual se fica em pé o show inteiro. A guia do “backstage tour”, Felicia Cullota, conta que os ingressos desse “foço” são mais baratos porque os americanos não gostam de ficar em pé, por isso as cadeiras, mesmo que mais longes, são mais caras.

Nessa área fui portando uma bandeira do Brasil. Ao içar a bandeira logo na primeira música, um segurança do teatro cortou todos os fãs para chegar até mim. Eu estava na grade, na primeira fila, e ele vinha dos fundos do foço. Ele então tentou puxar

minha bandeira, alegando que era proibido “flagging” no local, o qual não informa isso antes do show. Pela ferocidade do segurança, entendi que caso eu não cedesse, seria expulso. Até que outro segurança, dessa vez um da equipe da Britney, que fica plantado entre ela e a grade, entreviu e pediu apenas para que eu não jogasse a bandeira no palco. Acordo feito amigavelmente, precisei esconder minha bandeira durante o resto do show, mas vira e volta levantava discretamente. No final do show, levantei mais uma vez, pois mesmo correndo o risco de ser expulso, o show já estava para acabar. Havia encontrado um dos dançarinos antes do show, passeando pelo saguão do hotel e aproveitei para perguntar se ele poderia pegar minha bandeira durante o espetáculo. Ele disse se estivesse perto de mim durante o finalzinho da apresentação, poderia sim pegar a bandeira. Descobri então o motivo pelo qual ele disse isso, mas não exitei em levantar no momento combinado e deu certo! O Mikey Pesante acabou pegando minha bandeira e estendendo-a embaixo de um globo metálico, uma espécie de nave, a qual leva Britney embora do show.

No segundo semestre de 2017, um fã foi preso por ter subido no palco da cantora, sem permissão. Em entrevista subsequente, ele alegou que estava dançando na plateia, tendo sido repreendido diversas vezes por seguranças do local, que o informaram sobre a conduta esperada e que só era permitido dançar daquele jeito no palco – fazendo referência à Britney em si. – Foi então que, desafiando o segurança, ele subiu no palco, alegadamente para “dançar”. O fã foi detido logo em seguida, ainda lá em cima, enquanto Britney foi isolada e depois levada embora do palco. O fã terminou fichado por reagir ao ataque dos seguranças.

Durante a renovação da residência, em 2016, Britney lançou o álbum “Glory”, que ficou em terceiro lugar no Billboard Hot 200, contabilizando vendas físicas e digitais, posição melhor que o “Britney Jean”, álbum do single “Work Bitch”, lançado junto com o anúncio da residência. Desses álbuns, os *lead singles* (carros chefe) ficaram em décimo segundo lugar no Hot 100 da Billboard, enquanto “Make Me...”, do “Glory”, ficou em décimo sétimo. Vale ressaltar que Britney ficou de 2008 a 2016 sem fazer qualquer apresentação fora de Las Vegas, incluindo performances em programas de televisão, como Talk Shows e Awards nos EUA, Japão e Reino Unido, agenda típica dos lançamentos dela até o álbum “In The Zone”, de 2004. Em 2007, Spears fez uma única apresentação de divulgação, a infame “Gimme More” no Video Music Awards 2007, onde já havia se apresentado quatro vezes: a primeira com “...Baby One More Time” e seu visual colegial em 1999, junto com o NSYNC; a segunda com o *strip tease* no cover

de “I Can Get No (Satisfaction)”, medley com “Oops!...I did it again”, em 2000; no ano seguinte foi a vez da cobra albina, em “I’m a Slave 4 U” em 2001; Em 2003, dois meses antes do lançamento do seu álbum “In The Zone”, dando sequência ao “Britney de 2001, Spears se apresentou com um cover de “Like a Virgin”, fazendo dueto com sua amiga de infância Christina Aguilera (as duas atuaram juntas no programa infantil dos anos 90, Clube do Mickey, da Disney) e se lançaram como artistas teen solo em 1998 (Britney) e 1999 (Aguilera). A mídia, naturalmente, jogou uma contra a outra e criou mais um caso de rivalidade entre cantoras mulheres. Em 2002, Aguilera saiu em turnê com Justin Timberlake, também amigo de infância de ambas, por ter feito, junto com elas e o ator Ryan Gosling (“La La Land”, 2017) o programa infantil da Disney. A parceria de Xtina, como é apelidade pelos fãs, com Justin, veio após a separação do casal de “príncipe e princesa do pop”, como a mídia *teen* chamada Britney e Justin, namorados de longa data.

Britney havia traído Justin com o coreógrafo e amigo de ambos, Wade Robinson. Wade, que tinha a mesma faixa etária dos dois na época (19 anos em 2001), havia produzido naquele ano a maior turnê de Spears até hoje, a “Dream Within a Dream Tour”. O show rendeu o primeiro e único especial da cantora para HBO, o “Live From Las Vegas”, divulgando Britney, visualmente, como a reencarnação de Elvis. O VT oficial de divulgação do show, traz Spears vestida do clássico macacão branco estilo Elvis, com os dizeres: “Para seu primeiro show ao vivo, Britney Spears escolheu uma cidade como ela: sempre pronta para se divertir, um pouco perigosa, e com o tipo de tensão alta [aparecem os letreiros da cidade em sobreposição a Figura dela na tela] que te dá arrepios, deixando você com vontade de voltar para mais”. Ao final do vídeo de 30 segundos, Spears entona a voz com um grave e diz “Thank you, thank you very much”, de uma forma meio caricata, encarnando Elvis. No entanto, perto das réplicas de Las Vegas, com seus jardins de plástico, demolições e de uma avenida que, de forma frenética, encena e apaga o passado, junto com o futuro, mas ao mesmo tempo, está em outra dimensão onírica-camp, poderíamos mesmo julgar a imitação de Elvis feita por Britney? Nos resta dançar na avenida pop, onde Spears volataria aos palcos em dezembro de 2013, no réveillon, para a primeira apresentação de “Work Bitch”, a qual não seria televisionada, forçando o público a ir para a cidade dos “Mil e Uns Elvis”

#### 4.5 “QUICKSAND”<sup>121</sup> : Peregrinações à Animitas

“Todo o show é uma fantasia, um sonho. Nada daquilo é real, exceto o amor [que eu sinto] pelo Michael”, diz Vitor Augusto, que viajou de São Paulo à Las Vegas em uma peregrinação para ter uma experiência sensorial ao ver seus ídolos ao vivo: “sem dúvida foi pra sentir na pele como eh vivenciar tudo aquilo”, explica.

Vitor não é apenas fã de Michael Jackson, mas também de Britney Spears e Madonna. Ele é o que Matt Hills (2015), pesquisador de fandom da Universidade de Aberystwyth, chama de fã transversal, dentro do conceito de “transfandom”. Para ele, o conceito diz respeito a quando um indivíduo se considera fã de vários produtos relacionados entre si (HILLS, 2015, p. 160). O autor acredita que esses fãs transitariam não apenas entre produtos distintos, mas também entre diversas versões do mesmo produto: refilmagens, adaptações etc., referindo-se a séries de televisão, seu objeto de estudo.

O fã-personagem deste texto se encaixaria na definição por declarar-se fã de Michael Jackson, Madonna e Britney Spears, três cantores pop – nessa respectiva ordem de importância, afirma em entrevista. A gradação trazida por Vitor entre seus objetos de idolatria nos faz questionar a proposta da classificação de Hills.

O autor não aborda gradações dentro da noção de transfandom. Não importa, para Hills (2015), se o indivíduo se considera menos ou mais fã de Michael ou Britney. O conceito prefere apontar questões sobre diferentes manifestações de gosto por um mesmo objeto e que, por conseguinte, desagua em conhecer outros elementos/ícones correlatos, que possam passar a ser de interesse do indivíduo.

“Descobri o Michael em abril de 2003 e desde então me apaixonei e não parei... Madonna foi em 2005 e Britney, bem, não sei de cabeça [o ano], [...] mas acho q foi lá na época de ‘Break The Ice’, o clipe [2007]”, relata ao lembrar que se tornou fã de todos os artistas não apenas por conta de seus videoclipes, mas também pela vida pessoal de cada um deles.

Michael começou a ter uma presença mais forte na vida do entrevistado em 2003, quando ele começou a duvidar das acusações de pedofilia que surgiram à época. Vitor se tornou fã de Madonna pelo visual do clipe de Vogue: “Foi um DVD de uma tia. Ela

---

<sup>121</sup> Título de faixa escrita por Lady Gaga e cantada por Britney, tendo Gaga nos vocais de apoio. Fala sobre um amor que está afundando em uma “areia movediça” (*quicksand*, em inglês).



deixou rolando pra me entreter num fim de semana, era o ‘The Immaculate Collection’. Foi amor a primeira vista quando vi Vogue”. Ele acredita que o ativismo político presente na vida pessoal e na carreira de Madonna garantiram uma atenção maior a ela.

Por fim, Britney: “ela é uma incógnita [...] eu amo as musicas da Britney pra dançar, pra superar os relacionamentos...me sentir sexy. Todos querem ser sexy igual a ela, né?”, diz.

Vitor tem 24 anos, mora sozinho em São Paulo. Saiu do interior do estado para a capital numa transferência do curso de publicidade da sua cidade natal (Jacareí). A escolha da graduação foi motivada pelos ídolos: “Mesmo que eu seja fã, eu os vejo como produto, então gosto de imaginar os conceitos de identidade visual, branding etc.”, diz ele.

Apesar de esta análise se deter numa tensão entre o show de Britney e Michael Jackson, o entrevistado conta que a motivação da perigração foi o show de Madonna, da turnê “Rebel Heart”:

Quando eu percebi que ela [Madonna] não viria pro Brasil com a turnê, eu pensei em viajar pra fora. Era julho e a turnê ia começar em setembro, já com boa parte dos ingressos vendidos. Tanto o dólar quanto o euro estavam altos, mas comecei a pensar em alguma cidade que teria mais valor, que eu pudesse aproveitar mais coisas além da Madonna.... foi quando eu lembrei da residência da Britney! Se sobrasse dinheiro, eu iria ver o show tributo do Michael também’

A flutuação do entrevistado entre gradações de gosto dos ídolos é frequente, o que problematiza ainda mais a ideia de transfandom, que soa binária, contrapõe-se à fluidez do comportamento dos fãs em geral, mas também especificamente neste caso. Por isso, optamos por classificarmos o personagem apenas com “fã”, saindo da hipótese preliminar de desenvolver a análise com base no conceito de transfandom.

A opção da técnica de coleta de dados através de entrevista se deu por acreditar que relatos da experiência de consumo poderiam ajudar a traçar um paralelo sobre a relação indivíduo-objeto de idolatria em espaço ao vivo, mas também para entender os motivos que o guiaram pela peregrinação. Dentro desta técnica, optamos pela entrevista não-estruturada, nela o entrevistado decide a construção de sua resposta. Elencamos ainda o tipo “estrutura focalizada”, na qual guio-me por tópicos, podendo expandí-los ou suprimí-los durante a conversa, ao encontrar pontos que interessem mais ou menos ao texto, buscando interpretar o que foi dito, através de uma análise do conteúdo das

respostas, como aponta Pedro Lincoln C. L. de Mattos (2005), professor da Universidade Federal de Pernambuco.

As perguntas foram feitas a fim de buscar uma compreensão de quais elementos guiaram a perigração a dois shows que compartilham características peculiares dentro do espectro de shows de música. Mesmo Michael Jackson já tendo falecido e Britney estando fisicamente presente, os dois shows são dublados. Em ambos temos reencenações imagéticas nas performances para simular o passado através de elementos cênicos – incluindo o corpo de dança como um desses elementos. Tanto “*Piece of Me*” (POM), da Britney, quanto “*One*” do Michael apresentam ainda uma estrutura narrativa semelhante no palco e no percurso até ele: memorabilia oficial espalhada em formato de museu na entrada do teatro, além de uma estrutura narrativa de retrospectiva durante os espetáculos, ambos sendo shows fixos em Las Vegas, conhecidos como “residências”.

As residências musicais em Vegas começaram há quase cinquenta anos com Elvis Presley num show em formato parecido com o de Britney e de Michael: retorno aos palcos após intervalo na carreira por problemas pessoais<sup>122</sup>. Entre Elvis, ao fim da década de 60, Britney e Michael, ambos de 2013, já vieram Celine Dion, Cher, Elton John e Shania Twain, entre outros.

“Las Vegas é cemitério de elefantes do pop, como Britney Spears e Elton John”, diz manchete da Folha de São Paulo, que continua: “Segundo essa popular história zoológica, quando um elefante fica velho e sente que vai morrer, caminha na direção de uma determinada área naquela região para morrer ali. Quase sempre vários esqueletos de elefante são achados juntos, caracterizando um cemitério”<sup>123</sup>.

Britney entra na cena musical da cidade destoando em parte dos artistas que já residem por lá. Em parte, por ela ainda ser uma competição ativa na principal parada de sucessos dos Estados Unidos, em disputa acirrada com artistas mais novos, como Katy Perry, por exemplo<sup>124</sup>. De outro lado, desde seu colapso em 2007 (internação em reabilitação), ela é considerada pela imprensa e alguns fãs, um fantasma de si mesma.

<sup>122</sup> Matéria de Corbin Reiff para site especializado Ultimate Classic Rock. Disponível em < <http://ultimateclassicrock.com/elvis-presley-las-vegas/> >. Acesso em 10 maio 2016.

<sup>123</sup> Matéria de Thales de Menezes para a Folha de São Paulo. Disponível em: < <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/06/1641779-las-vegas-e-cemiterio-de-elefantes-do-pop-como-britney-spears-e-elton-john.shtml?cmpid=facefolha> >. Acesso em 20 abril 2016.

<sup>124</sup> As duas cantoras lançaram músicas inéditas exatamente no mesmo horário do dia 16 de julho de 2016 às 00h. “Make Me”, da Britney, chegou ao topo da parada horas após o lançamento, deixando “Rise” da Katy Perry fora do top 10 com relação aos Estados Unidos.

De todo modo, o projeto de Vegas desde de 2013, quando Britney anunciou seu show, e o Cirque du Soleil anunciou o de Michael, passa a ser atrair o público jovem para a cidade e renovar o fluxo mercantil. Britney foi a primeira da nova geração, seguida por Mariah Carey, Jennifer Lopez e Pitbull, além de DJs mundialmente famosos.

“*Michael Jackson’s One by Cirque du Soleil*”, por sua vez, é considerado um “show tributo”, apresentado pelos bailarinos do Cirque, juntamente com imagens holográficas do cantor. Enquanto o show de Britney é apresentado pelo Planet Hollywood, resort voltado ao público mais jovem, o show de Michael acontece no Mandalay Bay, rede voltada à hospedes adultos e famílias.

Entre semelhanças e distanciamentos dos objetos, surgem algumas questões: numa cidade “fantasma”, repleta de esqueletos de artistas, um zoológico de monumentos que vão do Cristo Redentor à Torre Eiffel expostos em zonas que simulam seus países de origem, a peregrinação para Las Vegas em prol da experiência ao vivo desses artistas os transformaria em monumentos holográficos, mesmo que se tratando também de artistas vivos? E, por estarmos lidando com reencenações de passado e de lugares deslocados, seria a nostalgia o elemento motriz destas peregrinações? Estariam os fãs peregrinando sempre por algo que, na verdade, só existe dentro deles, como a visita a um túmulo?

As *animitas* são locais de culto comumente encontrados na cultura católica chilena. Trata-se de uma decoração religiosa no local de um falecimento, com cruzes, velas, cartazes, etc., pequenas capelas improvisadas, o que passa a se configurar como um espaço de orações e contato com a aura da vítima da “má morte”, como os chilenos chamam. O termo é um diminutivo de “ánima” do espanhol, sinônimo de “alma”.

Há uma estética particular desses locais, pesquisada por Oreste Plath na obra “*L’Animita: Hagiografía folclórica*” (2000), na qual ela estuda trinta *animitas* chilenas famosas. Neles, não há corpo enterrado e cria-se um local de devoção ao defunto. Além dos elementos já citados, deixa-se recados em papeis, fotos, terços na “Figura” do ídolo. Controem-se imitações menores de grutas, oratórios, capelas, para honrar a alma.

A criação de *animitas* é uma prática latino-americana, que para Plath (2000) se assemelha com a forma de cultos latinos à entidades religiosas, havendo então, um embricamento da noção da celebridade com a noção de divindade. Percebe-se na *animita*, como aponta Martín (2006), a criação de um lugar outro. Há “outra qualidade do espaço, onde os milagres acontecem. É a presença, na terra, de uma potência maior que as forças terrenas” (FERNANDES 1990, p. 118 apud MARTÍN, 2001). São espaços de imaginação, pois nem sempre tem-se destrossos do acidente, muito menos o corpo. O

local é simbólico, muitas vezes escolhido com base nos relatos desencontrados sobre a morte do indivíduo.

Aqui, proponho pensar os shows de Las Vegas na perspectiva das *animitas*, que retomaremos no quarto tópico do trabalho, uma vez que parece existir um esvaziamento dos corpos físicos pela peregrinação, pela tecnologia da dublagem (Britney) e pela holografia (Michael) em shows póstumos e homenagens à carreira de artistas ainda vivos.

Considerada uma experiência ritualística por Roger Aden, pesquisador de peregrinação de fãs e professor de comunicação da Universidade de Ohio, a peregrinação pode ser estruturada em três fases propostas na obra *“Popular Stories and Promised Lands: Fan Cultures and Symbolic Pilgrimages”*, publicada por Roger ainda em 1999, um dos cânones dos estudos sobre fã peregrino: (1) separação, (2) estágio liminar e (3) reagregação.

As três fases seriam entendidas como, respectivamente, o começo da jornada na separação do cotidiano do fã, a trajetória da viagem em busca do mito e do local sagrado e, por último, o retorno, o *“homecoming”* (ADEN, 1999, p. 152). É uma ideia imbuída de ritos de mudanças de locais físicos, mas também de estados sociais e mentais. Nos remetendo, ainda, ao mito do herói, de Joseph Campbell (2008).

O Monomito, termo usado pelo autor pela primeira vez em 1949, ou “Jornada do Herói”, como passa a ser chamado depois, divide-se também nestas mesmas três etapas: a de separação, iniciação e retorno. Para ele:

A aventura de um herói diante de um mundo com um cotidiano comum em uma região de maravilhas sobrenaturais: forças fabulosas são encontradas lá e uma batalha decisiva é vencida. O herói volta da sua misteriosa aventura com o poder de conceder bênçãos aos seus semelhantes<sup>125</sup>. (CAMPBELL, 2008, p. 23.)

Se podemos traçar um paralelo entre o pensamento dos dois, mais forte ainda se torna o laço entre a citação que abordamos e comportamentos hierárquicos de fãs de música que buscam shows ao vivo. Assim como os heróis de Campbell, eles vencem sacrifícios durante a peregrinação, conseguem superar as adversidades e ter a experiência

---

<sup>125</sup> T.N.: “A hero ventures forth from the world of common day into a region of supernatural wonder: fabulous forces are there encountered and a decisive victory is won: the hero comes back from this mysterious adventure with the power to bestow boons on his fellow man”.

com seu ídolo. Logo após, retornam compartilhando suas experiências em fóruns, encontros e ostentando objetos comprados na loja oficial do show, etc.

Aden (1999) propõe uma comparação entre peregrinação de fã e peregrinações religiosas, já tão debatidas nos estudos sobre viagens de fãs. Nesta interlocução estão em jogo questões como o pedido por uma graça, o esforço para justificar o pedido e o recebimento desta diante de uma força maior, que se conFiguram na tríade “pedido-milgre-promessa”, estudada por María Eloísa Martín (2006) na sacratização em vida e póstuma da cantora de cumbia argentina, Gilda.

Apesar de não ter o termo “peregrinação” como centro dos seus estudos, Martín tensiona visitas dos fãs à *animita* de Gilda, uma cruz que marca o lugar de sua morte, sem corpo presente, fazendo uma análise da persistência pós-morte da estrela.

Assim, mesmo o corpo da cantora não estando enterrado no local, elemento comum nas *animitas*, há os destroços da tragédia que a matou, um microônibus contorcido coberto por ferrugens. Nele, há “o banco de Gilda”, onde ela sentava antes de falecer no acidente:

É ali, em meio a centenas de lenços atados ao teto e janelas sem vidro, junto a algumas imagens religiosas (uma Virgem de Luján, um quadro do Sagrado Coração, vários santinhos, dezenas de rosários de plástico) e observando a poltrona quase sem estofamento “na qual viajava Gilda”, que muitos se detêm a orar e a deixar seus ex-votos, mas ao qual muitos outros não se atrevem a subir porque sentem medo ou porque lhes provoca uma profunda tristeza. Ali se torna tangível a conexão íntima entre tempo e espaço, como o cronótopo de Bakhtin (1981: 84): um “tempoespaço” no qual o tempo adquire corpo e se torna artisticamente visível, enquanto o espaço aparece carregado do fluxo do tempo e da história.  
(MARTÍN, 2006, p. 33)

O valor do corpo do artista é então colocado em jogo na peregrinação, uma vez que, assim como na *animita*, o corpo físico parece se diluir na experiência narrativa geográfica do peregrino, na sua própria identidade construída através da identidade do ídolo, na imaginação. Aqui, chamamos de “reliquias da morte”<sup>126</sup> os elementos encontrados em *animitas* e que, de alguma forma, narram a tragédia ou ajudam na reconstrução de locais sacros. A visita às *animitas* se destingue do nosso estudo por não haver uma estrutura física preparada para a comodificação do culto à cantora, ao contrário

<sup>126</sup> Termo inspirado na obra “Harry Potter e as Relíquias da Morte”, da autora J.K. Rowling (2007). Na obra são três objetos deixado com herança pela personificação da morte para gerações futuras. Tais objetos ajudariam a evitar a morte do indivíduo que o possuísse.

do que percebemos em Las Vegas. No entanto, se aproxima por percebemos que mesmo tendo uma proporção menor, em questões estruturais, se compararmos uma *animita* com o teatro de 13.000 lugares, onde acontece o show póstumo do Michael, o ritual de peregrinação parece ser semelhante.

A peregrinação simbólica, que conectamos com a ideia de *animita* neste trabalho diz respeito a possibilidades de viagens “sem sair do lugar” (*travel without moving*). Brooker (2007) fala sobre a relação que o indivíduo cria com o objeto de idolatria e sobre a possibilidade de, através da narrativa proposta pelo ídolo ou texto, acontecer um processo de imersão. Este fenômeno, para o autor, pode ocorrer ao assistir uma série de televisão, por exemplo. Aqui, pensando dois ídolos da música pop, significa reafirmar que a peregrinação não necessariamente precisa da presença do corpo do ídolo, tal qual as *animitas*.

É possível peregrinar para conhecer a cidade natal do ídolo, passar por cenários de gravação dos seus clipes, arenas onde grandes DVDs foram gravados, ver objetos autografados, ou seja, visita-se relíquias. Além disso, como já bem estabelecido por Brooker, é possível viagens interiores enquanto se escuta estes artistas, assiste aos shows gravados etc.

Adicionamos a possibilidade de peregrinação em homenagens e reencenações: shows de covers, onde o figurino é copiado, assim como as coreografias e os trejeitos, além de outros elementos cênicos. O show do cover parece ser onde os dois tipos de peregrinação, simbólica e física, se materializam.

Vitor estava na fila da residência de Britney Spears em Las Vegas em outubro de 2015. Ele era um dos três primeiros, único latino até então. O primeiro fã da fila doa dia 23 era um americano de Nova Iorque, chamado Jonffen. Ele havia acabado de ceder o lugar dele ao brasileiro porque achou que ele merecia mais. O americano de 29 anos se disse fã de Britney desde 1997, quando ela começou a lançar músicas demo em fitas cassete, mas achava que ter ido do Brasil para Las Vegas concedia a Vitor um valor que sobrepuja qualquer outro.

Há alguns sistemas de medidas para dar valor a um fã. Um deles, que percebemos na fila da Britney foi, respectivamente, deslocamento (grau de peregrinação física) e, depois, o tempo (em anos) de devoção, que entraria na lógica simbólica. Vitor, por exemplo, era fã desde 2007, mas havia saído do Brasil, enquanto o fã americano acompanhou toda a carreira, mas havia se deslocado menos. No entanto, Vitor só foi o primeiro da fila até que a equipe do teatro informou que os fãs que compraram o pacote

para conhecer a Britney (2.500 dólares contra 175 do ingresso de Vitor) seriam os primeiros a entrar no teatro. Temos então, o valor do enunciador: para equipe da Britney ou do teatro, o valor do ingresso naturalmente se sobrepõe ao do fã.

Antes da fila, Vitor havia passado por escala no Panamá e estava na cidade há um dia. Foram três meses de planejamento e noites sem dormir, diz. “Só relaxei quando fiz checkin no hotel. Foi minha primeira viagem para fora do país e eu estava sozinho”, relembra.

Ele havia se encantado com o hotel onde Britney se apresentaria: exposição dos seus figurinos famosos e imagens da cantora decoravam os elevadores e paredes do local. Fãs tiravam fotos rezando, outros reproduziam poses famosas dela na animita artificial. Mas a recepção do Michael Jackson chamou mais a atenção de dele: “É tudo muito interativo. Você entra e aparecem umas 10 pessoas tirando fotos com muitos flashes na sua cara, remetendo a perturbação de paparazzi na vida dele”, diz. O que o entrevistado chama de interativo, entendemos aqui como imersivo.

Além dos paparazzi, todos os funcionários do local estão vestidos de Michael Jackson e a loja oficial, além de itens do show em exibição, vende réplicas de camisas de turnês anteriores (reliquias da morte), por exemplo. Não há euforia para entrar, pois todos os lugares são assentos marcados. Ao contrário de Michael, em Britney, há um setor na frente do palco para ficar em pé, o general admission standing – demarcando fruições de shows com presença física e sem.

Ao entrar no teatro de Michael, no palco estão presentes três objetos: um chapéu, uma luva e um sapato. Todas relíquias digitalizadas em três dimensões (holografias), relata Vitor. Elas ficam girando dentro de um cenário de caverna enquanto nos telões são exibidas manchetes falsas com pessoas aleatórias. Quando o show começa, três pessoas que estão sentadas na plateia sobem ao palco (atores) e dão origem ao show: cada um pega uma das relíquias e vai lembrando das fases do cantor, dando origem às performances em blocos, até chegar no clímax, quando Jackson aparecem também em holograma, como as três relíquias.

Ao questionar sobre a holografia, Vitor responde: “Eu nem sabia de quase nada do show. Não se tem informação dele na internet. Pouquíssimos vídeos. Não pode tirar foto, nem filmar - o que ajudou e muito a superar minhas expectativas como um todo”, diz, mas não foi o ápice, diz: “eu dispensaria totalmente aquilo, pois eu senti Michael em todo o ambiente, não precisava ter holograma”, ainda assim, “Chorei mais do que no show da Britney”. Ele atribui o choro à quantidade de elementos (reliquias) no teatro e a ter



sido mais impactante por saber que aquilo é o mais próximo do Michael que ele pôde chegar.

Outra diferença notada entre os espetáculos no relato é o regime de plateia, descrito pelo entrevistado da seguinte forma: “Britney a gente grita e canta. Eu estava em pé na área”. No de Michael, ele conta que estava sentado no centro do teatro e que ninguém cantava, mas que ainda assim se sentiu em transe. O entrevistado associa o que ele chama de transe ao fato de “ir sem qualquer expectativa”, diz. “Não sabia o que esperar do show. Aliás, eu não esperava muito, visto que não era ele lá no palco [...] tudo é uma tentativa de preencher algo que eu nunca poderei experimentar”, pontua. “O da Britney eu fiquei super feliz, mas não entrei em transe, sabe? Eu reparava nela, nos dançarinos, procurava olhar os detalhes de bastidores...reparava quando ela errava [...] então não tive sentimento algum de surpresa - mas ao mesmo tempo, nada como ver na grade.”. Talvez a humanidade de Britney nos erros tenha se contraposto com a grandeza da representação da aura sem corpo.

Após os shows, ele diz: “Foi o melhor final de semana da minha vida. Uma lição de amor próprio como nunca tive na vida. Provei para mim mesmo que tenho autonomia de fazer o que eu quero, sem depender de ninguém - e que eu mereço tudo isso, sabe? ”.

#### 4.6 “*I’LL FLY AWAY ON A TRIP TO YOUR HEART*”<sup>127</sup> : Primeira Viagem

Sabemos que a residência é artificialmente um show nostálgico, um espetáculo com os “melhores sucessos”, desde Elvis, mas que também traz álbuns novos, eventualmente. Músicas novas geralmente são adicionadas à narrativa, mesmo que por poucas vezes e poucas músicas, sem mudar muito o roteiro do show. Assim como um patrimônio histórico, ou tentando tombar o corpo monumento como um patrimônio histórico, Vegas irá, naturalmente, escalonar o passado.

Britney entra no palco, em 2013, no lançamento da “Piece of Me”, com uma roupa similar a que usou em 2000, no famoso *strip-tease* televisionado, na época, ao som do cover dos Rolling Stones, que aciona um *medley* com “Oops! ...I did It Again” no VMA 2000.

O clipe de “Oops!”, lançado antes da apresentação, não tem muito da performance: Britney está em marte, ou melhor, ela é um E.T. que, usando um macacão

<sup>127</sup> “Eu voareia numa viagem ao seu coração”, diz Britney em “Trip to your heart”, faixa do álbum “Femme Fatale”, de 2011.

vermelho, gosta de brincar com os sentimentos dos terráqueos (*I played with your heart, got lost in the game, oh baby, baby, Oops!*). Em Vegas ela abre o show dublando “Work Bitch”, música lançada treze anos após “Oops!”, usando um figurino parecido com o da performance do VMA 2000, num misto com seu corpo nu de 2004, coberto com diamantes, no clipe de “Toxic”. No palco em Vegas, uma peruca que lembra o cabelo ondulado da performance do VMA 2001, numa música inédita, aparece dentro de uma nave espacial, um globo, como no clipe de “Oops!”, quando ela desce para “brincar” com o astronauta que acaba de pousar em Marte. Em Vegas, só a silhueta de Britney se faz visível dentro do globo, enquanto os dançarinos “abrem espaço” em meio a cortina de fumaça que a nave traz. Eles usam cinza (a mesma cor usada pelos dançarinos do clipe de “Oops!” no vídeo de 2000), mas ao invés do cinza metálico e laminado, todos igualmente de vinil, com rostos à mostra, temos um corpo de baile opaco: tanto nas cores, quanto nas identidades. Os dançarinos de Britney, facilmente reconhecíveis para quem é fã há longa data, estão todos padronizados.

Figura 114 – Frame de Britney no clipe de Oops / Imagens otimizadas pelo fansite russo BritneyMedia.ru.

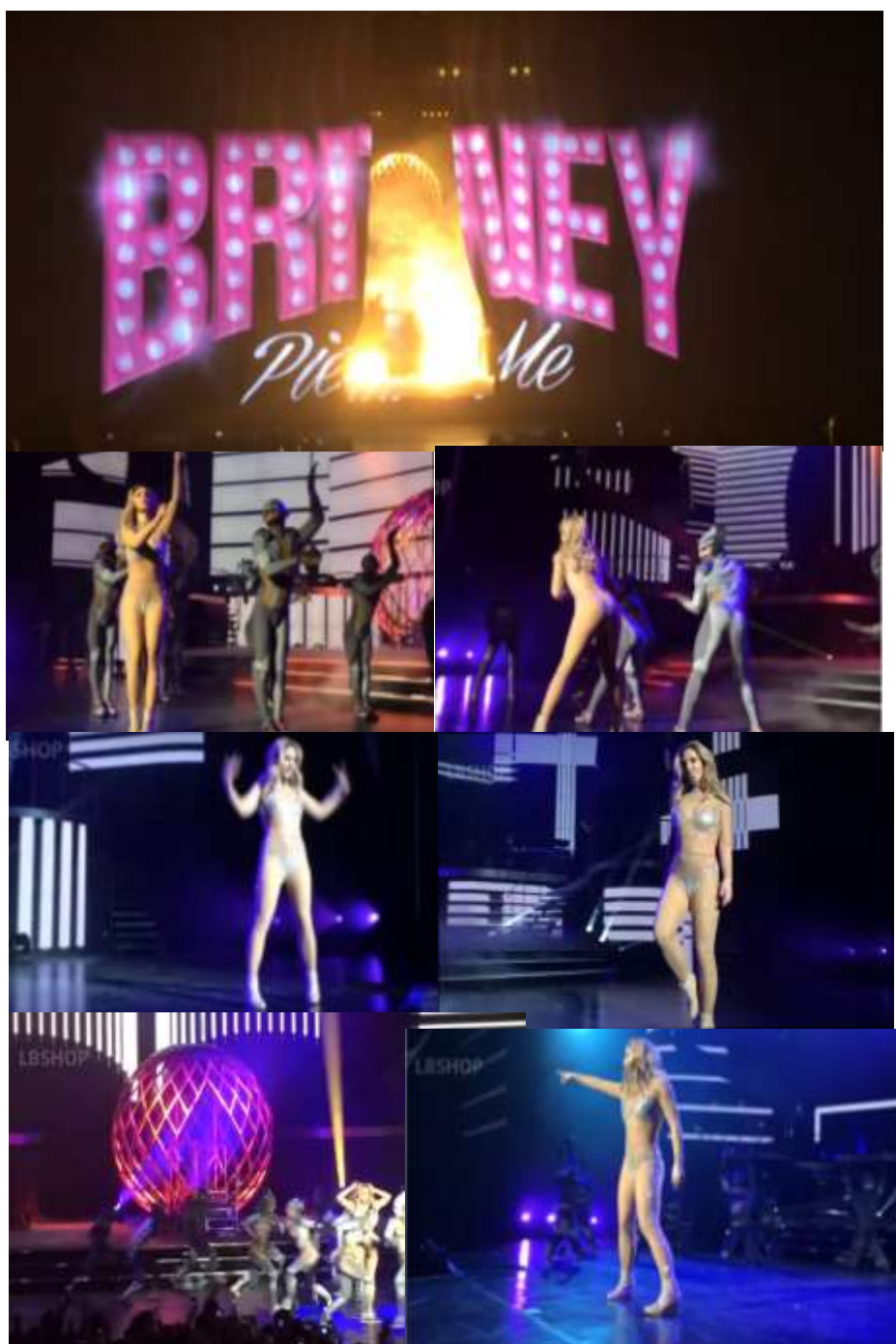


Fonte: Arquivo pessoal do autor / BritneyMedia.Ru

Enquanto isso, em Las Vegas, uma projeção nas cortinas mostram uma criança – uma atriz – brincando em seu quarto, cantando na frente do espelho. O áudio é um mix de barulhos futuristas espaciais com bordões recortados do catálogo musical da cantora, como “It’s Britney, Bitch” de “Gimme More” e “It’s been a While” de “Break The Ice”. Juntam-se às frases, algumas risadas dela, marca corriqueira em suas músicas. Se no começo de carreira suas risadas pareciam ser espontâneas nas faixas ou interlúdios das músicas no álbum, como no “Oops!”, disco no qual há diálogos entre Britney e suas amigas entre algumas músicas, sua risada, sonoramente, tem ficado cada vez mais forçada. Se em 2007, no álbum “Blackout”, durante o colapso o tom do riso era irônico,

agora é como se Britney não estivesse mais achando nada disso engraçado. Em meio a esses sons que ecoam de um passado não tão distante da cantora, imagens mostram a atriz mirim segurando um poá com plumas laranja sobre os ombros. O vídeo corta para Britney segurando “banana”, o nome da píton albina que ela coloca nos ombros no VMA 2001.

Figura 115 – Abertura do show de Vegas: Britney chega em uma nave



Fonte: Arquivo pessoal do autor

A nave revela, aos poucos, o figurino que mescla 2000 com 2004, ambos mostrados abaixo:

Figura 116– Britney finaliza com “Oops!” o VMA 2000 / Frame do clipe “Toxic” de 2004.



Fonte: Arquivo pessoal do autor / Jive Records

Quando chega a hora de “Toxic”, no último bloco do show, Britney reaparece em cenário inspirado no VMA de 2001, aquele da cobra. Ela está uma “floresta chuvosa”, em cima de uma árvore, tentando se salvar de uma chuva ácida, a qual cai no palco em formato de cortina de água e, nela, é projetado o nome da música.



Figura 117 – Fotos profissionais do primeiro show de Britney em Vegas



Fonte – Arquivo pessoal do autor / Splash News

Figura 118 – Acima, palco de Las Vegas em “Toxic”; abaixo, na segunda e terceira foto, palco do Video Music Awards 2001 em “I’m a Slave 4 U”



Fonte: Arquivo Pessoal do autor / DVD “Britney: The Videos” / Jive Records

Ainda na apresentação de “Toxic” em Vegas, 2013, Britney usa um visual mais sóbrio. Um maiô preto traz, como único resquício do VMA 2001, algumas pedras coloridas, como a da roupa original. No entanto, com a renovação do show em 2015,



novos figurinos são aderidos, deixando a performance ainda mais parecida com a do VMA.

Figura 118 – Britney com “banana” no VMA 2001



Fonte: MTV.com / Jive Records

Figura 120 – Toxic em Las Vegas (2013)



Fonte: Arquivo pessoal do autor / YouTube Canal Luminous



Figura 121 – Toxic em Las Vegas (2016)



Fonte: Arquivo Pessoal do autor

Mas e a cobra, “banana”? Ela ganhou novas cores e um ar mais sério, porém permanece na performance de “I’m a Slave 4 U”. Agora, a cobra reaparece preta, em formato de poltrona masturbatória: com diversos jatos de água, e com uma roupa que veio direto da performance de “Toxic” na turnê de 2004, “The Onyx Hotel”, um látex preto, ela passa metade da música sentada na cadeira, enquanto os dançarinos fazem uma orgia atrás, até que a “deusa” Britney, num clímax, junto com a cobra, goze. Apesar do conceito curioso, a performance vai morrendo, pois Britney parece aproveitar a cadeira para descansar, conforme os anos do show vão avançado. Felizmente, ela troca a cadeira por um mastro dourado (outra referência à banana ou reaproveitamento de um mastro exatamente igual que ela usava na turnê “Circus” em 2009, durante a performance de “Radar”? Provavelmente os dois).

Figura 122 – À esquerda, “Slave” em Vegas (2017), à direita, “Radar” na Circus Tour (2009)



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Figura 123 – “I’m a Slave 4 U” em Las Vegas / 30 de dezembro de 2013



Fonte: YouTube

O show pop tem, como cerne, um roteiro muito delineado, sendo marcado por poucas alterações *per si* (MASCARENHAS; LINS. 2015) A ideia é levar o mesmo show para lugares completamente diferentes, e ainda assim proporcionar a mesma experiência ao público. Ora, sabemos que, do ponto de vista da experiência, isso é algo impossível. Dos quatro shows que eu assisti em Las Vegas de Britney, além de minha mãe questionar: “mas você vai ver duas vezes o mesmo show pra quê?”, durante minha primeira viagem, em 2015, a pergunta retornou quando eu fui novamente em 2017. “Meu Deus. Dois shows dessa mulher não foram suficientes? E ainda é o mesmo show?”. Aproveito para responder a pergunta que norteou minha viagem não só enquanto eu ainda a planejava, mas durante: nas conversas nos aeroportos de Recife, Natal, São Paulo, Panamá, Atlanta, Nova Iorque e Los Angeles, dentro do avião, nos bares, lojas, ruas, em Orange County, Los Angeles, San Diego, San Francisco e até em Las Vegas, tanto nas ruas da cidade, quanto

no dia em que ganhei um ingresso VIP. Em todos esses lugares, exceto na fila do General Admission, a pergunta era a mesma, sempre questionando a quantidade de shows que eu assisti ou o simples fato de ser uma segunda vez. Lembro que, no segundo show da primeira viagem, eu aguardava dar seis da tarde, horário combinado com a Guia VIP do Backstage Tour, que eu faria naquele dia. Felicia, antiga assistente pessoal da Britney, hoje é uma senhoria muito fofa, que trata os fãs como filhos. Fui o primeiro a chegar e, atrás de mim, apareceram quatro amigas australianas. Na conversa, descobri que elas eram amigas de colégio, todas fãs da Britney na época, e resolveram fazer essa viagem depois de adultas para conhecer os Estados Unidos e, naturalmente escolheram Las Vegas por conta da Britney.

Elas começaram a me contar as expectativas para o show e algumas músicas que elas queriam muito ver e estavam animadíssimas, como “Sometimes”, segundo single da carreira da Britney e ignorada pela cantora desde 2004 em seus shows. Eu não me contive e precisei avisar para o grupo que não tinha “Sometimes” na “Piece of Me”. As fãs, incrédulas, possuíam a mesma idade que eu e começaram a brincar dizendo que era impossível eu saber de tantos detalhes assim. “É que eu assisti o show na sexta-feira”, expliquei. Em seguida, prontamente, uma delas, falou chocada: “Mas como assim você vai ver o mesmo show duas vezes?”. Expliquei que eu era fã há muito tempo e que por mais que os dois dias de show tivessem o mesmo roteiro, não valia muito a pena sair de tão longe e gastar tanto para ver só um show, podendo ver dois. Disse ainda que eu só não viria o terceiro show (são sempre três na mesma semana), porque eu iria para San Diego ver o show da Madonna, que aconteceria naquela mesma noite em Vegas.

Depois foi a minha vez de ficar chocado com elas: as cadeiras delas eram atrás da minha, relativamente distante do palco. É sabido que em um teatro com 4.000 mil lugares, ex- Aladdin e atual Axis, nenhum lugar de fato será ruim, já que ele tem o formato de arena e, no fim das contas, não é tanta gente. No entanto, eu não me deslocaria da Austrália para os Estados Unidos, e escolheria um lugar afastado do palco, tendo a opção de pagar por um mais perto. E a diferença de valor não era tão absurda: o *general admission*, que fica na boca do palco, não é disputado pelo turista que vai para Vegas, uma vez que lá não tem cadeira, ou seja, você passará horas em pé e precisará chegar cedo para ficar perto do palco. Poltronas mais distantes, por sua vez, principalmente as centrais, garantem atendimento exclusivo, lugar reservado e, no máximo, o turista baterá o pé no ritmo da música ou tentará uma *selfie* com Britney ao fundo.

É uma prática comum, nos Estados Unidos, só se levantar das poltronas, caso o artista peça, e mesmo assim, há quem reclame. No show da Britney, antes do espetáculo começar, um DJ toca uma playlist (a ordem das músicas foi a mesma em todos os shows que eu fui, tanto em 2015, quanto em 2017). Faltando cerca de meia hora para o show, a discotecagem é pausada e uma voz circense entoa um aviso de que Britney pede a todos para que se levantem e dancem o quanto quiserem durante todo o espetáculo, mesmo para quem comprou lugar marcado. A cara de choque do público nesse momento é sempre impagável. Em um dos shows, inclusive, que eu vi trechos nas redes sociais, Britney, no final, quebrou o protocolo de despedida (ela diz todo dia as mesmas frases) e gritou “eu desafio vocês a ficarem de pé, seus filhos da p\*). Quando as pessoas levantaram, atordoadas, ela falou num tom grave: “agora eu ordeno que vocês sentem”, e teve uma crise de riso.

A fila para o *general admission* começa cedo, por volta das 15h da tarde, ou da hora que o primeiro fã resolver chegar. Lá foi o único lugar em toda a minha vida onde eu não fui questionado pela quantidade de shows que eu veria, pela minha ansiedade na espera e pelos debates intermináveis – sim, duraram horas, até porque o show só começa por volta das 21h, no horário local. Tive a sorte de que o começo da fila, no meu primeiro show, em outubro de 2015, era composto por brasileiros, mexicanos e dois americanos, mas todos muito fãs. Ou seja, o papo rendeu até a abertura dos portões do teatro (que ainda não dão acesso ao palco em si), nos levando a um *hall* com exposições de figurinos da Britney, duas lojas oficiais e dois bares.

Figura 124 – Exposição de figurinos de Britney no Planet Hollywood



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Lá, é preciso fazer outra fila, desta vez, dividida em duas: há o *general admission* do lado direito e do lado esquerdo, e as entradas são por locais diferentes. Vence o mais ágil e o mais focado. Quem ficar petrificado olhando o icônico macacão vermelho em vinil na exposição (de “Oops!”) ou o figurino azul estilo aeromoça que Britney usou no clipe de “Toxic”, perde a vez.

Eu havia chegado na cidade naquele dia à tarde, com meu orientador, e planejamos almoçar antes de ir pro show. Obviamente nos perdemos em meio a tantas escadas rolantes e, depois de almoçar, na volta, do nada, percebi que eu já estava no Planet Hollywood e que já eram 17h. A sensação foi de estar nu em meio a uma multidão, nesses pesadelos clássicos. Isso porque já havia fila formada, eu não estava preparado psicologicamente para chegar “do nada” no local do show, sem a roupa que eu havia programado para usar, sem os ingressos, sem a bandeira do Brasil e sem o diadema com chifres vermelhos que eu havia comprado, para chamar a atenção da Britney na plateia – ela havia usado um adereço parecido alguns dias antes, durante o show, já que estávamos próximos do Halloween, época em que ela costuma se fantasiar no palco.

Eu não sabia o que dizer às pessoas da fila (como se eu devesse qualquer explicação por ainda não estar lá, junto com eles, mesmo sem nunca ter visto aquelas pessoas antes). Eu não sabia o que *me* dizer. Eu apenas fiz algumas perguntas para saber de onde eles eram e ver o quão fã eles se diziam ser para estar ali a essa hora, e corri para o hotel, há uns 15 minutos dali. Fui e voltei correndo, sem conhecer a cidade. No entanto, Las Vegas é um shopping, e eu, criado em Petrolina, sabia muito bem me virar ali. Aliás, a primeira reação que eu tive ao chegar na cidade, com a vista do aeroporto, foi dizer para meu orientador: “meu deus, eu rodei, rodei, e parei em Petrolina novamente”. A paisagem era exatamente igual a de um viaduto que fica na cidade onde eu cresci, que liga o centro à orla fluvial.

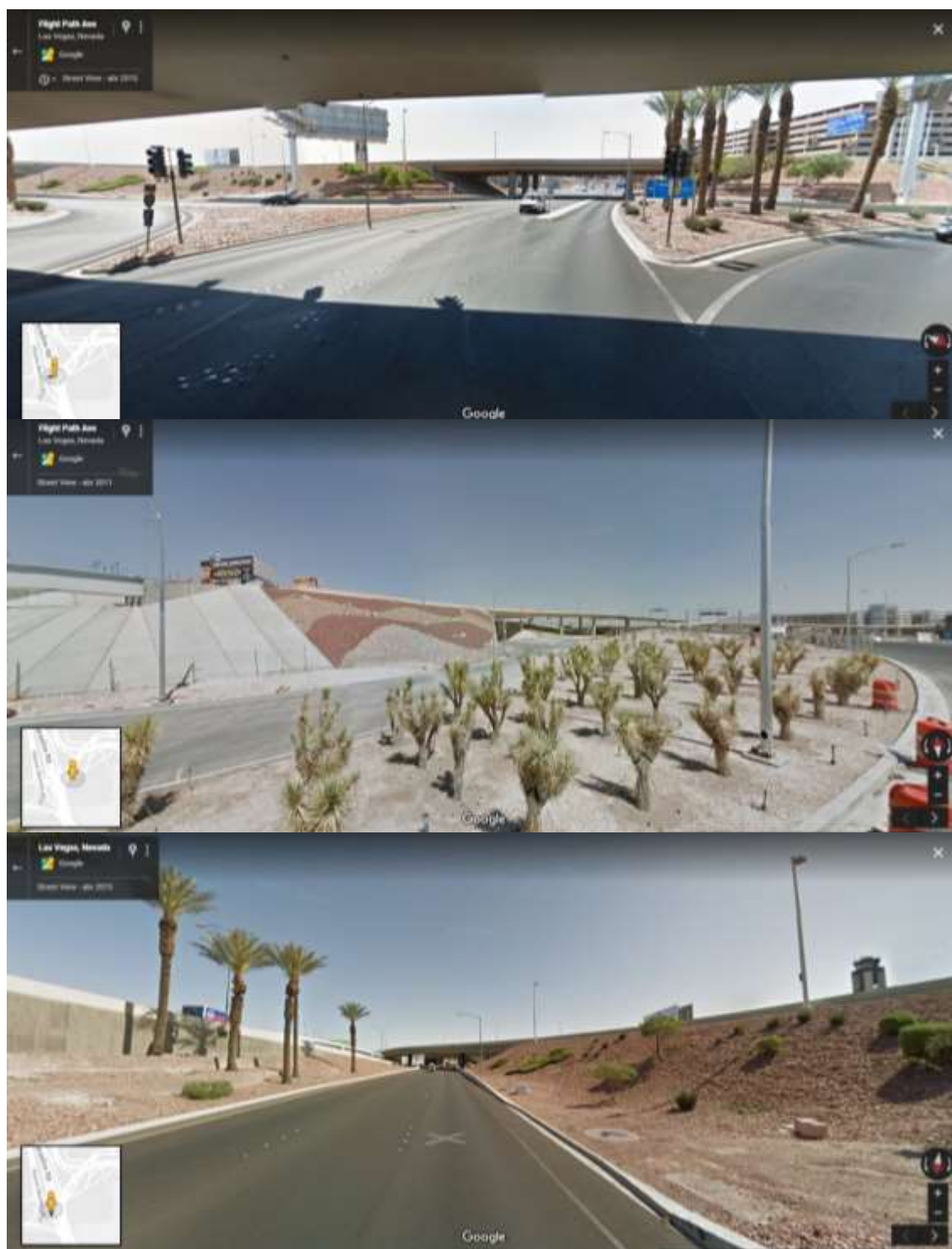


Figura 125 – Petrolina, PE, entrada da cidade por Juazeiro – BA



Fonte: Google Street View

Figura 126 – Las Vegas, NV, entrada da cidade pelo aeroporto



Fonte: Google Street View



A noção de lar do fã, nômade, se faz presente junto com a noção de caminho: o caminho é o lar. O lar é a sociabilidade contida na trajetória. A construção da noção de lar do fã, parece vir a partir exatamente desse entrelaçamento entre mundos. O lar do fã se faz na utopia, na encenação, tendo como referencial o seu objeto de consumo, nos caminhos pelos quais percorre agenciados por sua ficção. Caminhos que entram e saem desse mundo estriado com funções afetivas de desbravamento. A construção da noção de lar do fã, parece vir a partir da memória afetiva mediada pela diva. O retorno ao lar, tendo como referencial o seu objeto de consumo, está na fruição, nos caminhos pelos quais percorre agenciados por sua ficção, matéria não palpável da experiência estética.

Las Vegas usa o deserto como estrato para o que Michel Foucault (2013) chama de heterotopia. A cidade parece levar a ideia de miragem a transcender o ápice de hiper-realidade, se tornando então um simulacro urbano através de sua arquitetura, transmutando, para além de suas urbanidades, corpos e os transformando em corpos monumentos.

Monumento: obra arquitetural em ode à memória, numa tentativa de aniquilação do tempo terreno, de perpetuar um vulto ou acontecimento, com função memorial, seja refletindo fatos reais ou memórias artificialmente mediadas, de cunho universal. O termo “vem do latim *monumentum*, que por sua vez deriva de *monere* ("advertir", "lembrar")” (CHOAY, 2001 p.17), nos conta Françoise Choay na obra “A alegoria do patrimônio”. Assim, o conceito está intrinsicamente ligado a questões antropológicas numa tentativa de controle temporal. Temos aqui, talvez, uma outra tecnologia que de certo modo tenta moldar a experiência. O monumento “não se trata de apresentar, dar uma informação neutra, mas de tocar, pela emoção, uma memória viva” (idem, p.18). Sua lógica é exatamente a de mostrar algo reconFigurado pela mediação. Nesse caso:

A especificidade do monumento deve-se precisamente ao seu modo de atuação sobre a memória. Não apenas ele a trabalha e a mobiliza pela mediação da afetividade, da forma que lembre o passado fazendo-o vibrar como se fosse presente. Mas esse passado invocado, convocado, de certa forma encantado, não é um passado qualquer: ele é localizado e selecionado para fins vitais, na medida em que pode, de forma direta, contribuir para manter e preservar a identidade de uma comunidade étnica ou religiosa, nacional, tribal ou familiar. (...) Desafio à entropia, à ação dissolvente que o tempo exerce sobre todas as coisas naturais e artificiais, ele tenta combater a angústia da morte e do aniquilamento. (CHOAY, 2001, p. 18)

Talvez esteja lá, nos monumentos no meio do deserto, uma das maiores visualidades do que Baudrillard (1991) aponta como exemplo ao pensar o conceito de simulacro. A arquitetura deste simulacro do entretenimento é dada nos parques infantis, nas cidades planejadas, no parque diversões para adultos que usa exatamente a fantasmagoria do entretenimento para encobrir e mostrar. É simulacro e não apenas simulação pois suas relações com a realidade são tão falhas quanto utópicas. É heterotopia e não utopia pois tem um território demarcado.

#### 4.7 “BABY, ONE MORE TIME”: Segunda Viagem

As arenas de disputa através das performances de gosto se destacam em meio às artificialidades urbanas dramatizadas em Las Vegas: um duplo da Torre Eiffel próximo a uma réplica do Cristo Redentor, que está também há poucos passos de uma simulação arquitetônica da ponte do Brooklyn na Las Vegas Blvd. Uma mistura que faz o turista se sentir vislumbrando, literalmente, uma volta ao mundo na mesma velocidade que se percebe a miragem no meio do deserto. Na miragem, a água, objeto de desejo de quem está com sede. Em Las Vegas, simulações de símbolos turísticos pop, indexados como de grande desejo da classe média branca que frequenta a cidade projetada para o entretenimento rápido.

Falo sobre uma cidade periférica, arquitetada no deserto Mojave, mas maquiada de centro do entretenimento através da liberação de bebidas alcoólicas a céu aberto, fumo em locais fechados, liberação de jogos e artistas vivos em exposição como corpos monumentos. Mas que céu? Las Vegas dramatiza céus no teto dos seus conglomerados hoteleiros. No *The Venetian*, por exemplo, é sempre fim de tarde por conta da tonalidade que as luzes conferem às pinturas de nuvens no teto que cobrem um córrego artificial. No pequeno rio recriado acontece um passeio de barco que imita as gôndolas, com barqueiros que cantando clássicos italianos dentro delas. A água ali colocada tem a cor controlada para copiar a mesma que passa por debaixo da Ponte dos Suspiros de Veneza, obra que também é reproduzida nesta miragem palpável.

Em meio a paisagens inventadas, os complexos hoteleiros incluem cassinos, shoppings e teatros, onde acontecem os shows fixos da cidade, chamados de residências: um formato de show imutável em sua narrativa musical, sempre exaltando a memória do artista em questão num lugar fixo, reencenando seus grandes momentos para,

principalmente, turistas, além dos fãs peregrinos, tal como um corpo monumento. Os artistas são escolhidos pela popularidade do seu catálogo musical e/ou dos seus feitos enquanto celebridade. De preferência que combine os dois, como Elvis, Britney e a última adição da cidade: Lady Gaga.

O hotel que abriga o show se torna a “casa” do artista durante aquele período, mesmo que, na realidade, eles não fiquem hospedados lá durante as apresentações. Mas com toda a artificialidade urbana de Vegas, quem se importa? O show residência costuma acontecer até quatro vezes na semana, e até duas vezes por dia, durante uma temporada de três meses. Após breves intervalos trimestrais, o espetáculo retorna pelo menos três vezes ao ano, mas sempre dentro do mesmo hotel e com alterações mínimas na *setlist*, palco ou figurino, quando acontecem.

O precursor deste formato narrativo de show foi Elvis Presley, ainda na década de 60, em parceria com resorts e cassinos, na tentativa de fornecer algo relaxante aos turistas após horas de jogo. Em meio às suas memórias dramatizadas que traziam ao palco da residência utopias do seu próprio corpo recriado na ficção midiática, numa narrativa nostálgica para turista apreciar e fã se comover, há o trânsito como peregrinação e o transe na plateia, como na noção de experiência estética proposta por César Guimarães (2006).

Britney, no começo do seu show, dubla uma pergunta: “você têm certeza que querem um pedaço de mim?”, enquanto apresenta a música título, “*Piece of me*”, que também é o nome do show. A resposta da plateia é clara nos ingressos esgotados para o *meet & greet* (encontro pago com a artista). Os mesmos já chegaram a custar 7 mil dólares em 2013, sem incluir o ingresso para o show em si, funcionando apenas como um “*upgrade*”, que dá direito a uma foto com ela e visita aos bastidores, pouco antes do espetáculo começar, sendo cerca de vinte a quarenta ingressos de *meet & greet* comercializados por noite. E é para assistir a “*Piece of me*” que eu e a *drag queen* Tiffany Bradshaw, saímos do Brasil – ela de São Paulo e eu da Paraíba –, numa pesquisa de campo autoetnográfica.

Figura 127 – Tiffany se arruma com figurino da “Onyx Hotel Tour (2004)” para encontrar Britney em 2017



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Neste processo de peregrinação, encontro Tiffany já em Vegas: a *drag queen* dramatizada por Rafael, fã de Britney há quase vinte anos, que se autointitula uma “*drag impersonator*”, ou uma emuladora de personas, mais pontualmente da diva pop Britney, costuma se apresentar em boates e eventos no Brasil como *drag* – não apenas fazendo Britney. Ele está em peregrinação à Las Vegas para assistir ao show da artista, além de conhecê-la no *meet* “impersonando” Britney para ela própria. A minha convivência com Tiffany e imersão em Las Vegas que trabalho neste texto aconteceu dos dias 01 a 04 de novembro de 2017, compondo uma segunda ida a campo (fui pela primeira vez em 2015),

mas a primeira com a drag. Lá, já a encontro vestida de uma Britney virtual para conhecer a Britney atual, na fila em frente ao teatro e no meio do cassino do Planet Hollywood.

Figura 128 – Tiffany na fila para o “Meet & Greet”



Fonte – Arquivo pessoal do autor

Nesta experiência de peregrinação a Vegas, o corpo do fã se mostra como espaço condutor para a manifestação da fantasmagoria da diva, que ali habita num devir, transparecendo numa performatividade de gosto, num movimento, num gesto. Uma incorporação pelo louvor, pelo arrebatamento, pelo êxtase. Algo presente não apenas em Rafael, mas em mim também e em outros fãs com quem converso. Uma profissão de fé, como diz Morin (1989, p. 61): “O culto das estrelas transforma-se em fetichismo. O amor imponente quer fixar-se num pedaço, num símbolo do ser amado, na falta de sua presença real”. Aqui, o pedaço é o corpo do fã.

Figura 129 – Meet & Greet de Tiffany com Britney em Las Vegas (2017)



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Na fila, Tiffany chama atenção por sua dramatização visual: afinal, numa cidade que emana um duplo de Veneza, do Rio de Janeiro e do Brooklyn ao mesmo tempo, entre outros, ela parece ser mais Britney do que a própria Britney. Já que seu devir emana uma visualidade que ganha destaque para o olhar do turista, mesmo não sendo este um devir ideal ou melhor que o de qualquer outro fã na fila ou fora dela. Tendo começado há pouco mais de oito anos a se montar, Tiffany conta que apesar de já ser fã da Britney, suas primeiras “montaões”<sup>128</sup> se deram com inspiração nas *drags* de *RuPaul’s Drag Race*, um *reality show* televisivo apresentado por RuPaul, *drag* que surge nos anos 80, mas que

<sup>128</sup> “Montaões” é um termo comum na cena *drag* e trata da ação de colocar em seu próprio corpo adereços que visualmente montem uma outra pessoa em cima do sujeito em questão.

continua em cena ainda hoje por ser uma das mais famosas do mundo, além de apresentar o *reality* ainda em exibição. Na época, Rafael havia pego um gancho na popularidade do programa no Brasil, por sua adição ao catálogo do Netflix, como conta em entrevista:

Comecei a transformar minha *drag* em Britney há mais ou menos uns três anos. Eu sempre gostei da Britney, mas ela não foi minha primeira referência quando eu virei *drag*, porque foi quando eu estava muito focado nas próprias *drags* do show e também na cena *drag* brasileira, do bate-cabelo. Então primeiro eu fui tentando criar e descobrir uma identidade minha, descobrir o que a minha *drag* era. Conforme foi passando o tempo, havia muita homenagem às divas nas boates, e eu comecei a ser chamado para fazer Britney, por que já sou fã, já sei as letras, as coreografias, as roupas, e das outras divas eu não sabia tanta coisa. Sempre quando eu fazia Britney, as pessoas elogiavam e eu percebia que eu estava gostando, além de estar crescendo [através da Britney] dentro das pessoas. Então eu fui transformando – no começo não era tão *impersonator*, tão parecido –, aprimorando, deixando cada vez mais próximo [da Figura de Britney]. Por exemplo, tem uma premiação [na televisão], eles [os fãs] assistem e uma semana depois você está com a roupa que ela usou na apresentação. As pessoas gostam disso. Obviamente também coloco uma pitada de mim, de Tiffany. Acho que todo *cover*, *impersonator*, coloca um pouco da sua visão do artista.

Tiffany comenta que sua Britney surgiu não apenas por ela querer “fazê-la”, mas por outras pessoas verem a Britney nela, mesmo que esta não fosse a sua intenção original. Aqui, é ainda mais notória a ideia de um devir Britney pela visualidade. Sem entrar na noção de gênero dentro do devir, entendo que a potência da diva Figura aqui no âmbito mitológico da divindade, fazendo entender, assim, a noção de diva como um *status* do ídolo para o fã, independente do gênero com o qual se identifica o idolatrado.

No meu encontro com Tiffany já em *drag*, na fila do show, tenho uma epifania que me leva direto para a memória da *Onyx Hotel Tour*, turnê de Britney que acompanhei fervorosamente pela internet e televisão, quando morava em Petrolina, interior de Pernambuco, em 2004 e havia acabado de instalar internet banda larga, depois de anos de conexão discada. Era um sonho antigo ver aquela Britney na minha frente e, naturalmente que entendo não ser a mesma coisa, mas os detalhes de Tiffany afloram minha curiosidade, já que só consegui ver Britney ao vivo, de corpo presente, pela primeira vez, em 2011, numa de suas fases menos empolgantes e já com o rosto/corpo mais diferentes por conta da idade e de remédios. Me pego querendo sentir a textura daquele macacão inspirado na mulher gato que Britney usava na época e que por tantas vezes vi num DVD que eu mesmo fiz, já que a gravadora de Britney, Jive Records, não lançou oficialmente o registro.



Figura 130 – Britney performing Toxic na “Onyx Hotel Tour” em 2004



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Destaco, nesta minha tentativa de ter a Britney através da sensação tátil diante de Tiffany, que a materialidade é muitas vezes o que mantém viva a ficção da diva, quando ela não existe nem no suporte (corpo dispositivo) da cantora que eu vi no palco naquela mesma noite de 2017, ou na que vi em 2011 e depois em 2015. Para além do corpo do fã, objetos como extensões do corpo do ídolo. O corpo como objeto e os objetos como fetiche. Neste momento no qual toco a roupa de Tiffany, uma pausa dramática: “a percepção estética, por se delongar com o aparecimento de coisas e situações, adquire uma consciência específica da presença, oferecendo àqueles que se

renderem a ela, tempo para o momento de suas vidas” (SEEL, 2014, p.26-27).

Figura 132 – “*Dream within a dream I*”:  
Tiffany Bradshaw emula Britney do outro lado do espelho



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Em Vegas, corpos em cena parecem atuar como duplos que clamam por um enxergar além da aparência de uma superfície. No fã, para além de Vegas, a superfície do corpo é dispositivo para o transtorno que, no transe, engendra a metamorfose pelo sentido, pelo afeto, por experiências estéticas das aparições e aparências num devir, na poética da fantasmagoria nublar criada pela arquitetura do ídolo pop. Histórias e biografias dos artistas, dos fãs, dos espectadores, circunscritas num contexto geográfico em que “o indeterminado [se apresenta] no determinado, o que não é realizado no realizado e o que é incompreensível no compreensível se tornam evidentes, gerando assim a consciência para a abertura da presença” (SEEL, 2014, p. 36). A presença aqui é utopia, está e não está, é a sensualidade do objeto que se desnuda em diversas camadas fantasmagóricas e se camufla nelas próprias e na imaginação, na memória, na maquiagem do jogo de luzes e da edição de som.

Figura 133 – “*Dream within a dream 2*”:  
Tiffany Bradshaw emula Britney dentro da Britney, ao brincar nos elevadores<sup>129</sup> do Resort & Cassino Planet Hollywood.



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Figura 134 – “*Dream within a dream 3*”:  
Tiffany Bradshaw com fãs da Britney (eu incluso) no hall do teatro



Fonte: Arquivo pessoal do auto

<sup>129</sup> O corredor de elevadores do resort, com 3 imagens escalonadas de Spears, é um dos pontos mais disputados da peregrinação de fã e de turistas. Para fazermos estas imagens precisamos voltar lá durante a madrugada, quando os hóspedes se aglomeram no cassino e os fãs já estão em festas pós-show, deixando o hall livre para fotos.



Figura 135 – Fãs vestidas de Britney se reconhecem, como os meninos circuncidados da tribo indígena



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Figura 136 – Filmo Tiffany desfilando dentro do cassino do Planet Hollywood num espaço limítrofe



Fonte: Arquivo pessoal do autor

De longe, um campo de dramatizações: de um lado, turistas que jogam nas máquinas do cassino – e que ficam no mesmo local que o hall de entrada do show, em sua maioria heterossexuais, normativos e brancos estranham: afinal, para que uma fila se os assentos são marcados? E por que há várias pessoas ansiosas atrapalhando a circulação do cassino com camisas de Britney? – estas são perguntas recorrentes feitas por eles neste dia, observo.

Figura 137 – Fãs vestidas de Britney se emocionam ao verem os figurinos “reais” em exposição no hall do teatro



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Percebo haver um esvaziamento do fã na perspectiva do turista, assim como o contrário também acontece. Dois lugares dentro de um só, que convivem de forma

discreta até que um comece a atingir a limiaridade do outro: a residência de Britney reorganiza o cassino, que é ocupado, de forma demasiada, por homens héteros e brancos mais velhos, homens jovens com suas namorados e mulheres seminuas dançando em cima das mesas. Britney, teoricamente para eles, deveria ser mais uma dessas mulheres, só que numa mesa maior, o palco. “Dê onde você veio?”, me pergunta o senhor que tenta cruzar o cassino. “É sério que vocês vieram para ver um show?”, pergunta ele novamente entrando ainda mais num drama, “mas ela nem canta”, tenta ele me convencer enquanto fãs ao redor que ouvem a conversa deixam mais a mostra objetos relacionados a Britney e começam a dizer que também vieram de longe. Talvez por isso eu tenha sentido que eu precisaria ir ainda mais longe para incorporar Britney, ao local de gravação do clipe de “Sometimes”, gravado por Spears em 1999, no *Paradise Cove*, píer em Malibu.

#### 4.8 *SOMETIMES I RUN, SOMETIMES I PILGRIM*<sup>130</sup>: ÚLTIMA PARADA, UMA ANIMITA

Enquanto a “Piece of Me” está no título desta tese, a considero como um vetor de peregrinação. As turnês, de um modo geral, ou os shows, na narrativa pop, lidam com a presentificação do ídolo, mas exatamente por darmos uma forma a esse corpo monumento, construído pela utopia das mediações, é preciso destacar meu estranhamento diante de Britney, ao vivo. E, por outro lado, meu conforto diante de uma peregrinação dentro da viagem, para outro ponto, que não foi planejado.

Desde minha primeira viagem para a POM, que também foi minha primeira vista à Califórnia, eu tinha anotado na caderneta de viagem o endereço de onde Britney havia gravado o clipe de “Sometimes”, em 1999. A faixa pode não ter tanta importância para ela, hoje mãe de duas crianças, Sean e Jayden, que eu vi midiaticamente o nascimento e acompanhei ambas as gestações comprando os dois ensaios nu que ela fez grávida de ambos. Porém, talvez “Sometimes” tenha sido o clipe dela que eu mais assisti. Provavelmente por ter saído em época de férias escolar e por a faixa ter sido trilha de “Malhação” e “Laços de Família”. Meu primeiro recorte de revista da Britney também foi de uma foto do clipe deste clipe. Uma tia havia viajado para o exterior e trouxe uma

---

<sup>130</sup> Referência à música “Sometimes”, do álbum “...Baby One More Time”. A faixa foi lançada como single em 1999 e traz na letra “Às vezes eu fujo, às vezes me escondo, mas tudo o que eu queria é te abraçar forte, ficar com você dia e noite, mas acho que preciso de tempo”. “Pilgrim” é “peregrinação”.

revista com Geri, das Spice Girls, na capa. Dentro havia uma foto de Spears com o visual de “Sometimes”.

Eu sabia que o local não seria complexo de chegar, pois era um píer público, em Malibu. Diversos filmes continham cenas no local, Marilyn Moore tinha uma casa de praia com vista para lá e Madonna havia gravado o clipe de “Cherish” nessa praia.

Figura 138 – Marlyn e Madonna em Malibu



Fonte: arquivo pessoal do autor

Era um dia de semana em outubro de 2017, eu e meu namorado visitávamos uma amiga em Orange County, quem nos hospedou por alguns dias. Eu também fui um fã da série “The O.C.”, então minhas expectativas para a cidade de Ryan e Marissa (personagens da série) era grande. O tamanho foi proporcional à minha decepção, já que nada no lugar rememorava a série. No entanto, na praia, enquanto procurava fragmentos da série de TV, me deparei com um binóculo que é clássico dos pontos turísticos dos EUA, mas que estava numa praia, na mesma posição que o binóculo que aparece no clipe de “Sometimes”. O clipe não havia sido gravado nessa praia, mas o combo “grama + mar e binóculo” me jogaram mais dentro de outra dimensão do que assistir ao show da Britney em si.



Figura 139 – Peregrinação ao clipe de Sometimes



Fonte: Arquivo pessoal do autor / Jive Records

Dali, decidi que precisava ir ao píer, pois peregrinação incompleta é como assistir a todos os episódios de “Caverna do Dragão” e descobrir que o capítulo final não existe e que, assim como os personagens, você ficará preso em um *looping* eterno dentro de um parque de diversões.

Eu não havia feito qualquer pesquisa sobre o lugar e, portanto, não sabia que Madonna e Marilyn, outras divas que acompanho (mesmo Marilyn já tendo falecido, como não vivi seu momento, o percorro em narrativa póstuma), já passaram por ali. Coloquei as direções no GPS, meu namorado estava dirigindo o carro que havíamos alugado para ir à Vegas pelo deserto, colocamos a música “Malibu” da Miley Cyrus em uma playlist intercalada com Lana Del Rey (que mora na região) e fomos. Durante o trajeto, já à beira-mar, não havia sinal de que existiria um espaço público na praia, uma vez que todas as casas e condomínios impediam, inclusive, de vermos o oceano.

A *playlist* de duas músicas já havia tocado pelo menos umas vinte vezes – eu não inclui “Sometimes” na trilha para não ficar ainda mais ansioso. Por conta da ansiedade, eu não consigo ter memória dos shows em si, por conta do tempo de duração da experiência *in loco* e talvez também por nunca ter ido a um show da Britney sem antes não ter assistido a uma (ou várias) filmagem amadora, feita por fã, na íntegra. A gritaria, o cansaço físico e mental provocados pela antecipação de um show, mesmo fora do Brasil, onde teoricamente passamos menos tempo na fila, é grande. Em um show residência, muito cômodo para o artista e para o fã, há ar-condicionado, ninguém te empurra ou toma seu lugar. Mas ainda assim, é um show e, como eu já havia ido em 2015 e tinha as memórias orientadas por fotos, optei por ir mais devagar com “Sometimes”.

O GPS indicou uma entrada, que parecia passar por dentro de uma casa. Insisti para entrarmos e demos numa ruela de areia. Avistamos um estacionamento e um restaurante. Ainda nada do píer. Chegando lá, descobrimos que, caso não houvesse consumação no restaurante, o estacionamento custaria 25 dólares. Ao entrar no local, para ter a confirmação da placa com as informações sobre o valor da vaga, me deparei com uma parede de madeira repleta de fotos de artistas que gravaram qualquer coisa no píer.

Figura 140 – Parede do Paradise Cove Beach Cafe



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Não consegui me conter e fiz o que faço sempre quando estou em peregrinação: comecei a contar para o atendente do bar o quanto eu era fã da Britney, assim que vi a foto dela, e, principalmente, que eu havia saído do Brasil para vê-la (as pessoas sempre ficam chocadas). Eu disse o mesmo para a moça da empresa de locação de carros, em Orange County, parecendo uma criança: “A senhora sabia que estamos alugando esse carro para irmos à Las Vegas ver o show da Britney?”. Ela foi bastante simpática e curtiu a notícia – é a reação que eu esperava. Quando alguém fala “que Britney?”, eu não consigo esconder o “como assim ‘que Britney?’”.

E foi isso que aconteceu ao chegarmos no píer. Havia um grupo de adolescentes gravando um trabalho para o colégio e eu não consegui não atrapalhar a filmagem deles ao ver que o píer era exatamente igual ao do clipe – normalmente, os locais são bem diferentes. Exceto por uma placa indicativa na entrada, colocada pela produção de Nigell Dick, diretor do vídeo de Britney e que mudava o nome do píer.

Figura 141 – Paradise Cove, Malibu



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Pedi desculpa ao grupo do colégio e expliquei, de forma exagerada, novamente, que eu havia ido ali porque era o local de gravação de um clipe da Britney. “Que Britney?”. Bem, depois desse momento, resolvi que aquele grupo não iria atrapalhar o meu momento de visita a uma aminita, ao local sagrado, mas o sem corpo da Britney, o que me dava a liberdade de transformar o meu corpo em Britney. Liguei o som do celular no máximo, coloquei “Sometimes” para tocar, e sem precisar fazer coreografia ou dublar a faixa, fiquei ali, ouvindo várias vezes a música, enquanto eu estava dentro da televisão da casa onde fui criado em Petrolina. Depois de passar uns vinte minutos tendo devaneios e arrepios, minha performatização de Britney veio à tona num devir.

Acredito que o devir diva tenha uma facilidade ainda maior em Britney, exatamente a dublagem. A voz de Spears é sempre a mesma em uma música, já que são raras as vezes que ela canta ao vivo. Ou seja, ao ouvir a voz de “Sometimes” e a dubla-la para mim mesmo, naquele local, mesmo sem dançar – eu deixei para fazer a coreografia quando o pior ficasse mais vazio, já que os adolescentes estavam exatamente no lugar onde Britney e os dançarinos formam um coração no clipe, o que me atrapalharia.

O coração era a única coisa simbólica do clipe que eu conseguia lembrar, em termos de pose para copiar. Estando lá, no local, eu não conseguia acessar um passo específico ou uma pose específica da coreografia que eu já havia visto diversas vezes, durante quase vinte anos. Era como se, de fato, a noção de tempo e espaço não permitisse acessar um arquivo específico. Mesmo diante de ensaios, o repertório do local sem Britney e fora da televisão, agenciava um outro tempo.

Figura 142 – Recriando o clipe de Sometimes



Fonte: Arquivo pessoal do autor / Jive Records

Senti o mesmo quando fiz a vista aos bastidores da “Piece of Me” e pude andar em cima do palco da Britney. Subir no palco e no píer, ambos sem Britney, acionaram um devir dentro de mim, que vinha em diversas direções e se materializava de forma deslocada. Automaticamente, no palco, ao andar pela passarela, eu comecei a cantar mentalmente uma versão de “Womanizer” que Britney havia apresentado no Japão, em um remix bastante diferente do que ela apresenta em Vegas, e, por conseguinte, com uma coreografia distinta. Enquanto meu corpo foi acionado pela coreografia dessa apresentação no Japão, dei sequência ao percurso no palco tentando fazer os passos de “I’m a Slave 4 U”, enquanto eu olhava para o chão e via se tinha algum fio do aplique de cabelo da Britney jogado por ali, mas não tinha. Felizmente, uma pena de um figurino

novo da Britney, que ela havia desenhado no dia e pediu para as costureiras executarem, na sala de costura, caiu em mim enquanto visitávamos a sala.

Tentei também levar um pedaço do píer, e consegui pedindo ao atendente do bar para me dar um porta-copos e um guardanapo. Eles eram branco e azul, assim como os tons principais do vídeo de “Sometimes”. Sim, eu precisava de um pedaço da Britney, precisava materializa-la de alguma forma não só em meu corpo, num devir, mas num objetivo que efetivaria a minha narrativa de que todo fã, de fato, é um colecionador de devires contidos em trajetos, de performatizações de espaços, de elementos que façam um nômade se sentir em casa, ou seja, de objetos que representem vetores de deslocamentos.

O fã é nômade por isso, ele traça caminhos afetivos dentro de uma ficção, a qual sempre muda de rumo e ganha novos desfechos, criado assim uma aderência entre a experiência, a sinestesia, a estética, o tópico e o utópico. Ser fã é conseguir se libertar de espaços prescritivos para viver a liberdade contida na prescção do fictio, do ficcional. Ser fã é sair de si e voltar a si mesmo reimaginado, remixado, ainda mais icônico, pensado nas incorporações da ordem da diva.

O fã é um nômade em busca de um escape que o leve a si mesmo, após tantos caminhos prescritos, e que vê, na peregrinação, um elemento de rede, de construção de uma tessitura em termos que lidam com o onírico. É um filtro utópico de liberdade, assim como nossa noção sobre nós mesmas também o é. A utopia é necessária para sermos o que não somos, voltar a sermos nós mesmos, e não sermos, novamente, no segundo seguinte: qualquer coisa não binária, contida num devir diva. O que poderia ser mais contrassenso, por exemplo, do que um funcionário de um escritório fazer uma coreografia de “I’m a Slave 4 U” no meio do expediente, ou imaginar seu professor, performando “Work Bitch” todo dia, antes de sentar para escrever essa tese?

São cenas deslocadas como essas que compõem o pop. Elas podem não fazer sentido algum para o meu vizinho que me observa dublar, amarrar o cabelo imaginário, fazer força ao segurar um microfone de rosto que não existe, jogar o chapéu para a plateia pegar, e ainda falar com a plateia no final. Tudo soa muito estranho sem o filtro do afeto. Esses elementos só parecem fazer sentido para a sociedade normativa, caso sejam tratados nos melindres do vício, dos descontroles. Por quê Las Vegas se incomoda com o fã que chora, mas, não se incomodava com a explosão de uma bomba atômica, mesmo em tempos completamente distintos? Prefiro continuar no meu descompasso social e no ritmo da música. Talvez por isso a dublagem seja um elemento crucial – e não falo apenas de

mimetizar palavras com a boca -, mas da dublagem como metáfora de fixação da utopia num movimento, num som, na presentificação de um corpo. Ou seja, há um uso da diva, para que, através dela, o indivíduo se estenda numa evaporação.

O pop aparece então como vetor visível (as ondas sonoras) ao transe para um corpo que, mesmo lidando com a fragilidade escalonada, também performatiza o empoderamento, o que faz muito sentido para uma criança ou um professor adulto, que busca sentido nas relações sociais prescritivas e impostas, contra sua própria lógica de ser.

#### 4.9 “*I WANNA GET IN THE ZONE*”<sup>131</sup> : ESPAÇOS DE DRAMA E DISPUTA NO FANDOM

Las Vegas dramatiza o pop, que por sua vez, mediado, dramatiza a si mesmo, de forma escalonada, ainda mais *camp* do que de costume, escancarando as diferenças, divergências e disputas. Se temos, no mesmo lugar, uma fila, predominantemente povoada por meninas, seus namorados, pessoas gays, trans e drags, no mesmo lugar no qual há executivos tomando uma saideira e colocando dinheiro na calcinha da dançarina, que está sobre a mesa de apostas no Planet Hollywood, há de haver uma estranheza. No entanto, Vegas é apenas uma porção do que o fã de pop vivencia durante toda a sua vida, seja no espaço urbano, nas heterotopias dos contraespaços, na dimensão do entrelugar ou na internet conectada ao espaço urbano. Gostar de pop é dar importância a algo visto como frívolo, assim como o gênero de música começa. Música POP, música POC. É gênero de bicha afeminada e, portanto, o fã de pop sofre. “A gente ama demais”, define uma fã da Beyoncé na fila do show de SP.

Talvez seja, de fato, muito afeto – mas não estamos por aí jogando privada na cabeça da torcida do time oposto, matando o adversário<sup>132</sup> e, ainda assim, o torcedor de futebol – machos, homens de verdade –, não são chamados pela imprensa de desequilibrados. A bicha afeminada, pobre, negra, no entanto, causa espanto ao passar 30 dias numa fila na esperança de ver a única pessoa que a deu esperança: Beyoncé.

<sup>131</sup> “Quero entrar na zona”, diz Britney em “Me Against the Music”, fazendo referência aos clubes noturnos e vida adulta.

<sup>132</sup> <http://g1.globo.com/pernambuco/noticia/2015/06/acusados-de-matar-torcedor-com-privada-vaio-julgamento-no-recife.html>



Não houve uma palestra sequer, mesa redonda, apresentação de trabalho ou até mesmo aula, na qual eu falasse sobre ambientes afetivos na música pop e as pessoas não ficassem chocadas quando eu apresentava algum exemplo como esse da Beyoncé, que se repete com diversos outros artistas no Brasil. Fãs esperam dias em fila por Justin Bieber<sup>133</sup>, Britney<sup>134</sup>, Gaga e Madonna<sup>135</sup>, One Direction<sup>136</sup>, Katy Perry<sup>137</sup> ou Luan Santana<sup>138</sup>. A espera, a ansiedade e a hierarquização da fila, seja em Las Vegas ou em São Paulo parecem definir o *fandom* como um espaço de disputa. Tiffany Bradshaw ganhou os holofotes no *hall* do teatro em Las Vegas, fazendo com que muitos fãs a olhassem como se ela fosse uma não-fã, apenas alguém querendo se destacar, ganhar fama, o que não era o caso.

De volta da segunda viagem, com meu próprio namorado repensando o relacionamento, devido a tamanho esforço meu para ver Britney, sigo para a participação numa festa recifense de música pop, em um bar gay da cidade, que chamarei de bar da disputa. Eu, por tocar esporadicamente em festas em João Pessoa, fui convidado para tocar nessa festa, que aconteceria em comemoração aos 20 anos de carreira da Britney, por conta do site que mantenho com meu amigo Hugo, o BritneyOnline.com.br – apoiado pela Sony, somos hoje o único fansite no país. Concordei em tocar na festa, combinei um cachê simbólico, conseguimos material promocional para dar brindes no local, além de divulgarmos o evento. Houve um atraso por um problema técnico no som da festa, na entrada de som que eu usaria para conectar meu equipamento. Cada DJ tocaria uma hora, mas havia mais DJ do que horas de evento e, com o meu *set* atrasado em quase meia hora, toquei por 30 minutos e fui convidado a me retirar, pelo organizador da festa (não do estabelecimento), mesmo o problema técnico tendo sido um problema de organização. Sigo o diálogo com nomes fictícios “Anahí, preciso de algum minutos a mais por conta dos problemas técnicos”, digo eu para o organizador. Ele retruca “não podemos atrasar os outros DJs”. “Eu entendo”, digo. “Porém, mais 15 minutos e eu encerro, tudo bem?”. Anahí, visivelmente irritada, nega, e pede para que o próximo DJ suba, para me fazer pressão na cabine – que só cabia uma pessoa.

<sup>133</sup> <https://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/balanco-geral-rj/videos/fas-acampam-desde-novembro-para-ver-justin-bieber-20032017>

<sup>134</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=9PPPhsKogT8>

<sup>135</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=KT8uP56oggg>

<sup>136</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=8ihmXB69MfE>

<sup>137</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=JwaXvtmnuLA>

<sup>138</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=UaQdTBQkODs>



Explico ao DJ seguinte a situação, mas ele está irredutível. Digo a Anahí que não saí de João Pessoa e me desdobrei para conseguir brindes para a festa, apenas para tocar por meia hora. E que infelizmente ele teria que desligar o som, caso ele quisesse me tirar.

Trago o episódio a este final da tese, por que, em seguida, eu descobri que todos os outros DJs estavam tocando na festa de graça, na “brodagem” com o organizador do evento. Provavelmente, a casa nem sabia disso. E que mesmo o organizador não oferecendo nenhuma remuneração a eles, exceto por dois *drinks*, havia mais de seis DJs, fora eu, fãs, aguardado para tocar e disputando cada segundo no comando da *setlist*.

De fato, não há vaso sanitário sendo jogado no oponente, mas o *fandom* pode ser um lugar extremamente hostil, quando se torna espaço de dramatizações, o que é corriqueiro em fóruns, redes sociais digitais, filas, entre outros. Porém, as disputas são, em sua maioria, guiadas pelo que Deleuze e Guattari (1997) chamam de “máquina de guerra afetiva”, habitada por sujeitos nômades. Máquinas guiadas por afeto, tendo o corpo de fã e o corpo da diva como avatares, reencenando mais uma vez, numa performance refeita, de incorporação da diva, no devir diva. Ou seja, por ser vinculado à ideia de afeto, o fã é o que Butler, ao falar sobre gênero usando a ideia de devir, propõe como um processo:

um processo, um devir, e não um estado ontológico do ser que simplesmente somos, o que determina, então, o que nos tornamos, bem como a maneira pela qual nos tornamos isso? Em que medida alguém escolhe o seu gênero? Na verdade, o que ou quem faz a escolha? E o que determina tal escolha, se é que existe alguma escolha que a determine? (BUTLER, 2013, p. 67)

Me afasto aqui, da noção binária entre “fulgas da realidade” ou “escapes”, e me aproximo, através da noção de devir, de corpos que não podem ser enquadrados em “fãs” *versus* “não-fã” *versus* “*hater*”, propondo a noção de que o fã, *per si*, é um devir e não uma categoria.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS OU POR UMA PEREGRINAÇÃO COMO METODOLOGIA

A diva pop, suas músicas, seus clipes, seus shows, seus escândalos, suas aparições, seu duplo: um corpo fantasmagórico devorado e dramatizado pelo fã. Mitologia tragada, devir meu, devir *na drag*. Pois, apesar de toda a visualidade que a *drag queen* aciona e dramatiza, ou melhor, reivindica, é, ao mesmo tempo, contestada, afinal o devir não é só a semelhança, mas também a diferença. De fato, o corpo de Tiffany catalisa Britney: é a materialização de uma experiência estética, atuando como meio de transporte (arquivo) e meio de transtorno (repertório). É importante destacar que o devir se situa num entrelugar curioso, conFigurando uma encruzilhada corporificada num gesto, num movimento, na Figura imaginada. O devir diva parece não permitir se fixar em lugar algum, se não na efemeridade da memória.

A peregrinação física, na qual o percurso até o objeto e seus limiares parecem ganhar destaque, mais até do que o encontro com o objeto em si, por enquanto, parece atuar como uma busca pela materialização da ficção, ou seja, uma fixação, mas talvez resida apenas numa simbiose com a peregrinação simbólica a possível fixação num pedaço, que se decanta sob o corpo do fã, suas performatividades que mostram e camuflam em uma crise de alternâncias, seja na criação de produtos *fanmade*, seja no compartilhamento de conteúdo, seja indo ao show, assistindo via *streaming*, criticando, adorando, conectando enxertos narrativos ficcionários, fictícios, e reconFigurando a virtualidade da presença da falta do corpo físico do ídolo no cotidiano, o remediando em um corpo monumento, virtuoso, que alcança um patamar inalcançável, e que, ao vivo, ou remediado, aciona a *esthesis*.

A experiência estética do fã se decanta não necessariamente de uma forma visual, como na *drag queen*, mas também através de uma epifania que aciona performances de gosto dentro da nostalgia e que parece Figurar no êxtase e na epifania do devir diva que, num arrepio, dubla um espaço, um território: para além de uma geografia inventada, a geografia dublada, sobreposta, através de enxertos de memória do fã, colecionador de devires e de performances, que o permite enxergar o mundo numa metamorfose, num devir de um corpo utópico, o do corpo monumento da diva, que não existe em lugar algum. Uma cidade dublada é a urbe quando esta se volta ao entretenimento, quando ela suplanta uma miragem nas areias do deserto de Mojave, ou no calor de Petrolina.

Falo sobre a nostalgia de um tempo que nunca existiu, mas que, de forma ritualística, pode ser conjurado em diversos momentos do consumo em forma de peregrinação física e simbólica. Na proposta de que este texto talvez funcione mais como um despertar para a noção de experiência estética dentro do consumo em forma de peregrinação, especificamente na música pop, proporcionando um avanço nos debates binários que consomem o campo teórico do *fandom* e dos Estudos de Fã, a partir do Grupo de Pesquisa em Entretenimento e Cultura Pop da UFPE, coordenado pelo prof. Dr. Thiago Soares, encerrando esta tese postulando a superficialidade criada por pesquisas sobre consumo que olham exclusivamente para o fã como um número, um algoritmo. É, realmente, reducionista pensar que um objeto de culto define um usuário, ou, até mesmo, usar o termo “usuário” para lidar com fãs, sem antes, fazer uma leitura antropológica que desvela um processo de antropofagia da diva pelo sujeito fã, que regurgita uma Lady Gaga com sapatos de tijolos, uma *drag queen*, um grupo de amigos de todos os cantos do mundo que se conheceram através da Britney, ou ainda, uma tese de doutorado sobre algo que, apressadamente e ingenuamente, soa como irrelevante: a cultura pop e a cultura de fãs de produtos midiáticos.

Novelas não são esquecidas quando acabam e a outra começa, uma música pop descartável pode nunca ser descartada. Ao entrar na graduação no curso de Rádio e TV, me deparei com caras torcidas para pesquisas sobre televisão, rádio e entretenimento mediado. No entanto, este tripé continua firme diante de todo o processo de reconFiguração digital. Parafraseando McLuhan, a cultura pop é uma extensão de nós mesmos.

Com a certeza de que o assunto não se esgota aqui, assim como a peregrinação que continua em diversos outros desdobramentos não contemplados pela minha experiência ou pelos fãs da Britney em Las Vegas. Não retiro aqui a importância do clímax ou do gozo do momento de abertura das cortinas, da primeira aparição do ídolo em corpo presente, mas proponho a ideia de que a presença do corpo utópico do ídolo começa muito antes disso, lidando com diversas camadas e lógicas da noção de presença mais fluidas e menos palpáveis, contida na fruição da audiência, não necessariamente no ídolo ou na diva em si.

Acompanhar Britney em Las Vegas foi uma experiência que me transportou para diversos outros lugares. Se no primeiro show que assisti, me incomodava a apatia dela diante dos fãs – eu incluso, lacrimejando, emocionados, na grade, a menos de um braço de distância de nossa diva, no meu retorno, em 2017, encontrei uma outra Britney,

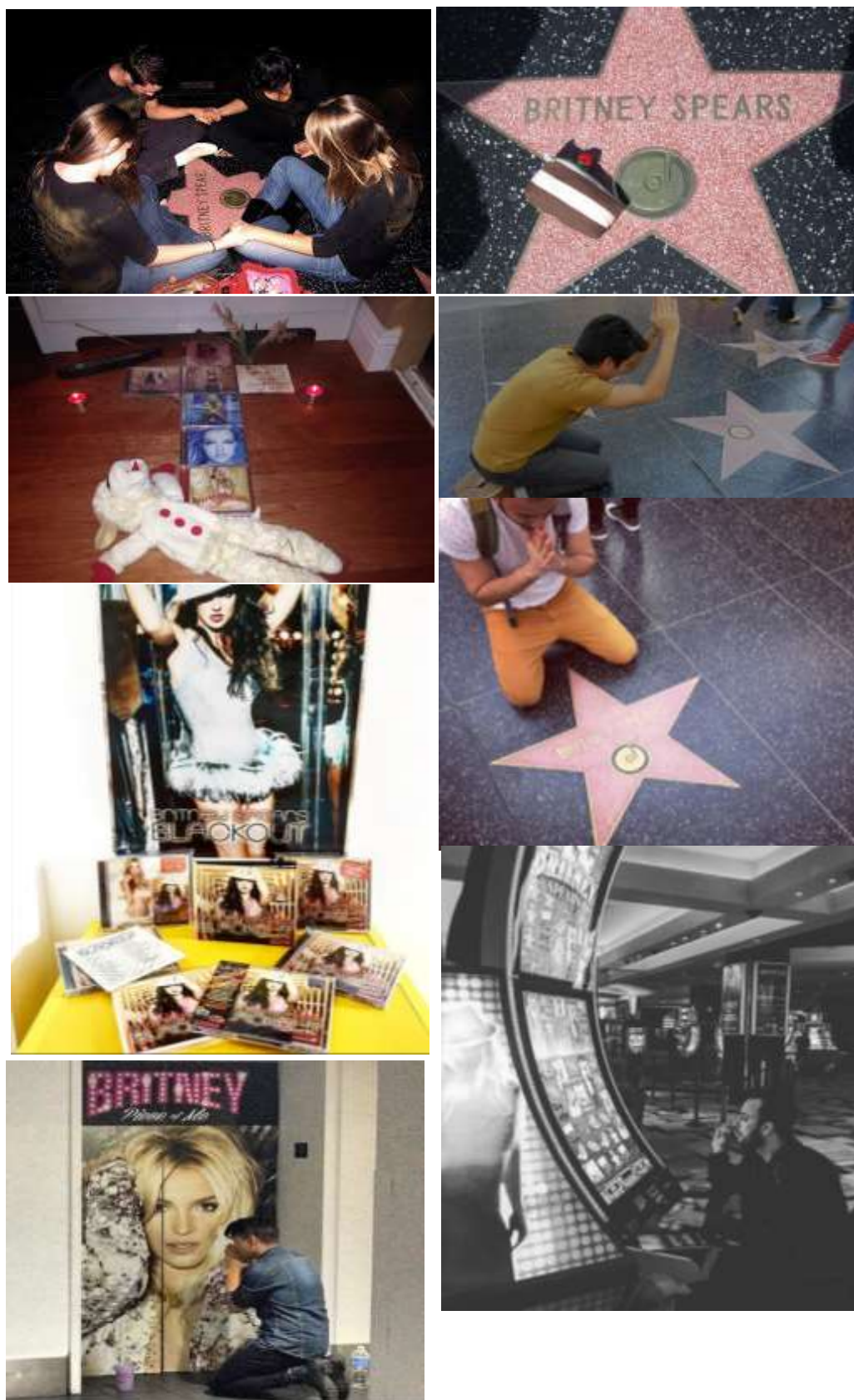
diferente de todas as anteriores: mais confiante, ela havia cantado ao vivo pela primeira vez em quase cinco anos de show. Foi um cover da música country “Somethin to Talk About”. Ela largou o microfone de rosto, pegou um outro de mão e começou: “testando, testando. Como vocês estão, Vegas? Não. É sério: está tudo bem com vocês? Por que, honestamente, sem a música e com esse microfone na mão, me sinto cometendo um ato ilegal. Eu me sinto muito estranha, quase que cometendo um crime, com esse microfone de mão ligado. (...) Eu nunca falo sobre isso, mas eu sou uma garota do sul, sou de Louisiana e de vez em quando eu gosto de mandar a real, então, eu só quero me certificar, que eu vou contar dando a vocês, seus filhos da p\*ta, algo para falarem sobre”, e começa, enquanto o público entra em êxtase. Infelizmente eu não estava lá nesse dia, mas alguns amigos presenciaram a passagem do cometa. A última vez que Spears havia cantado ao vivo em um palco foi em 2009, na sua turnê “Circus”, com também um *cover*, desta vez de “You Oughta Know”, da Alanis Morissette. Alanis inclusive elogiou a versão de Britney, dizendo que finalmente sentiu verdade na letra interpretada por outro artista.

Las Vegas parece ter sido para Britney, um encontro também consigo própria, uma jornada de uma heroína do pop, que depois de ser tanto massacrada pela mídia, resolveu criar um lugar particularmente seu, onde, novamente, no meio de mil monumentos, ela seria mais uma Torre Eiffel. Graças ao seu catálogo de *hits*, a sua história mediada, e seu desempenho nos shows, a *Piece of Me* foi um sucesso de público: foi votado duas vezes como o melhor show da cidade, pelo “Best of Vegas”, em suas versão original, e na remontagem de 2016 “*Piece of Me: Remixed, reimagined, still iconic*”. O seu último show na cidade, apresentação de número 249 da POM, quebrou todos os recordes da cidade, inclusive os conquistados por Jennifer Lopez, que se apresentava nos intervalos trimestrais do show de Spears. Com os 4.600 lugares do teatro Axis lotados, em 31 de dezembro de 2017, o lucro foi de \$1,172,000, com um valor médio de ingresso de 225 dólares – mais caro do que nas apresentações fora datas comemorativas, reporta o *Review Journal of Las Vegas*<sup>139</sup>. As preces dos fãs foram ouvidas, as oferendas foram entregues com sucesso.

---

<sup>139</sup> <https://www.hits973.com/entertainment/britney-spears-final-piece-show-breaks-las-vegas-box-office-record/ESyod9ngQl4cgCYL7mVjRK/>

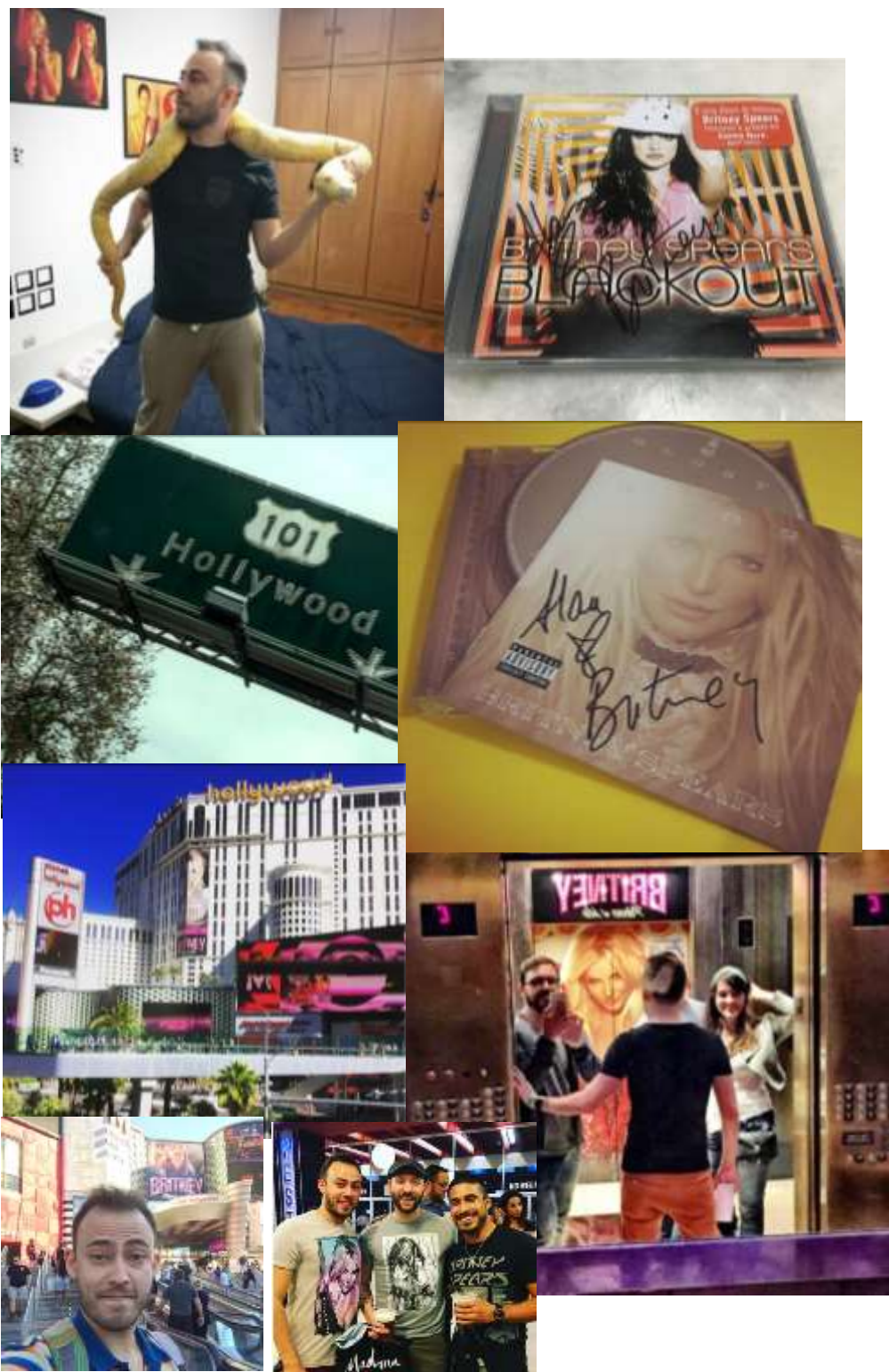
Figura 143 – Compilação de peregrinações minhas e de outros fãs à animitas, com oferendas e santuários.



Fonte: Arquivo pessoal do autor



Figura 144 – Fotos de peregrinações por Las Vegas, Los Angeles e São Paulo, no guarda-roupa da Tiffany Bradshaw



Fonte: Arquivo pessoal do autor

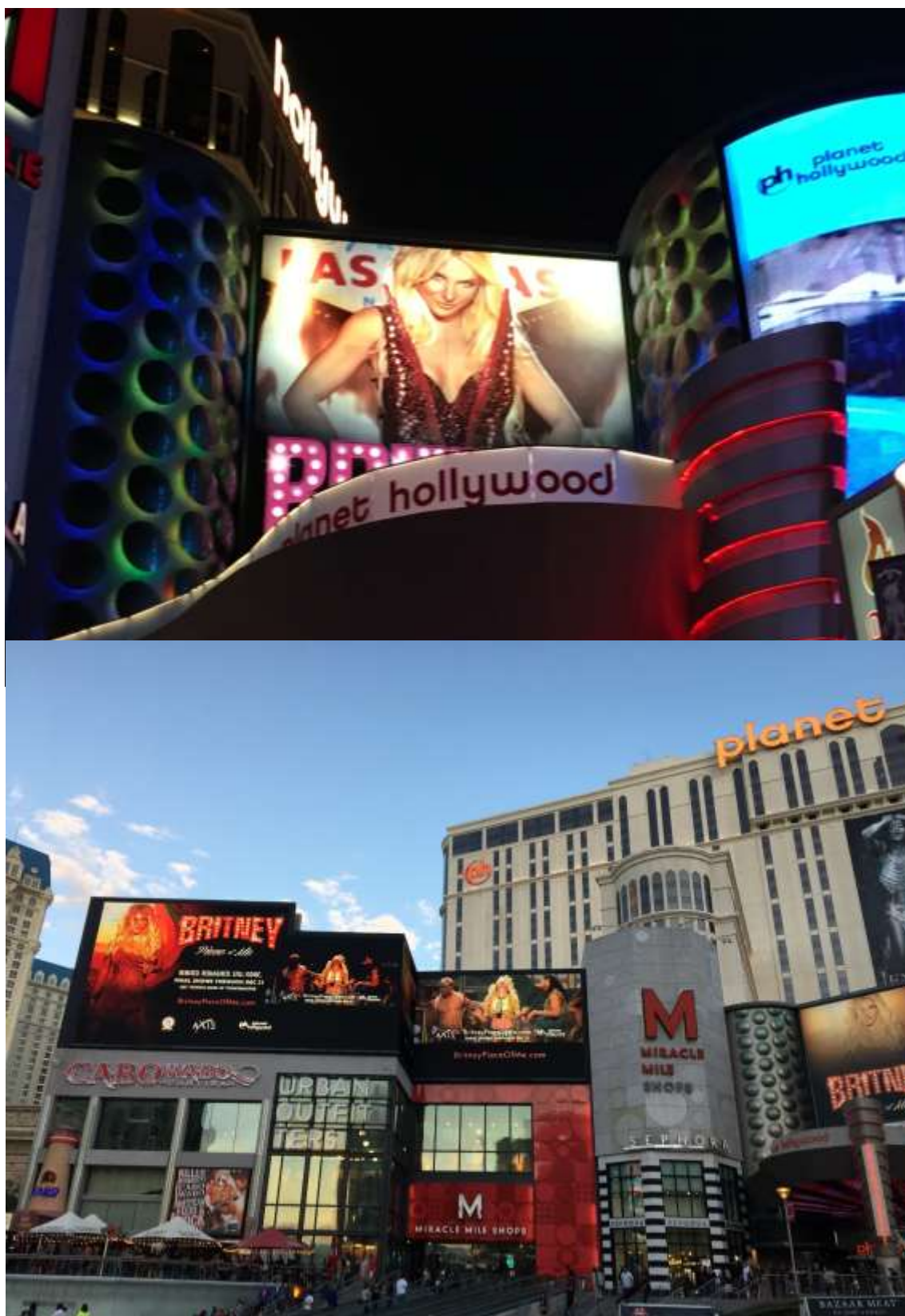
Figura 145 – Fotos de peregrinações por Las Vegas em 2015 e relíquias que consegui: um chapéu igual ao da Britney, um postal autografado e porta copa do Paradise Cove



Fonte: Arquivo pessoal do autor

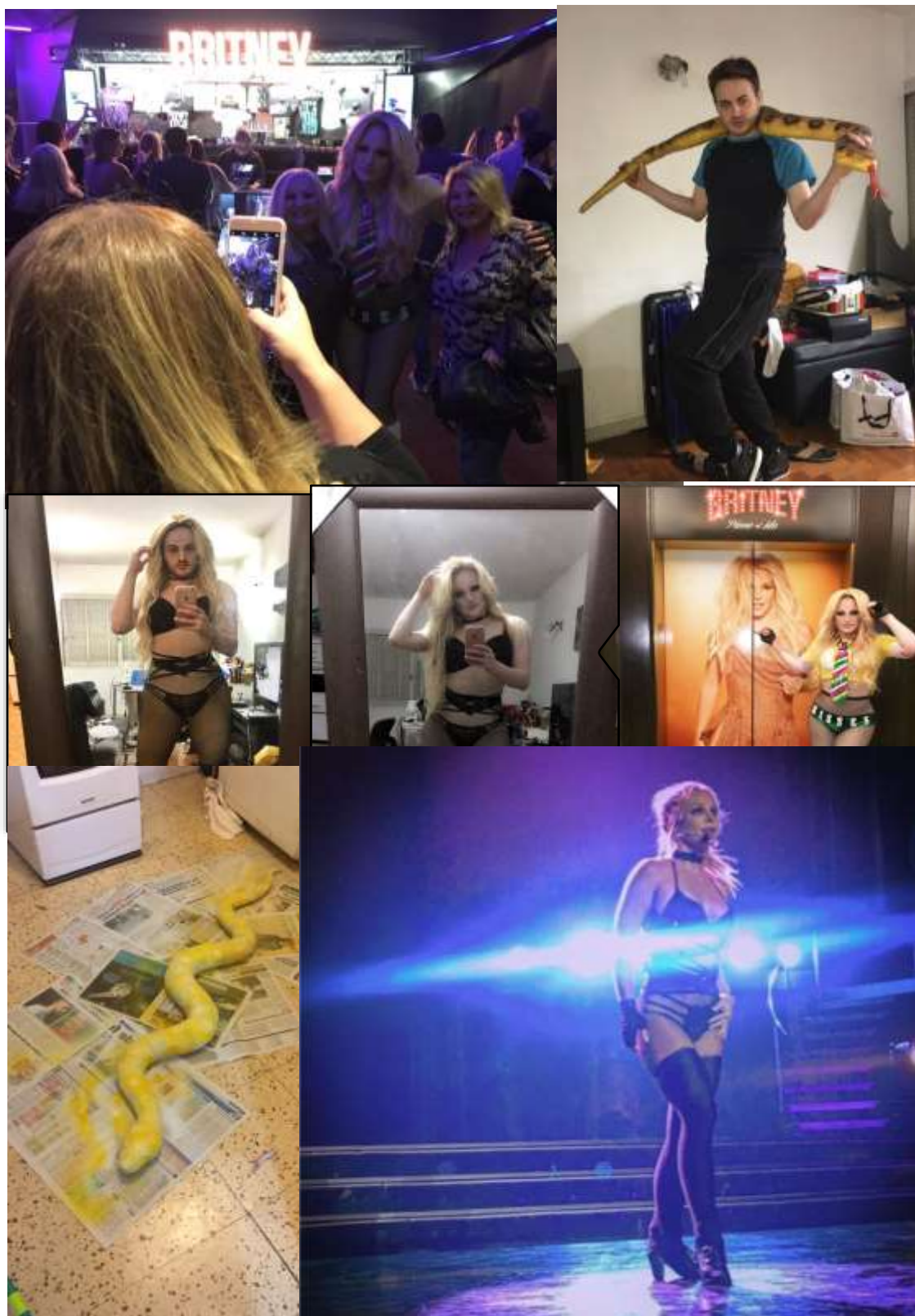


Figura 146– Fotos de peregrinações por Las Vegas em 2015 (cima) e 2017 (baixo)



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Figura 147 – Fotos de peregrinações de Tiffany Bradshaw e o corpo monumento de Britney em Las Vegas



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Enquanto eu desenvolvi o processo de escrita da tese, analisando minhas próprias peregrinações, os espaços e suas ressignificações, comecei a fazer um esboço que funcionou como guia para minhas análises. Escolho compartilhar, então, esta estrutura, ainda necessitada de diversos testes, para que outros fãs pesquisadores, que optem pela Autoetnografia como método de trabalho, possam testá-la. Proponho pensar aqui a peregrinação como uma vertente da autoetnografia.

Figura 135 – Gráfico de peregrinação como método

### peregrinação como método autoetnográfico



Fonte: Arquivo pessoal do autor

Aproveitando a ideia de triangulamento conceitual, proponho pensar a narrativa de si como cerne, ancorada pelo espaço ou lugar, de um lado, e pelo objeto de desejo, do outro. Quais movências o objeto de desejo da peregrinação aciona, e como a noção de espaço/lugar é remixada por ele? Qual a narrativa de si que é você tesse para si mesmo através do seu objeto de desejo da peregrinação? Quais devires são acionados pelo seu objeto vetor de movência em você e no espaço que se habia?

Elenco as noções de “corpo monumento” da diva pop e de “devir diva” como provenientes deste trinagulamento empírico e teórico, na árdua tarefa de falar sobre si mesmo. Através da tese, passo a entender que não é possível categorizar – de forma binário – o fã, uma vez que a ambiência afetiva emanada pela música pop é permeada por

sensações, por um devir-habitar, através da noção de lar e familiaridade da música “POC”. Independente da narrativa da diva, o fato de serem Figuras que transcendem as adversidades, vivendo o que nos Estados Unidos se considera como o “sonho americano”, talvez, de fato, se conecte com o sonho de liberdade da bicha, mesmo que tanto a liberdade quanto o ato de ser ou se identificar como gay, sejam, devires de uma narrativa em rizomas sociais. O pop importa, pois o usamos como um filtro de libertação corpórea. E que vergonha a minha, precisar me liberar, perder o controle, e ser inapropriado, mesmo sabendo que é o que todos querem: “I wanna Go”<sup>140</sup>.

---

<sup>140</sup> Referência à faixa “I Wanna Go”, na qual Britney aponta uma crucificação por ela querer o que todo mundo quer, “take out my freak tonight”, algo como “se libertar”.

## REFERÊNCIAS

ADEN, R. C. **Popular Stories and Promised Lands**: fan cultures and symbolic pilgrimages. Tuscaloosa: University of Alabama Press, 1996.

AINLEY, T. T. Jr; GABALDON, J. D. **Las Vegas**: The Fabulous First Century. Arcadia Publishing, 2003.

AMARAL, A; MONTEIRO, C. Esses roquero não curte: performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock do Facebook. In: **Revista Famecos**. v. 20, n. 2, 2013. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/15130>>. Acesso em 22 dez 2016.

AMARAL, Adriana. Autonetnografia e inserção online. **In**: Anais do GT Comunicação e Sociabilidade do XVII Encontro Anual da Compós. São Paulo, 2008. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_315.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_315.pdf) Acesso em 15 jun 2014

\_\_\_\_\_. **Autonetnografia e inserção online**: o papel do pesquisador-insider nas práticas comunicacionais das subculturas da Web. Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos, v. 11, n. 1, pp. 14-24, jan/abr. 2009.

ANDERSON, L. Analytic autoethnography. **In**: Journal of Contemporary Ethnography, 35 (4), 373– 395, 2006.

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relógio D'água, 1991.

BOYM, SVETLAN. The Future of Nostalgia. Estados Unidos, Nova York: Basic Books, 2001.

BAKHTIN, M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 1999.

BHABHA, Homi. K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2013.

BELTRÃO, C. Magna Mater, Claudia Quinta, Claudia Metelli (Clodia): A construção de um mito no principado augustano **In**: CANDIDO, M.R. História das Mulheres na Antiguidade. Rio de Janeiro: NEA/UERJ, 2012.

BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Época de sua Reprodutibilidade Técnica**. Porto Alegre: Zouk, 2012.

\_\_\_\_\_. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.



BOYM, Svetlan. **The Future of Nostalgia**. Estados Unidos, Nova York: Basic Books, 2001.

BROOKER, W. A Sort of Homecoming. **in** GRAY, J; SANDVOSS, C. Harrington, L.C. Fandom: Identities and Communities in a Mediated World. Estados Unidos: Nova York Press, 2007.

BUTLER, Judith. **Relatar a si mesmo**: crítica da violência ética. Tradução: Rogério Bettoni. Belo Horizonte: Autêntica, 2015.

\_\_\_\_\_. **Problemas de Gênero**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1990.

CAMPBELL, J. The **Hero With A Thousand Face**. Novato, California: New World Library, 2008.

COSTA, D. S; SAYONARA, P. O corpo é uma festa! Reflexões em torno da oralidade brasileira. **IN** Revista do LUME, Revista do Nucleu Interdisciplinar de Pesquisas Teatrais da UNICAMP. N. 10, 2016. Disponível em < <https://www.cocen.unicamp.br/revistadigital/index.php/lume/article/view/460/407> >. Acesso em 17 out 2018.

CHOAY, F. **A alegoria do patrimônio**. Editora Unesp: São Paulo, 2001.

DELEUZE, G; GUATTARI, F. **Mil platôs** - capitalismo e esquizofrenia, vol. 5. São Paulo: Ed. 34, 1997.

\_\_\_\_\_. **O Anti-Édipo**: capitalismo e esquizofrenia. São Paulo: Ed. 34, 1976.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**: 1972-1990. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992

DEWEY, J. **Arte Como Experiência** - Volume 1. Rio de Janeiro: Editora Martins Fontes, 2010.

DEZIN, N. K. Analytic Autoethnography, or Déjà Vu all Over Again **IN**: Journal of Contemporary Ethnography, 35(4), 2006. Disponível em < <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0891241606286985> >. Acesso em 18 nov 2017.

DIMENSTEIN, Marcela. **Arquitetura pop**: Las Vegas. 19 de sep de 2018. Notas de Aula. Departamento de Arquitetura e Urbanismo Unipê. Disciplina Teoria e História da Arquitetura e Urbanismo. Centro Universitário de João Pessoa, PB, 2018.

DUFFETT, M. **Understanding Fandom**: An introduction to the study of media fan culture. Chester, Reino Unido: Bloomsbury Academic, 2013.

ELIIS, C., & BOCHNER, A. P. Autoethnography, personal narrative, and personal reflexivity. **In** N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (2nd ed., pp. 733-768). Thousand Oaks, CA: Sage, 2000.

\_\_\_\_\_. Analyzing analytical autoethnography. **In:** *Journal of Contemporary Ethnography*, 35(4), 429-449, 2006.

ELLIS, C. **Final Negotiations: A Story of Love, Loss, and Chronic Illness** (Health, Society, and Policy). Estados Unidos: Temple University Press, 1995.

FISKE, J. The Cultural Economy of *Fandom*. **In:** LEWIS, Lisa (Org.). *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. New York: Routledge, 1992.

\_\_\_\_\_. **Reading the popular**. New York: Routledge, 1989

FOUCAULT, M. **O Corpo Utópico, as Heterotopias**. São Paulo: N-1 Edições, 2013.

\_\_\_\_\_. **A Hermenêutica do Sujeito**. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes. 2006

FRAGOSO, S; RECUERO, R; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRITH, S. **Performing Rites: On the Value of Popular Music**. Cambridge/ Massachusetts: Harvard University Press, 1996.

GALVÃO, B. A. A Ética Em Michel Foucault: Do Cuidado De Si À Estética Da Existência. **In:** *Revista Intuito, PPG em Filosofia da PUCRS*. v. 7, n. 1 (2014). Disponível em < <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/intuitio/article/view/17068/11428> >. Acesso em 20 dez 2018.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1989.

GEHL, J. **Cidade Para Pessoas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2010.

GONZALLES, F. Uma Casta Chamada Diva. **In:** *Diva pop*. MANGABEIRA, A; LINS, M; SOARES, T. (Orgs.). (Prelo) 2019.

GUIMARÃES, C; LEAL, B. S.; MENDONÇA, C. C. (ORGS). **Comunicação e Experiência Estética**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

GUMBRECHT, H. U. **Produção de Presença: O que o sentido não consegue transmitir**. Rio de Janeiro: Contraponto e PUC-Rio, 2010.



GREENE, L; SHARMAN-BURKE, J. **Uma Viagem Através dos Mitos**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2000.

HENNION, A. **Music Lovers. Taste as performance**. Revista Theory, Culture & Society, online, v. 18, n. 5, p. 1-22, dez. 2007. Online. Disponível em: < <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00193124/document> >. Acesso em 21 dez 2016.

HERSCHMANN, M. Desafios para os estudos do mercado da música ao vivo. **In:** PIRES, Victor A. N.; ALMEIDA, Laís B. F. (Org.). Circuitos urbanos e palcos midiáticos: perspectivas culturais da música ao vivo. Maceio: Edufal, 2017.

HESMONDHALGH, D. **Why Music Matters?** Oxford, UK: Willey Blackwell, 2013.

HILLS, M. O fandom como objeto e os objetos do fandom. **In:** **Matrizes**. V. 9 - Nº 1 jan./jun. 2015 São Paulo - Brasil MATT HILLS p. 147-163. Disponível em: < <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/viewFile/651/pdf> >. Acesso em 15 jun 2016.

\_\_\_\_\_. **Media fandom, neoreligiosity, and cult (ural) studies**. Inglaterra: The Velvet Light Trap, 2000.

\_\_\_\_\_. **Fiske's 'textual productivity' and digital fandom: web 2.0 democratization versus fan distinction**. Inglaterra: Participations, 2013

HEWON, C. **Autoethnography as method**. Estados Unidos: Left Coast Press, 2008.

JACQUES, P.B. Errâncias urbanas: **A arte de andar pela cidade**. In: REVISTA ARQTEXTO 7. Porto Alegre: UFRGS, 2005. p. 16-25.. Disponível em <[https://www.ufrgs.br/propar/publicacoes/ARQtextos/PDFs\\_revista\\_7/7\\_Paola%20Berenstein%20Jacques.pdf](https://www.ufrgs.br/propar/publicacoes/ARQtextos/PDFs_revista_7/7_Paola%20Berenstein%20Jacques.pdf)>.

JANOTTI JR., J. **Além do rock: a música pop como uma máquina de agenciamentos afetivos**. **In:** Revista Eco-Pós. v. 19, n. 3. Dossiê Cultura Pop. Rio de Janeiro, 2016.

\_\_\_\_\_. **Rock With The Devil**: notas sobre gêneros e cenas musicais a partir da performatização do feminino no heavy metal. Intercom Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM. 2013. Disponível em < <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1539-1.pdf> >. Aceso em 03 jan 2019.

JENKINS, H. **Textual Poarchers**. Nova Iorque, Estados Unidos: Routledge, 1992.

\_\_\_\_\_. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LAND, B; LAND, M. **A Short Story of Las Vegas**. Estados Unidos: University of Nevada Press, 2004.

LANDAU, R. **Rock 'n' Roll Billboards of the Sunset Strip**. Estados Unidos: Angel City Press, 2012.

LARROSA, Jorge. **Tremores: escritos sobre experiência**. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.

LORD, Kat. **The Notion of Home**. 2011. Disponível em < <http://katlord.com/papers/humanities-6011-diaspora-and-history/>> . Acesso em 17 ago 2015.

LIGHT, D. **The Dracula Dilemma: Tourism, Identity and the State in Romania**. Estados Unidos: Routledge, 2009.

MACHADO, A. **Máquina e Imaginário**. EdUSP: São Paulo, 2001.

MALINOWSKI, B. Argonautas do pacífico ocidental, **In: Os pensadores**. São Paulo, Abril Cultural, 1978.

MARTÍN, M. E. **No me arrepiento de este amor**. Um estudo etnográfico das práticas de sacralização de uma cantora argentina. Rio de Janeiro, 2006. 266f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006.

MASCARENHAS, Alan; SOARES, Thiago. **Estética do Fandom: Experiência e performance na música pop**. Revista Esferas, Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Centro Oeste, Ano 4, No 6: Dossiê Comunicação e Reencantamento. Janeiro/Junho 2015. Disponível em: < <http://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/viewFile/6156/3989>> . Acesso em: 13 mar. 2016.

MAYER, J. P. **Sociology of film: studies and documents**. Inglaterra: Editora FABER & FABER, 1946.

\_\_\_\_\_. **British cinemas and their audiences: sociological studies**. Inglaterra: Dennis Dobson, 1947.

MASCARENHAS, A; LIMA, M. **Flaw(less): o valor da falha na performance pop**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 2015, Rio de Janeiro. Anais... Recife: Intercom, 2015. Disponível em: < <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0410-1.pdf> > . Acesso em 15 març 2016.

- MATTOS, P. L. C. L. A entrevista não-estruturada como forma de conversação: razões e sugestões para sua análise. **In:** RAP. Rio de Janeiro 39(4):823-47, Jul./Ago. 2005. Disponível em < <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/6789/5371> >. Acesso em 05 jun. 2016.
- MOEHRING, E. P; GREEN, M. S. **Las Vegas: A Centennial History**. University of Nevada Press, 2005.
- MORIN, E. **As Estrelas: mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro, RJ: Editora Livraria José Olympio S.A., 1989.
- NASH, R. J. **Spirituality, Ethics, Religion, and Teaching a Professor's Journey**. Suíça: Peter Lang Publishing, 2002.
- NJGUIRI, H. C; HERNANDEZ, K; HEWON, C. Autoethnography: Connecting Life and Research. **IN:** Journal of Research Practice Volume 6, Issue 1, Article E1, 2010. Disponível em: < <http://jrp.icaap.org/index.php/%20jrp/article/view/241/186> >. Acesso 02 dez 2017.
- OSBORNE, A. C; COOMBS, D. S. **Female Fans of the NFL: Taking Their Place in the Stands**. Inglaterra: Routledge, 2016.
- OOPS!... I did it again**. Compositor: Max Martin. Intérprete: Britney Spears. Los Angeles, Califórnia, EUA: JIVE RECORDS. 2000. 1 CD.
- PETERS, J. **Springs In The Desert: A Kid's History Of Las Vegas**. (Tese de doutorado) Stephens Press, 2007.
- PLATH, O. **L'Animata: Hagiografía folclórica**. Chile: Editorial Grijalbo, 2000.
- POLANYI, Karl. **A Grande Transformação: as origens de nossa época**. Editora Campus: Rio de Janeiro, 2000.
- RESENDE, F. A. Narrativas E Conflito Afro-Muçulmano No Brasil: Cultura E Luta Por Desejos E Poderes. **IN** Matrizes (Online), v. 8, p. 203-218, 2014.
- \_\_\_\_\_. **Geografias Inventadas: Territórios, Narrativas e Conflitos**. Palestra. Auditório do PPGCOM/ Centro de Artes e Comunicação da UFPE. 17 de outubro de 2018.
- RUBINO, S. B. Quando o modernismo era uma provocação. **In:** REVISTA ARQTEXTO ano 2, 2003. Porto Alegre: UFRGS. Disponível em < <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/resenhasonline/02.020/3207> >. Acesso em 20 out 2017.

SANDVOSS, C. The Death of the reader?. In: GRAY, J.; SANDVOSS, C.; HARRINGTON, C. **Identities and Communities in a Mediated World**. New York: New York University Press, 2007.

\_\_\_\_\_. **Fans: The Mirror of Consumption**. Estados Unidos: Editora JOHN WILEY PROFESSION, 2005.

SCHECHNER, R. **The Future of Rituals: writings on culture and performance**. Inglaterra: Routledge, 1995.

\_\_\_\_\_. **Performance studies: An introduction**. Inglaterra: Routledge, 2002.

SEABROOK, J. **The Song Machine: Inside The Hit Factory**. W. W. Norton & Company: Nova York, 2016.

SEEL, M. *No Escopo da Experiência Estética*. In: PICADO, B; MENDONÇA, Carlos M e CARDOSO FILHO, J. *Experiência Estética e Performance*. Salvador: Edufba, 2014.

\_\_\_\_\_. **Aesthetics of Appearing: Cultural Memory in the Present**. Stanford, Estados Unidos: Stanford University Press; 2005.

SETENTA, J. S. **Comunicação Performativa do Corpo: o fazer-dizer da contemporaneidade**. Tese. Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica. PUC/SP São Paulo, 2006.

SILVA, M. A. Da performance à performatividade: possíveis diálogos com Judith Butler na antropologia de um festival de cinema. IN: Revista Periódicus, Revista de Estudos Interdisciplinares em Gêneros e Sexualidades. V. 1, n. 3, 2015. Universidade Federal da Bahia, 2015.

SHUSTERMAN, R. **Pragmatist Aesthetics: Living Beauty**. Estados Unidos: Rowman & Littlefield Publishers, 2010.

SONTAG, Susan. **Notas sobre o Camp**. In: SONTAG, Susan. *Contra a interpretação*. Porto Alegre: L&PM, 1987.

SOARES, T. Percursos para estudos sobre música pop. In: SÁ, Simone; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério. **Cultura Pop**. EDUFBA/Compós: Salvador/Brasília, 2015.

\_\_\_\_\_. **A Estética do Videoclipe**. João Pessoa: Editora UFPB, 2013.

TAYLOR, Diana. **O arquivo e o repertório**: Performance e memória cultural nas Américas. Belo Horizonte: UFMG, 2013.

TOMAZ, F. **Roteiro leva turistas para happy hour dentro da mansão onde viveu Elis Regina e Bôscoli**. Olhar Conceito. Matéria por Isabela Mercuri, 2017. Disponível em < <http://www.olhardireto.com.br/conceito/noticias/exibir.asp?id=14130&noticia=roteiro-leva-turistas-para-happy-hour-dentro-da-mansao-onde-viveu-elis-regina-e-boscoli> > Acesso 09 dez 2017.

TULLOCH, J; JENKINS, H. (Orgs.). **Science fiction audiences**: Watching Doctor Who and Star Trek. Londres: Routledge, 1995.

TURNER, V. **Dramas, campos e metáforas**: ação simbólica na sociedade humana. Niterói, RJ: EdUFF, 2008.

TURNER, V; TURNER, E. **Image and Pilgrimage in Christian Culture**. Estados Unidos: Image and Pilgrimage in Christian Culture. 2011.

VENTURI, R; BROWN, S. D; IZENOU, S. **Aprendendo com Las Vegas**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

VIRILIO, Paul. **Estética da Desaparição**. Contraponto Editora: Rio de Janeiro, 2015.

WOLFE, Tom. Las Vegas (What?) Las Vegas (Can't hear you! Too noisy) Las Vegas!!!!. **In**: WOLFE, Tom. The Kandy-Kolored Tangerine-Flake Streamline Baby. Nova York: Pocket Books, 1975. p. 3-23, tradução nossa.

ZORDAN, P. Máquina de guerra em dez aforismos. **In**: **Revista Carbono**, n. 06. Dossiê Guerra. 2014. Disponível em < <http://revistacarbono.com/wp-content/uploads/2014/04/M%C3%A1quina-de-Guerra-em-dez-aforismos-Paola-Zordan.pdf> >. Acesso em 10 jul 2016.

ZUBERNIS, L; LARSEN, K. Make Space for Us! Fandom in the real world. **In**: BOOTH, Paul. A Companion to Fandom and Fan Studies. Estados Unidos: Willey Blackwell, 2018.