



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

EDUARDO JOSÉ MELO RODRIGUES DA SILVA

**O QUE O SUCESSO NÃO NOS DIZ: o fracasso enquanto brecha performática nas
dinâmicas digitais da música pop**

Recife
2022

EDUARDO JOSÉ MELO RODRIGUES DA SILVA

O QUE O SUCESSO NÃO NOS DIZ: o fracasso enquanto brecha performática nas dinâmicas digitais da música pop

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para a obtenção do Título de Mestre em Comunicação.

Área de concentração: Comunicação

Orientador: Prof. Dr. Thiago Soares

Recife
2022

Catálogo na fonte
Bibliotecária Mariana de Souza Alves – CRB-4/2105

S586q Silva, Eduardo José Melo Rodrigues da
O que o sucesso não nos diz: o fracasso enquanto brecha performática nas dinâmicas digitais da música pop/ Eduardo José Melo Rodrigues da Silva. – Recife, 2022.
102f.: il. fig.

Sob orientação de Thiago Soares.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2022.

Inclui referências.

1. Comunicação. 2. Cultura Digital. 3. Fracasso. 4. Música Pop. 5. Performance. I. Soares, Thiago. (Orientação). II. Título.

302.23 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2022-51)

EDUARDO JOSÉ MELO RODRIGUES DA SILVA

**O QUE O SUCESSO NÃO NOS DIZ: o fracasso enquanto brecha performática nas
dinâmicas digitais da música pop**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial à obtenção do Título de Mestre em Comunicação.

Aprovada em: 24/02/22

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Thiago Soares (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Rogério Luiz Covalleski (Avaliador interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Leonardo Gabriel de Marchi (Avaliador externo)
Universidade Federal do Rio de Janeiro

AGRADECIMENTOS

Aos meus familiares pelo apoio nessa jornada. Ao meu pai por ter me apresentado à música pop. À minha mãe por ser minha fã número 1. Aos dois pelo imenso amor e por sempre estarem ao meu lado.

Aos meus amigos e amigas que eram as cobaias das minhas hipóteses. Obrigado por terem sido o laboratório perfeito, em especial a CIPA, os GERALDOS e as OVERPOCS.

À Paloma pelo constante incentivo. Meu segundo par de olhos. Minha eterna dupla acadêmica.

Aos molengas Daniel, Quel, Iramaya, João e Leo por tornarem a dupla jornada trabalho-mestrado mais leve.

À Flávia pelas risadas, conversas e longos áudios sobre cultura da inspiração, surtos pandêmicos e epistemologia.

A Lúcio e Henrique por compartilharem os momentos agrídoces de cursar um mestrado em plena pandemia. Vocês são incríveis!

Ao Grupo de Pesquisa em Comunicação e Música Pop (GruPop), em especial a Erick, Lívia, Mariana, Daniel, Mário, Suzana, GG, Rafael, Júnior, Morena e Lianna.

Aos alunos e alunas integrantes da turma do meu estágio docência na cadeira de Sociologia da Comunicação. Obrigado pela paciência e pelos longos e frutíferos debates.

Ao meu orientador Thiago Soares que confiou em mim desde o começo e que me fez enxergar as potências dos meus deslizes. Obrigado por tanto, vamos em frente com nossa *collab*!

À banca de qualificação formada pelos professores Rogério Covaleski e Leonardo de Marchi pelas valiosas contribuições e trocas.

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pela bolsa concedida que viabilizou a realização desta pesquisa.

À Universidade Federal de Pernambuco, ao CAC, ao PPGCOM e aos colegas formados no percurso.

Por fim, mas não menos importante, às multidões de fracassados que pavimentam um outro caminho, um outro olhar.

Se aprendi algo durante esses anos de estudos em Comunicação, é que a área não é multidisciplinar à toa. O conhecimento só faz sentido se for construído em conjunto, por isso essa dissertação não é só minha (e nunca teve a intenção de ser). As páginas escritas aqui possuem diversos autores, memórias e afetos que traduzem a turbulência dos últimos anos no

país e a importância de um esforço coletivo. Em meio a crises políticas e sanitárias, só me resta agradecer a quem torceu por mim e comigo. Continuemos resistindo e celebrando a pesquisa científica brasileira.

“Ser levado/a a sério significa perder a chance de ser frívolo/a, promíscuo/a e irreverente. O desejo de ser levado/a a sério é precisamente o que faz pessoas seguirem os já testados e comprovados caminhos da produção de conhecimento a partir do qual eu gostaria de mapear alguns desvios” (HALBERSTAM, 2020, p. 25).

RESUMO

A noção de fracasso na música pop apresenta um debate que coloca em pauta os dados de vendas de artistas enquanto balizas de legitimidade, acentuando fortes relações comerciais que guiam grande parte do horizonte de expectativas da indústria fonográfica. Assim, a falha passaria a ser percebida a partir de uma lógica essencialmente quantitativa. A perspectiva desta investigação é tomar o fracasso como um desvio analítico capaz de revelar imprevistos que tensionam o mercado musical. Essa dissertação articula a potência digressiva da falha, a qual se faz presente numa brecha que ora atrai, ora repele fórmulas estanques das lógicas capitalistas. A partir dos conceitos de performance de Diana Taylor (2013) e das noções de fracasso como disposição desviante a partir de Jack Halberstam (2020), propõe-se a compreensão dos roteiros de mercado e em que medida os/as artistas de música pop irão dramatizá-los. Dito isto, procuro enquadrar as brechas performáticas do fracasso no contexto da cultura digital, elencando as encenações dos fãs e de artistas pop em sites de redes sociais, a partir dos estudos de caso do fórum BCharts e das cantoras Katy Perry, Christina Aguilera e Mariah Carey.

Palavras-chave: Cultura Digital. Fracasso. Música Pop. Performance.

ABSTRACT

In pop music, the idea of failure presents a debate that defines the data of artist sales as a marker of success, emphasizing strong commercial relationships that guide much of the horizon of expectations of the music industry. Thus, the failure would be perceived from an essentially quantitative logic. The perspective of this investigation is to take failure as an analytical deviation capable of revealing unforeseen events that strain the music market. This dissertation articulates the digressive power of failure, which is present as a gap that sometimes attracts, sometimes repels stagnant formulas of capitalist logics. From the performance concepts of Diana Taylor (2013) and the notions of failure as a deviant disposition from Jack Halberstam (2020), it is proposed to understand the market scripts and to what extent pop music artists will dramatize them. Therefore, I try to frame the performance gaps of failure in the context of digital culture, listing the performances of fans and pop artists on social networking sites, based on the case studies of the forum BCharts and the singers Katy Perry, Christina Aguilera and Mariah Carey.

Keywords: Digital Culture. Failure. Pop Music. Performance.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Seis primeiras posições do Hot 100 da 3ª semana de julho de 2021	23
Figura 2 –	Good 4 U na Hot 100	24
Figura 3 –	Representação Gráfica da Cauda Longa	37
Figura 4 –	Vendas de Álbuns na Billboard em 1994 e 2014	38
Figura 5 –	Tela inicial do fórum BCharts	52
Figura 6 –	Tópico de discussão sobre Katy Perry	53
Figura 7 –	Exemplo da formação de personagens	56
Figura 8 –	Exemplos do shade nas conversações do BCharts	59
Figura 9 –	Exemplos do shade nas conversações do BCharts	59
Figura 10 –	Exemplos do shade nas conversações do BCharts	59
Figura 11 –	Exemplos do shade nas conversações do BCharts	59
Figura 12 –	Postagem comemorativa de um ano do lançamento de <i>Witness</i>	72
Figura 13 –	Postagem de Katy Perry sobre o conceito do álbum <i>Smile</i>	73
Figura 14 –	Frame do videoclipe de <i>California Gurls</i>	74
Figura 15 –	Frame do registro da turnê <i>California Dreams</i>	74
Figura 16 –	Frame do videoclipe de <i>Chained to the Rhythm</i>	75
Figura 17 –	Frame da performance no Grammy Awards de 2017	75
Figura 18 –	Frame do videoclipe de <i>Smile</i>	75
Figura 19 –	Frames da performance no <i>Women's Cricket World Cup Final</i>	75
Figura 20 –	Frames do videoclipe de <i>Never Worn White</i>	77
Figura 21 –	Frames do videoclipe de <i>Daisies</i>	77
Figura 22 –	Postagem de Katy Perry no Instagram	77
Figura 23 –	Compilação de stories no Instagram de Christina Aguilera: 10 anos	82
Figura 24 –	Compilação de stories no Instagram de Christina Aguilera: <i>Stripped e Bionic</i>	83
Figura 25 –	Compilação de stories no Instagram de Christina Aguilera: Conceito	84
Figura 26 –	GIF do poster de <i>Glitter</i> no dia 11 de setembro de 2021	88
Figura 27 –	Posts de Mariah Carey no Twitter sobre o <i>#JusticeForGlitter</i>	88
Figura 28 –	Posts de Mariah Carey no Twitter sobre o <i>#JusticeForGlitter</i>	88
Figura 29 –	Lançamento de <i>Glitter</i> nas plataformas de streaming	89

Figura 30 –	Postagem comemorativa de Mariah Carey	89
Figura 31 –	Tweet de Mariah respondendo a um usuário	91
Figura 32 –	Mariah Carey decreta o começo do Natal em vídeo no Instagram	92

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 –	Categorias das respostas no fórum BCharts	54
Quadro 2 –	Vendas de Mariah Carey, Christina Aguilera e Katy Perry	64
Quadro 3 –	Esquema de vendas de álbuns de Katy Perry	70
Quadro 4 –	Esquema de vendas de álbuns de Christina Aguilera	79
Quadro 5 –	Esquema de vendas de álbuns de Mariah Carey	86

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO: ARTISTAS DEFEITUOSOS ME INTERESSAM	13
2	AFINAL, O QUE SIGNIFICA FRACASSAR NA MÚSICA POP?	20
2.1	Noções sobre o sucesso (e consequentemente o insucesso)	20
2.2	Baixa Teoria: a potência analítica de arquivos bobos e fracassados	28
2.3	Um fracasso espetacularizado	36
2.4	Sobre roteiros performáticos e o enredo de derrota	41
3	FÃ EM PAUTA: DISPUTAS DE FANDOMS EM FÓRUNS DE DISCUSSÃO	45
3.1	O fórum de discussão enquanto arena	45
3.2	O fã, o afeto e a disputa	48
3.3	Memetização da <i>trollagem</i> : humor, <i>shade</i> e problemáticas	51
3.4	De que fracasso fala o fã?	60
4	ARTISTA EM PAUTA: APROPRIAÇÃO DO FRACASSO COMO CONSTRUÇÃO PERFORMÁTICA	63
4.1	Metas inalcançáveis na agenda <i>mainstream</i> e a perversidade pop	63
4.1.1	Katy Perry e o roteiro de reconhecimento	68
4.1.2	Christina Aguilera e o roteiro de justiça	78
4.1.3	Mariah Carey e o roteiro de nostalgia	85
4.2	De que fracasso fala o artista?	93
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS: A FALHA COMO ABORDAGEM POSSÍVEL	95
	REFERÊNCIAS	98

1 INTRODUÇÃO: ARTISTAS DEFEITUOSOS ME INTERESSAM

Está no percurso de ser fã uma série de ressignificações afetivas com os objetos dos quais se gosta. Enquanto um grande amante de música pop, tenho lembranças de situações da minha vida em que os universos imaginados desse gênero musical intensificaram a sensação de escapismo que tanto me seduzia e me permitiram viver por outras lentes, ora apaziguando desconfortos mundanos, ora me fazendo confrontá-los diretamente (ainda que por meio de uma carga dramática). Canções, videocliques, shows, apresentações, entrevistas e muitos outros aparecimentos midiáticos se imbricavam em uma espécie de trama cujo argumento principal de ser era traduzido para mim como uma ode à fabulação. Contudo, ao adotar uma vivência pop e ter contato com suas produções cotidianamente, é inevitável ser interpelado por “deslizes” que tensionam convenções e estruturas, sem, todavia, tornar a experiência menos genuína. Talvez esteja na identificação de oportunos desvios incorporados na imagem de cantores e cantoras que novas camadas de sentido apareçam. Costumo dizer que me enxerguei como entusiasta de música pop quando fui fisgado pela sua fantasia, porém só virei fã quando me vi imerso nas suas ambiguidades, no que foge à regra, algo evocado pelas práticas de artistas defeituosos que, de fato, me interessam.

Quando me refiro a artistas defeituosos, quero abordar aqueles que de alguma forma desmantelam, em diferentes níveis, horizontes de expectativas. O leque de possibilidades é enorme, claro, mas trago aqui uma inquietação particular sobre os “desobedientes comerciais”, isto é, artistas que saíram de um alto patamar de vendas para um baixo, popularmente conhecidos como “flopados”¹. Me recordo de ser frequentemente confrontado por um cosmos de fracasso presente nos portais de notícias especializados e nas conversações de sites de redes sociais, salientando um certo fascínio pelos artistas malsucedidos, pelo monitoramento do fôlego comercial para competir com seus pares, pelos aspectos financeiros como valoração fidedigna, pela constante reminiscência do espaço de êxito que um dia eles ocuparam. Assim, me instigava constatar quais as relações de fracasso são embebidas pelo pop, pensando que as baixas vendas estão circunscritas em territórios de alta visibilidade. Seria concebível cogitar que artistas eram agora reduzidos a figuras descartáveis por não atingirem mais determinados números expressivos? Quantidade é o mesmo que qualidade? O fracasso e suas sanções

¹ Espécie de neologismo brasileiro que deriva da palavra *flop*, gíria inglesa traduzida livremente como “fiasco” ou “fracasso” e bastante utilizada na internet para se referir ao mau desempenho comercial de produções da cultura pop. Disponível em: <https://www.significados.com.br/flop/>. Acesso em: 07 jul. 2021.

acontecem da mesma forma? O sucesso tem data de validade? Mas fracasso de acordo com quem ou o que?

Uma série de questões me atravessavam, algumas delas de cunho pessoal (e por que não existencial?), em que o afeto como fã entrava em cena, outras de cunho mais investigativo, que passaram a tomar forma graças a descoberta, ainda na graduação, da pesquisa acadêmica no campo da cultura pop. Durante meu trabalho de conclusão de curso², no bacharelado de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Pernambuco, fui instigado pelo anseio de elaborar um ultimato que buscava a razão do fracasso de alguns artistas, quiçá motivado por noções mercadológicas de acerto e erro, as quais ofuscaram a possibilidade de enxergar um entrelugar nos meus questionamentos iniciais. Minha proposta naquela ocasião foi encarar o comportamento de artistas pop como condutas de marca, destacando a construção de um *branding* midiático aos moldes do gerenciamento de crise. Me ative aos gestos de reparação que cantores e cantoras adotaram quando foram taxados como “flopados” e que implicações mercadológicas puderam ser vistas. Em resumo, identifiquei uma preocupação de tornar a marca sempre circulante no mundo do entretenimento, mesmo que os artistas não voltassem a ocupar a posição de prestígio de outrora. Conforme fui amadurecendo meus estudos e entendendo como as personas midiáticas são intrincadas, cheguei a descobertas que apontavam para vazamentos interessantes, para caminhos que desmancham o sucesso como destino final, pois não é à toa que os próprios artistas já reconheciam que era preciso se readaptar, não para voltar a ser o que era antes, mas para acessar novos modos de existir na indústria musical.

Não consegui firmar um motivo definitivo que explicaria o porquê dos artistas fracassarem, e acredito que essa não seja uma abordagem pertinente, já que tratar o fracasso enquanto uma unidade, um fenômeno essencialista que horizontaliza suas causas e efeitos, é se fechar para a noção de falha que implica uma sobreposição de vozes. Basta uma rápida olhada para discussões online: não faltam matérias editoriais que tentam desmistificar o fracasso por trás de álbuns pop, assim como fãs que procuram consertar o status de insucesso dos seus ídolos favoritos, além, claro, dos posicionamentos estratégicos dos próprios cantores e cantoras. A voz da imprensa, dos fãs, do mercado e do artista se mesclam em uma constelação e escolher uma delas como detentora da verdade é adotar uma postura tendenciosa que deixa de lado os meandros, tão caros para uma análise da indústria do entretenimento. Mais importante que achar uma justificativa resolutiva e irrefutável para o fracasso, é compreender quais os efeitos de falha

² Ver em SILVA, Eduardo José Melo Rodrigues da. **IT’S A FLOP: Uma análise sobre o fracasso de marca na indústria musical pop**. 2017. Monografia (Bacharelado em Publicidade e Propaganda) – Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco, 2017.

se destacam e como eles estão articulados e emulados, em um gesto de aparecimento e desaparecimento nas manifestações midiáticas, borrando estatutos estanques. É a partir desse entendimento um tanto escorregadio da falha que decidi arquitetar a minha dissertação.

Tendo todo esse preâmbulo em mente, essa dissertação entende que o fracasso na música pop parte da comparação numérica, mas a ultrapassa, podendo assumir diferentes camadas performáticas. Reforço que não é meu objetivo constatar que o peso comercial é irrelevante, idealizando o insucesso e atribuindo a ele um certo esvaziamento de sentido. O desafio está em justamente achar um equilíbrio, ou como comentado mais acima, um entrelugar que reconhece um panorama de mercado, mas também sabe que dele podem emergir outras prerrogativas discursivas, estéticas e performáticas. A intenção não é renunciar às abordagens ligadas ao mercado musical, consumo, marketing, práticas publicitárias e afins, pelo contrário, acredito que essas interfaces comunicacionais são de vital importância para compreender a complexidade da música pop, que entre muitas outras coisas, opera como uma indústria. Ressalto, porém, a preocupação de não cair em caixas herméticas que condicionam o olhar para o sucesso comercial como uma trajetória dada e inalterada que conta uma velha história sobre a vitória acima da derrota.

A princípio, pensar essas prerrogativas me levaram à ideia de ruptura³, entretanto reconheço a vulnerabilidade conceitual que um movimento disruptivo carrega nas lógicas capitalistas, principalmente sabendo que elas influenciam a maneira pela qual lidamos com o fracasso em uma primeira instância. Em outras palavras: mesmo que muitas vozes disputem a narrativa e agenciem múltiplos desdobramentos, a grande maioria delas parte de um pretexto comercial e o fracasso não necessariamente significa uma cisão com o capitalismo, visto que muito se faz para corrigi-lo e transformá-lo em sucesso. Então, ainda sem abandonar essa visão de “quebra”, é possível dizer que antes de uma ruptura acontecer, há, pelo menos, uma fissura. Se fracassar não chega a ser uma transgressão completa, sabendo que as medidas reparadoras visam transformá-lo em êxito financeiro, está nesse processo a existência inicial de uma brecha, um relance do que reside do lado oposto ao sucesso, um ponto de vista que abrange perspectivas complexas do capitalismo culturalizado (HERSCHMANN, 2010) e que poderia dialogar com esse entrelugar que tanto me parece profícuo. Isto posto, a problemática que me orienta se

³ Fernanda Carrera e Beatriz Polivanov (2019) já tratam do termo “ruptura de performance” quando observam condutas em sites de redes sociais. Contudo adoto um caminho diferenciado na minha abordagem, porque o momento de fracasso na música pop não se dá necessariamente pelo contexto digital, sendo, porém, complexificado por ele. A ideia de erro pode ser negociada e disputada, evidenciando estruturas inacabadas e rasuras no capitalismo. Dessa maneira, me parece mais pertinente olhar pela via das brechas, na tentativa de enxergar os sites de redes sociais como amplificadores de pautas que são também externas à internet, mas precisam passar por ela para se fazerem presentes.

delineia na seguinte pergunta: como a noção de fracasso na música pop se constrói enquanto brecha performática nas dinâmicas digitais? Destaco os excertos “brecha”, “performance” e “dinâmicas digitais”, presentes na minha indagação, por acreditar que eles sintetizam as três balizas conceituais desta pesquisa.

“Brecha” endereça o sentido de rasura que quero abordar e é um termo que tomo emprestado de Thiago Soares (2013) no texto “Cultura Pop: Interfaces Teóricas, Abordagens Possíveis”, em que o autor ratifica a possibilidade de questionar a ordem estética e cultural dos produtos da cultura pop, chamando atenção para a existência de um certo lugar de estar no mundo que procura “conviver e acomodar as premissas e imposições mercantis [...] com uma necessidade de reconhecimento da legitimidade de experiências que existem à revelia das consignações do chamado capitalismo tardio” (SOARES, 2013, p. 3). Identificar brechas é o que torna a pesquisa em cultura pop profunda e pertinente, acentuando que o enfrentamento do binômio capital-cultura não deve ser a disputa de polos estritamente opostos, mas as fortes interrelações que ali existem.

“Performance” apareceu para mim graças ao livro “O Arquivo e o Repertório” de Diana Taylor (2013) cuja discussão é meu pilar metodológico, ainda que ao longo das minhas análises eu esbarre com outros autores e autoras contemporâneos que trabalham com a abordagem performática — também por acreditar que eles partiram de Taylor em algum nível. Na obra, a autora articula as questões discursivas e estéticas que uma performance pode encenar, enfatizando o seu caráter não-teleológico que se interessa pelo enquadramento de fenômenos. Sim, a performance pode evocar um cunho artístico ao qual estamos acostumados a associá-la, mas a proposta de Taylor é expandir suas fronteiras e formular uma linha epistemológica para enfrentar processos em que a cultura incorporada e os comportamentos expressivos são atos de transferência vitais de conhecimento. Inclusive é através da incorporação de alguns conceitos como roteiro performático, teatralidade, arquivo, repertório, enredo, personagens e outros que a autora elabora táticas analíticas para examinar saberes, memórias e sentimentos de identidade social em contextos específicos. Aprofundo essas questões com a atualização trazida por Thiago Soares (2021a) na percepção da performance midiática pela chave da teatralidade, instaurando dramas sociais que “constroem zonas liminares nas performances midiáticas que podemos pensar como balizas limítrofes sobre as quais se edificam as diegeses ficcionais, espaço de criação especulativo e indicativo das zonas tensivas das ações” (SOARES, 2021a, p. 220). A expressão “brecha performática” que escolhi, portanto, dá a chance de emoldurar momentos em que o fracasso incita dissidências entre o sentido e o sensível, funcionando como uma abertura, sobretudo se lembrarmos que ele não é um projeto premeditado, mas uma insurgência,

já que os artistas inseridos na indústria pop não almejam fracassar. É nesse ponto de instabilidade que se ancora a condição de brecha, sendo possível desenvolvê-la por meio da abordagem performática que incentiva a “montagem” de encenações específicas no midiático.

“Dinâmicas digitais”, por sua vez, elucida o local onde a aplicabilidade da minha análise ocorre. Na tentativa de mapear performances do fracasso, olho para a internet como um espaço propício a existência de uma pluralidade de novas corporificações de fenômenos. Se os números e a preocupação quantitativa sempre foram um imperativo na indústria da música, me interessa saber o que cultura digital faz com eles, de que forma ela os transforma e os move. Pretendo, assim, olhar para territórios de sites de redes sociais nos quais a enunciação é uma engrenagem primordial, mapeando performances que nos interpelam através de regimes de visibilidade, “em uma época na qual, diante dos constantes acionamentos do corpo, via fotografias, *selfies*, aparições em sites de redes sociais, a metáfora da teatralidade se faz presente” (AMARAL; POLIVANOV; SOARES, 2018, p. 64, grifo dos autores).

Para fins metodológicos, procuro na cultura digital vestígios performáticos do fracasso na música pop, e – considerando a pluralidade de vozes que formam este certame – resolvo condensar a análise em dois atores: os fãs e os artistas. Cabe apontar que os enxergo como um emaranhado de redes valorativas e não na qualidade de grupos independentes e isolados. Assim, meu objetivo principal nessa pesquisa foi enquadrar as encenações de brecha que o fracasso constrói nas suas performances digitais, tendo como objetivos específicos: 1) mapear roteiros que reforçam cristalizações conceituais em torno do fracasso; 2) ao mesmo tempo, identificar que encenações e subtramas aparecem para dialogar ou se afastar desses roteiros; 3) pensar o fã dentro do contexto dos sites de redes sociais; 4) pensar o artista dentro do contexto dos sites de redes sociais.

Após esta Introdução, trago o capítulo “Afim, O Que Significa Fracassar na Música Pop?” em que recupero e atualizo um debate teórico acerca da condição de fracasso na música pop. Primeiro, procuro apresentar o que se entende por sucesso, abordando uma “chartização do pop” preocupada com altas posições nos *charts*, *rankings* e paradas musicais, em que noções capitais parecem emergir como matrizes legitimadoras. Revisito Frédéric Martel (2012) para compreender que a origem da música pop como gênero musical já implica uma forte afiliação comercial e articulo debates com Derek Thompson (2018) e Dave Laing e Richard Osborne (2021) acerca do pop lido por um viés numérico. Em paralelo, também evidencio momentos de fragilidade, iniciando uma discussão acerca do fracasso de produtos massivos tidos como defeituosos ou falhos, que não seguem o enredo cancelador do triunfo à risca. O livro “A Arte Queer do Fracasso” de Jack Halberstam (2020) entra como peça-chave nessa discussão por

evidenciar o fiasco na cultura pop como rota de análise válida em contraponto à lógica de construção de sentidos neoliberal. Para montar os enredos de derrota que pretendo analisar, aciono Diana Taylor (2013) em paridade com Thiago Soares (2021a) para abordar performances midiáticas nas quais o pop se dissemina.

O capítulo seguinte se chama “Fã em Pauta: Disputas de *Fandoms* em Fóruns de Discussão”, aqui procuro abrir um primeiro olhar analítico para as produções de fãs, investigando um dos maiores fóruns de discussão sobre cultura pop do Brasil, o BCharts. Pretendo enxergar de que maneira a condição de fracasso é apreendida nesse espaço, me atendo às narrativas de *fandoms* (PEREIRA DE SÁ, 2016), à construção de cenas interacionais nos tópicos de debate, aos gestos teatrais que guiam as ações dos indivíduos ali presentes e a maneira pela qual o fracasso é ressignificado e reiterado no contexto de disputa. Em busca de uma coerência expressiva (POLIVANOV, 2019), os fãs performam conversações em rede (RECUERO, 2013) que ressaltam o teor politizado de suas encenações em contextos de assimetrias interacionais (HÉRNANDEZ, 2020).

O último capítulo, antes das Considerações Finais, possui o título “Artista em Pauta: Apropriação do Fracasso como Construção Performática”. Agora, colocando o artista como personagem atuante do roteiro performático, pretendo ampliar os caminhos da análise do fracasso. O artista surge como potência para se apropriar do status de insucesso na construção de sua própria narrativa midiática, ora entrando em conflito, ora se aproximando do semblante regulatório do fracasso. Na análise performática dos artistas, é possível perceber brechas, rasuras, que vão além do limite discursivo. Elenco três cantoras taxadas de fracassadas, mas percebo uma afiliação particular e distinta em cada uma, acionando novas interpretações do insucesso. Em Katy Perry, enxergo um roteiro de falha ancorado no reconhecimento do seu fracasso e uma tentativa de diálogo com ele através de valores dramáticos como aceitação, superação e resiliência. Em Christina Aguilera, percebo um movimento menos consensual, presentificado pelo roteiro da justiça em que a cantora defende que seus trabalhos menos reconhecidos foram subestimados. Em Mariah Carey, creio que há um roteiro que aposta na nostalgia, permitindo que uma carga celebratória seja ressaltada.

Por fim, enxergo minha pesquisa de mestrado como uma oportunidade de adensar questões relativas ao fracasso que podem parecer binárias, mas que se ampliam para além da noção de “ato falho” e promovem uma abertura estética/discursiva. Se ater ao insucesso de produtos culturais é perceber os “mal-entendidos” do entretenimento, os momentos não planejados ou tensivos da música pop. Essas aparições, efemeridades, instantes de brevidade estão à espreita dos regimes regulatórios, apesar de também residirem neles, carecendo de uma

investigação mais próxima da rede de tecidos sociais, culturais e políticos que os atravessam. Em uma era de disputas espetaculares pela presença, cabe trazer o fracasso para o centro do palco.

2 AFINAL, O QUE SIGNIFICA FRACASSAR NA MÚSICA POP?

2.1 Noções sobre o sucesso (e consequentemente sobre o insucesso)

Em 2018, me deparei pela primeira vez com a matéria “O Apelo Duradouro por Artistas Pop que Fracassam”⁴ de Chris Stedman, lançada pela revista de música Pitchfork⁵. Revisitei a publicação de tempos em tempos, pois além de abordar a relação de grandes artistas com o fracasso, ela já antecipava no título e no breve excerto destacado abaixo – os quais traduzi livremente – um certo fascínio acerca desta condição de insucesso que paira sob a indústria fonográfica.

Percebi que o termo ‘flop’ [fracasso], empregado para descrever grandes artistas ou álbuns que não superam vitórias comerciais anteriores, parece crescer em popularidade a cada ano que passa. Os dois últimos álbuns de Lady Gaga, “Joanne” e “ARTPOP”, tornaram-se sinônimos de fracasso, apesar de ostentar sucessos como “Million Reasons” e “Applause”, além de levá-la ao palco do Super Bowl. Ainda que ligeiramente subestimados, foi sugerido que os lançamentos de 2017 de Lorde, Kesha e Demi Lovato, chamados de “Melodrama”, “Rainbow” e “Tell Me You Love Me”, foram todos fracassos, embora cada um apresentasse pelo menos um grande sucesso como “Green Light”, “Praying”, e “Sorry Not Sorry”. O termo se tornou tão comum que até o álbum “Reputation” de Taylor Swift, que teve a maior estreia de vendas de 2017 com mais de 1,26 milhão de cópias comercializadas em uma semana, provocou debates sobre a possibilidade de ser considerado um fracasso graças aos altos padrões levantados pela cantora (STEDMAN, 2018, online).

Segundo Stedman (2018), é cada vez mais comum taxar grandes artistas como “fracassados”, elencando como justificativa seus desempenhos comerciais, em que resultados de vendas de álbuns e/ou canções não conseguem superar notáveis conquistas anteriores. Ao longo do texto, que procura apontar os desdobramentos desse fenômeno, bem como mapear alguns dos seus principais personagens atuais, evidencia-se o fracasso como uma ocorrência cheia de nebulosidade, pois ainda que tenha uma carga simbólica negativa, há inquietações: álbuns são taxados de fracassos mesmo possuindo canções que foram bem-sucedidas, os artistas continuam em espaços de alta projeção e a casa de 1 milhão de vendas já soa quantitativamente (e qualitativamente) questionável. Algo parece não se encaixar. Só que ao invés de tentar

⁴ Disponível em Pitchfork: <https://pitchfork.com/thepitch/the-enduring-appeal-of-pop-stars-who-flop/>. Acesso em 10 jul. de 2021.

⁵ A revista digital Pitchfork é um website estadunidense que publica críticas, comentários, entrevistas e notícias sobre música. Em uma reportagem do jornal O Estado de São Paulo, é dito que embora estejamos em uma época de congestionamento de fontes e crise da crítica musical, a Pitchfork conseguiu se destacar frente a grandes concorrentes como NME, Spin e Rolling Stones. A esse feito, se atribui a abrangência de estilos abraçados pela revista, agora que o mercado de nichos impera na era de *streamings*. Disponível em “Cool não; relevante”: <https://link.estadao.com.br/noticias/geral,cool-nao-relevante,10000037464>. Acesso em 10 de jul. de 2021.

decifrar o enigma da peça que está faltando, proponho deslocar o ceticismo para a própria dúvida e nos perguntarmos se algo realmente deveria se encaixar. Por que temos que estar diante de um quebra-cabeças? O desenlace comercial dos produtos musicais não pode ser contraditório? Afinal, estamos falando de um sistema que mistura lógicas de mercado com gostos e afetos, searas que são por si só conflitantes quando combinadas. A noção de fracasso me soa, neste caso, muito mais como um ruído que tensiona a inteligibilidade de produtos pop, os quais só são pertinentes quando decodificados pela reiteração do modelo de êxito financeiro, pautado pelas vendas cada vez mais exorbitantes, o primeiro lugar das paradas musicais como única posição legítima e a intensa cobrança pela excelência.

Essa obsessão quantitativa observada na indústria musical, que na verdade ronda o mercado do entretenimento como um todo, é uma tendência contemporânea já levantada por Gilles Lipovetsky (2007) no texto “A Felicidade Paradoxal: Ensaio sobre a Sociedade de Hiperconsumo”, no qual ele discute o que chama de “hiperconsumo” como a aceleração da produção de bens, a corrida pelo bem-estar individual, as práticas hedonistas de compra e a consequente sensação de desamparo perante o êxito ou fracasso pessoal. Na sociedade atual, em que as necessidades passam a ser “mercantilizadas”, há uma constante preocupação em produzir em larga escala para que se possa consumir cada vez mais, logo qualidade seria um aspecto bastante problemático se tomarmos o volume de produções. Afinal, “o descarte dos artigos já não é provocado pela mediocridade da fabricação, mas pela economia da velocidade, por produtos novos, mais eficientes ou que respondam a outras necessidades” (LIPOVETSKY, 2007, p. 92). Alguns produtos, portanto, trariam “problemas” em torno da qualidade, sendo taxados de fracassados na indústria fonográfica por alguma instância social. Stedman (2018) ilustra essa situação em sua matéria ao ressaltar o uso indiscriminado da palavra “flop” e suas justificativas contraditórias.

Tomando estes endereçamentos como base, me apoio rapidamente na proposta filosófica de Charles Pépin (2018) sobre um olhar dialético para o fracasso, entendendo que quando ele se materializa, é acionado também um vislumbre do seu oposto, ou pelo menos, do propósito inicial que não foi alcançado, um devir. A fim de compreender o fracasso, é preciso começar olhando para a sua contraparte, o sucesso. E para iniciarmos esta conversa, é preciso falar de números.

No livro “Music by Numbers: the Use and Abuse of Statistics in the Music Industry”, Dave Laing e Richard Osborne (2021) afirmam que a música reside nos números, estando ambos intimamente conectados. Compor e produzir canções são práticas que incidem um conhecimento matemático na distinção de notas, tons, estruturas harmônicas e rítmicas. Estas

práticas não tolhem ou limitam o espaço musical, pelo contrário, lhe dão subsídios para a manutenção de criatividade e inovação. Contudo, esta relação começa a ficar mais emaranhada e apresentar um caráter mais rígido quando as fórmulas matemáticas se transformam em cálculos estatísticos, gesto que muito interessa à indústria fonográfica. Conforme apontam os autores, a coleta ou organização de fatos ou dados numéricos só é aplicada nas formas culturais quando elas passam pelo processo de industrialização, no qual a estatística é um subproduto econômico da produção em massa e da mediação tecnológica da arte. Na tentativa de traçar um olhar histórico, ao citarem “A Obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica” de Walter Benjamin (1935) e “Ruído: A Economia Política da Música” de Jacques Attali (1977), Laing e Osborne (2021) complexificam a relação entre música e números, apontando para o fator quantidade na indústria do entretenimento como uma ocorrência positiva devido ao seu alto poder de alcance e uma mudança na forma de participação e recepção da arte (BEIJAMIN, 1935), mas também negativa pelo incentivo de uma individualidade ritualística e na mudança da valorização econômica da arte que volta seu foco no volume de vendas graças aos custos elevados de produção e baixos custos de reprodução e distribuição, evidenciando que a música, como forma cultural, está intimamente ligada ao modo de produção (ATTALI, 1977).

Em comparação com as indústrias do cinema e a editorial, a fonográfica se relaciona de maneira mais engajada com sua dimensão numérica, frequentemente expondo-a como uma vitrine. O uso dos *charts* ou paradas musicais exemplificam bem essa relação, sendo uma manifestação clara da avaliação estatística das indústrias culturais que concentram a exposição em um número limitado de músicas, em especial aquelas que estão no topo (LAING; OSBORNE, 2021). Outros autores como Ken Barnes (1988) em “Top 40 Radio: A Fragment of the Imagination” e Eric Weisbard (2014) em “Top 40 Democracy: The Rival Mainstreams of American Music” já falavam dos *charts* como agentes decisivos nas ações das instituições mediadoras de música, fazendo com que os formatos de rádio, programas de televisão, revistas de música e pontos de venda fossem estruturados de acordo com os maiores sucessos do momento, além de também funcionarem como uma espécie de acessório publicitário orgânico e autorreferencial da indústria da música, atrelando às canções visibilidade, competitividade e uma narrativa de trajetória de sucesso que agrega valorações intangíveis, tudo isso sem que as gravadoras precisem divulgar publicamente seus números internos.

Uma série de *charts* pertencente à revista Billboard⁶, responsável pelas paradas musicais mais prestigiadas e vigiadas dos Estados Unidos, categoriza álbuns, canções e artistas em

⁶ Site da Billboard: <https://www.billboard.com/charts/hot-100>.

diferentes *rankings* semanais de vendas e popularidade. Por projetar os dados de um dos mercados que serve como espelho para o mundo todo, a Billboard possui uma influência geopolítica notável, funcionando como uma das maiores legitimadoras do que seria (ou não) sucesso em níveis globais. O carro-chefe da revista é o Hot 100, responsável por organizar as cem canções mais tocadas da semana.

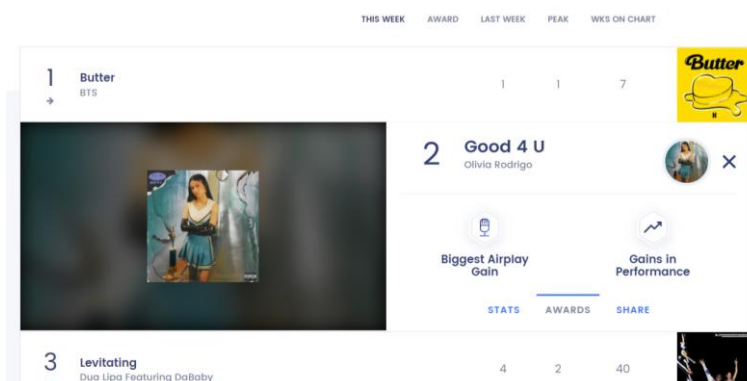
A Figura 1 retrata como a estrutura do Hot 100 prioriza uma construção hierárquica contínua. É possível ver a posição atual da música, seu título e o artista que a canta (*this week*), a posição na contagem anterior (*last week*), a maior posição que já teve (*peak*), quantas semanas está na contagem (*weeks on chart*) e pequenas setas que demarcam sua estabilidade, crescimento ou queda.

Figura 1 – Seis primeiras posições do Hot 100 da 3ª semana de julho de 2021

	THIS WEEK	AWARD	LAST WEEK	PEAK	WKS ON CHART	
1	Butter BTS		1	1	7	
2	Good 4 U Olivia Rodrigo	★	2	1	8	
3	Levitating Dua Lipa Featuring DaBaby		4	2	40	
4	Kiss Me More Doja Cat Featuring SZA		3	3	13	
5	Montero (Call Me By Your Name) Lil Nas X	Ⓢ	8	1	15	
6	Bad Habits Ed Sheeran		5	5	2	

Fonte: Reprodução do site da Billboard

Além disso, há como identificar se a Billboard concedeu algum reconhecimento à música (*award*) como mostrado na Figura 2: ao clicar na segunda colocada, *Good 4 U*, canção de Olivia Rodrigo, por exemplo, é dito que ela possuiu tanto o maior desempenho nas rádios (*biggest airplay gain*) como de forma geral (*gains in performance*). Resumidamente, todas essas informações dispostas constroem um histórico narrativo que reforça o caráter quantitativo das canções, desde o seu pico na parada musical, passando pelo seu comportamento nas semanas anteriores até méritos concedidos por desempenho, solidificando, assim, uma bagagem respaldada sempre por números.

Figura 2 – *Good 4 U* na Hot 100

Fonte: Reprodução do site da Billboard

A mensuração da Hot 100⁷ acontece por meio de um sistema de pontuação que se preocupa com 1) *streams* contabilizados a partir de reproduções em serviços de *streaming* e em visualizações de videocliques no YouTube, em que as versões pagas destas plataformas têm peso maior; 2) *airplay*, isto é, reproduções em rádio, em que a Billboard monitora aproximadamente mil estações de diferentes gêneros pelos Estados Unidos em parceria com a empresa Nielsen. O que interessa para o *airplay* é a quantidade de ouvintes que escutaram determinada faixa, e não quantas vezes ela foi reproduzida; 3) vendas, que no caso da Hot 100 se refere a compras digitais de *singles* e suas variações como *remixes*, enquanto as versões físicas se restringem a vendas de álbuns, contabilizadas na Billboard 200, a parada dos duzentos álbuns mais populares da semana. Vale ressaltar que em busca de uma rotatividade, caso uma música passe mais de vinte semanas na Hot 100, ela acaba saindo da contagem se estiver em qualquer posição abaixo da 50^a. Apesar de constantemente atualizar suas métricas para se adaptar às mudanças do mercado musical, a Billboard não divulga os pesos e fórmulas exatos dos *streams*, reproduções de *airplay* e vendas.

Se deparar com a Billboard e suas listas é entender formas de consumo que perpetuam roteiros do pop enquanto gênero musical. É observar comportamentos que tentam dar conta dos números que circulam pela indústria, buscando atribuir um sentido midiático de pertinência a eles. Não é de se estranhar que estas fortes amarras numéricas se façam presentes, principalmente se considerarmos o propósito comercial como agenda desde o surgimento da música pop. Resgato aqui Frédéric Martel (2012) que dedicou um capítulo do seu livro

⁷ Dados coletados em “Como funcionam as paradas musicais da Billboard?” do site Tracklist. Disponível em: <https://tracklist.com.br/como-funcionam-as-paradas-da-billboard/89877>. Acesso em: 14 jul. 2021.

“Mainstream: A Guerra Global das Mídias e das Culturas” para entender como o pop virou uma poderosa indústria de entretenimento. Embora traçar a exata origem seja uma tarefa difícil, já que estamos falando de um gênero musical notoriamente adaptável e versátil, o autor decide então encontrar momentos basilares ao invés de fincar um marco zero. Ele começa falando de Berry Gordy, o criador da Motown, gravadora sediada em Detroit nos Estados Unidos no fim dos anos 1950 que foi responsável por emplacar mais de cem canções nas paradas musicais pop da Billboard e despontar artistas como Marvin Gaye e Stevie Wonder e bandas como The Temptations, The Supremes e os Jackson 5 (desses dois últimos grupos saíam em carreira solo, tempos depois, respectivamente, Diana Ross e Michael Jackson). A Motown trouxe ainda uma emancipação da música negra, possibilitando que ela fosse produzida por negros, mas destinada a consumidores de maioria branca, criando uma gestão de carreira inédita que embalava a imagem de artistas negros para o estrelato massivo. Conhecida pela ideia de “pop fabricado”, já que Motown era uma homenagem a alcunha “Motor Town” (Cidade Motor) pela qual Detroit era reconhecida enquanto grande polo automobilístico, Gordy implementou uma verdadeira linha de montagem musical, deixando um legado no modelo de criação e marketing para eras futuras. Com foco em um público mais jovem, as canções da gravadora eram curtas (cerca de 2 minutos e 45 segundos de duração) e pegajosas, apostando no gancho musical de fácil memorização com uma narrativa simples acerca do amor e da busca pela felicidade em família. Havia também um cuidado voltado à imagem dos artistas nos palcos (e fora deles): mesmo que os *performers* já possuísem um treinamento vocal característico da cultura gospel negra estadunidense, eles recebiam aperfeiçoamentos com aulas de dicção, dança e canto, em especial as mulheres e as crianças que eram figuras mais bem aceitas pelo público-alvo branco. Todos esses empreendimentos feitos por Gordy tinham como meta criar um produto competitivo o suficiente para disputar espaço nos *charts* mais populares, entendidos por ele como uma instância legitimadora.

Martel (2012) parte da Motown, mas continua sua investigação nestes momentos basilares da música pop, passando pela construção de um pop mais adulto endossado por Bruce Lundvall, vice-presidente da gravadora EMI, da “softização” do rock por David Geffen que agenciou a banda Nirvana, da revitalização da música country em Nashville, até a explosão da emissora de televisão MTV, responsável por fazer a indústria da música avançar para a era do vídeo.

Talvez tenha sido aí, no Grand Boulevard em Detroit, com a Motown, que a música pop foi inventada. Ou então em Nova York, com a produtora de discos concorrente, Atlantic, a produtora de Ray Charles e Aretha Franklin. Ou ainda em Hollywood,

alguns anos antes, ou mais tarde em Nashville ou em Miami. Ou então com Frank Sinatra, os Beatles e os Beach Boys. Com outros negros, James Brown, Stevie Wonder, Chic, Barry White, Donna Summer ou Tina Turner. Ou então na década de 1980, com o surgimento da MTV. Não importa. A música pop não é um movimento histórico, não é um gênero musical, ela está constantemente sendo inventada e reinventada (a expressão surgiu por volta de 1960 nos Estados Unidos, tornando-se quase imediatamente uma referência confusa). Trata-se simplesmente de uma abreviatura de “popular”, de uma cultura, uma música que se dirige a todos e que desde logo se pretende mainstream. (MARTEL, 2012, p. 133)

A pesquisa de Martel (2012) nos faz perceber, na verdade, que a música pop recupera espíritos de uma era, funcionando como retrato de diferentes épocas da história, mas também aponta para uma progressão de formatos, modelos e regimes. Se existe um elo que possa vir a unir todos esses diferentes contextos temporais, talvez seja um endereçamento para um público mais amplo, um apelo *mainstream* sempre vigente. A conduta mercadológica, claro, guia boa parte do *business* fonográfico, evidenciando matrizes operativas voltadas ao êxito comercial. Não é à toa que existe um prestígio dado aos artistas que estão no topo das paradas musicais, cujo alcance é o mais amplo possível. Há um enquadramento bem específico, em que marcações quantitativas soam como um imperativo quando se pensa na noção de sucesso.

Em “Hit Makers: Como Nascem as Tendências”, Derek Thompson (2018) reforça modelos de difusão ao elucidar que existe uma forma pela qual *hits* são projetados e, igualmente importante, há uma forma das pessoas saberem quando a popularidade está sendo projetada. O autor discorre sobre a disseminação e a exposição, alegando que fechar os olhos para tais estruturas é tolher a compreensão do poder de penetrabilidade dos grandes sucessos. Sobre a distribuição e o marketing, Thompson aponta que eles

[...] são as raízes subterrâneas que empurram as coisas bonitas para a superfície, onde os públicos podem vê-las. Não é o bastante estudar os produtos em si para entender seu apelo inerente, porque, com bastante frequência, as coisas mais populares dificilmente são o que alguém consideraria ‘o melhor’. São as coisas mais populares simplesmente porque estão por toda parte. Conteúdo pode ser o rei, mas a distribuição é o reino (THOMPSON, 2018, p. 17).

Esse panorama caracteriza bem o lado comercial da música que fetichiza o interesse dado aos *charts*, *rankings* e constante quebra de recordes. Assim, em uma primeira fase, pode parecer contraditório pensar que há espaço para debater o fracasso no circuito musical pop, pois se há uma orientação comercial tão forte, qualquer movimento que destoe dessa bússola deveria ser obliterado. Acontece que encarar esse argumento de forma literal, acaba deixando escapar as possíveis brechas (SOARES, 2013) que emergem de um estágio avançado do capitalismo culturalizado (HERSCHMANN, 2010), em que se evoca uma potente ordem reflexiva dos seus

produtos midiáticos para além do significado essencialista de mercadorias, mas como negociadores de sociabilidade e política do gosto médio, ultrapassando uma sensação de frivolidade ou completo esvaziamento de conteúdo, dado que “é difícil encontrar uma atividade econômica bem-sucedida que não utilize a cultura como fator agregador de valor” (HERSCHMANN, 2020, p. 21). Em outras palavras, economia e cultura são mais frutíferas quando analisadas lado a lado, possibilitando identificar cisões e articulações entre esses dois campos.

A lógica do sucesso que exponho aqui é o *modus operandi* da indústria cultural e esse debate não é novo. Na Teoria Crítica de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer (1985), presente na obra “Dialética do Esclarecimento” e conceito chave da Escola de Frankfurt fundada em 1923, há uma condenação da mercantilização da arte e do seu modo seriado de produção adotado após as demandas do fim da Segunda Guerra Mundial, o que dividiria a produção artística, segundo os autores, entre alta e baixa cultura, bom e ruim, aquilo que seria, respectivamente, “autêntico” (cultura erudita) e “fabricado” (cultura de massa). Anos mais tarde, no começo do novo milênio, Douglas Kellner (2001) no livro “A Cultura da Mídia”, reconhece o pioneirismo da Escola de Frankfurt nos estudos de comunicação massiva e reitera a importância dos seus postulados, especialmente na desmistificação do processo de industrialização da cultura e os imperativos comerciais que regem a sociedade alinhados à hegemonia do capitalismo para além dos limites de mercado, responsável por envelopar formas de pensamento. Todavia, Kellner (2001) também aponta para a necessidade de fugir da binaridade teórica entre a cultura erudita e a de massa, uma ideia monolítica de consumo que ofusca os momentos críticos, subversivos e emancipatórios da cultura contemporânea, apagando possíveis resistências e ressignificações. Segundo o autor, um diagnóstico midiático coerente seria tomar a cultura enquanto um espectro e enxergar em todas as suas produções, sejam elas canônicas ou populares, contextos críticos e ideológicos.

Concordo com Kellner (2001) de que houve um avanço no entendimento da mídia como fenômeno complexo, inclusive no sentido de perceber que as amarras comerciais ainda se fazem bastante presentes e devem ser observadas. O próprio termo “indústria cultural”, cunhado pelo pensamento frankfurtiano, continua a fazer certo sentido, pois expõe motivações de determinados produtos culturais que podem estar, a priori, ocultas. É preciso, porém, se dar conta de que ele é passível de contestação, mesmo que permaneça útil. O termo não só permite uma fácil identificação de um conjunto de organizações e problemáticas, mas também ressalta

que estamos num momento de transição do modo de produção vigente, no qual convivem práticas fordistas/industriais com outras flexíveis (ou pós-fordistas/pós-industriais), isto é, lembram-nos de que vivemos em uma época marcada por continuidades e descontinuidades, em que a sociedade e a lógica industrial não foram completamente superadas. Além disso, o conceito de indústria cultural coloca em relevo todo um legado crítico de defesa da cidadania e da diversidade cultural (HERSCHMANN, 2010, p. 38).

2.2 Baixa Teoria: a potência analítica de arquivos bobos e fracassados

No livro “A Arte Queer do Fracasso”, Jack Halberstam (2020) abraça a condição negativa da falha como perspectiva teórica para os estudos culturais. A perda vira potência, abrindo um novo leque de alternativas para encarar produtos culturais que de alguma forma conversam com o insucesso, a derrota e o fiasco. Uma das principais preocupações do autor é enquadrar o fracasso enquanto um contrafluxo das hegemonias da atualidade, como a positividade tóxica do otimismo neoliberal e o modelo de comportamento social heterocapitalista – questões que acabam culpando os indivíduos isoladamente por sua falta de êxito, ao invés de provocar um olhar para condições estruturais que os rodeiam. Considerando um mundo imerso na crise de grandes regimes econômicos, sociais e políticos, destaca-se que o sucesso,

em uma sociedade heteronormativa e capitalista, equipara-se facilmente a formas específicas de maturidade reprodutiva combinada com acúmulo de riqueza. Mas essas medidas de sucesso recentemente passaram a sofrer sérias pressões com o colapso dos mercados financeiros, por um lado, e com o épico aumento das taxas de divórcio, por outro. Se os anos de expansão e colapso do final do século XX e início do XXI nos ensinaram alguma coisa, deveríamos ao menos ter uma crítica saudável dos modelos estáticos de sucesso e fracasso (HALBERSTAM, 2020, p. 20-21).

Halberstam (2020) adiciona uma ótica interessante à percepção do sucesso, entendendo-o não só como sinônimo da procura exaustiva pelo lucro, mas como um processo baseado na tradicionalidade tal qual a construção de uma família, o casamento e o mercado de trabalho, reiterando aí práticas sociais normativas. A camada social levantada pelo autor me impele a desenhar possíveis personagens do fracasso, imaginando que eles borram lógicas de mercado e, não obstante, lógicas de cidadanias culturais. Acessar estes outros melindres é necessário para complexificarmos as problemáticas em torno daquilo que chamamos de erro.

Os objetos analisados em “A Arte Queer do Fracasso” são apresentados por meio do resgate de uma estética da falha, presente não só nas suas narrativas como também nos formatos em que se encontram. O autor se debruça sobre produtos massivos considerados menos intelectuais, como filmes e séries televisivas populares, mas que ainda assim evocam

inferências desviantes necessárias para fugir da subjetividade neoliberal. O ponto de vista do autor me é muito útil, especialmente quando ele sugere a abordagem da Baixa Teoria que seria o exercício de encontrar alternativas naquilo que é julgado como “inferior”. Ao fazer paralelos com o termo emprestado de Stuart Hall (1991)⁸, Halberstam (2020) propõe uma tática analítica que não objetiva ser o princípio de tudo, mas que permite acessar dissidências que, a priori, estariam encobertas pela legitimidade normativa. É por isso que ele propõe olhar para artefatos “menores”, como os filmes massivos (em especial os infantis que preservam uma anarquia que a idade adulta tende a controlar), acessando a partir deles experiências e conhecimentos válidos. Logo, Baixa Teoria seria, nas palavras do autor:

um modo de acessibilidade, mas também podemos pensar sobre ela como uma espécie de modelo teórico que voa fora do alcance do radar, que é formulada a partir de textos e exemplos excêntricos e que se recusa a confirmar as hierarquias do saber que mantém o *alto* em alta teoria (HALBERSTAM, 2020, p. 39, grifo do autor).

Ao direcionar uma ênfase no que é considerado desimportante, há de se reconhecer que a Baixa Teoria viabiliza estudos de cultura pop como pertinentes. As brechas nas fórmulas de mercantilização da cultura, que apesar de ainda possuírem o retorno financeiro como maior finalidade, abrem espaço para reavaliar posicionamentos de um mercado global e plural que transmite anseios contemporâneos. O fracasso musical ao mesmo tempo que reforça também expõe brechas de um sistema apto a ressignificações, não obrigatoriamente condenatórias, mas sobretudo alternativas. Fracassar seria apenas não atingir metas financeiras? O que chancela o cumprimento dessas metas? Todos os artistas fracassam da mesma maneira? A Baixa Teoria é a chance de trazer “banalidades” para a discussão, entendendo que elas são questões corriqueiras e cotidianas, e exatamente por isso, factuais e urgentes. Sobre esse apreço ao trivial, Thiago Soares comenta que

estar imerso na cultura pop é se estender por objetos que falam por clichês, por frases de efeito, por arranjos musicais já excessivamente difundidos, por filmes cujos finais já sabemos, canções cujos versos já ouvimos, refrões que nos arrepiam, cenas de novela que nos fazem chorar, e por aí adiante. O que parece “vazar” naquilo que o bom gosto, a “norma culta”, o valorativo, a *intelligenza*, soam atestar como excessivamente comercial, deliberadamente afetivo e ultrapermissivo, nos interessa. E nos interessa porque, de alguma forma, nos habita (SOARES, 2013, p. 2, grifo do autor).

⁸ Hall propunha a Baixa Teoria como modelo para pensar que “teoria não é um fim em si mesma, mas um desvio de caminho para outra coisa” (HALL, 1991 *apud* HALBERSTAM, 2020, p. 38-39). Isto é, ao invés de obter um projeto de poder unificador e ortodoxo, o que configuraria a Alta Teoria, o desvio epistemológico deve fornecer uma ruptura com o senso comum, permitindo que os conceitos sejam vistos e revistos. Halberstam (2020) realinha esse conceito ao enfocar a acessibilidade de consumo e conteúdo que objetos da cultura de massa carregam.

Na tentativa de compreender mais detidamente o fracasso na música pop, é oportuno recuperar a publicação da revista Pitchfork vista no começo deste capítulo. O texto traz alguns protagonistas, bem como tenta deliberar conclusões do significado dos seus insucessos. Como já mencionei, meu objetivo aqui, porém, não é decifrar o enigma do porquê esses artistas não obtiveram êxito comercial ou elaborar diagnósticos precisos do que veio a dar errado. O sucesso não é algo arbitrário e não acontece segundo uma fórmula mágica. Derek Thompson (2018) discorre que, antes de tudo, é preciso entender que há um caos cultural que orbita o sucesso “espontâneo”, e para visualizar essa desordem, deve-se ter em mente a simbiose de fatores que se interpelam como a psicologia do gosto, os sites de redes sociais como aparelhos de disseminação e a economia dos mercados culturais, só para citar alguns. Dessa forma, me parece ser muito mais proveitoso identificar os efeitos em detrimento das causas. Ao invés de perguntar por que algo/alguém fracassou, redireciono a indagação para contextos específicos: como está enquadrado esse fracasso?

Ao traçar um perfil dos ícones pop que fracassam, descrevendo suas experiências, é possível detectar na publicação da Pitchfork pistas iniciais de como o fracasso aparece regulamentado nas instâncias midiáticas, e assim, perceber encaminhamentos para galgar novas abordagens de pesquisa, conforme vou pincelando abaixo em duas dimensões conceituais.

Ao esquematizar o fascínio em tornos de artistas que falham, Stedman (2018) tenta traduzi-lo nas ações dos consumidores engajados, os fãs. Reconhecer e reparar o status de sucesso não parece ser um trabalho para o público geral, sendo mais adequado aos devotos, pois são eles os empenhados em transformar sentidos a partir de uma inquietação de que o seu ídolo merece reconhecimento. A matéria comenta sobre práticas reparadoras de fracasso em sites de redes sociais, a exemplo do Twitter, uma ferramenta digital repleta de contas *stans*⁹ que dedicam o conteúdo do seu perfil para enaltecer artistas com muito mais tenacidade em momentos de crise. Então, uma primeira dimensão para enxergar o fracasso seria o consumo de fãs e seus desdobramentos através de gestos reparadores.

E ainda, pesquisando o quadro de mensagens e conversa do Twitter entre os que se identificam como ‘pop stans’ [...], parece que os adoradores dessas estrelas supostamente caídas passam a reverenciá-las mais do que nunca. Se o fluxo de vendas e de streaming da indústria musical fez com que os álbuns fracassados fossem mais comuns que antes, então também surgiu um lado positivo: o efeito do oprimido que

⁹ Gíria da língua inglesa que se remete a fãs obsessivos, originada da música “Stan” de Eminem em parceria com a cantora Dido em 2009, em que é contada a história de um fã que chegou a perder a vida devido a paixão descontrolada pelo *rapper*. O termo, contudo, tomou um significado mais suave nos dias de hoje, similar a “superfã”. Disponível em Oxford Dictionary: <https://www.lexico.com/definicion/stan>. Acesso em: 17 jul. 2021.

leva alguns ouvintes a se unirem em torno de sua estrela pop favorita com ainda mais fervor (STEDMAN, Pitchfork, 2018, tradução nossa).

Um dos cenários mais propícios para se observar estes gestos é a internet. A discussão em torno da música ganha uma nova camada substancial quando transportada para a cultura digital, dando ao fracasso a chance de corporificá-lo além da mera comparação quantitativa de vendas oferecida pelas paradas musicais. No que esse debate numérico se converte, uma vez que a informação está difundida na web e pode ser rearranjada pelas pessoas, é o que provoca novos modos de delinear e perceber fenômenos.

Cabe que se aponte os postulados de Simone Pereira de Sá (2016) sobre como a comunicação digital exacerbou o papel dos afetos, transformando não só os fãs, mas também os *haters*¹⁰, em figuras emblemáticas da atualidade: “as redes sociotécnicas que constituem o cenário da cultura pop são, para além de lugares de construção identitária – ou justamente por isso - locus do conflito, dissenso, disputa simbólica e política.” (PEREIRA DE SÁ, 2016, p. 62). Os embates entre esses dois polos, os que amam e os que odeiam demais, apontam para um entendimento do fracasso como uma disputa narrativa entre *fandoms*¹¹. A vivência do fã se apresenta como um marco latente, não só por estar ligado aos circuitos massivos do pop na internet, mas pela afetação e paixão hiperbólicas, interpretadas como sentimentos menores e tolos, mas que são grandiosos para a ótica da Baixa Teoria (HALBERSTAM, 2020).

Uma outra dimensão da publicação da Pitchfork é sobre quem recai a condição de fracasso. Se formos separar os exemplos mapeados pela revista, iremos perceber, surpreendentemente ou não, que são todas mulheres, evidenciando uma marcação de gênero. De Britney Spears a Christina Aguilera, de Madonna a Janet Jackson, são as mulheres que aparecem listadas como as artistas que mais lidam com esse tipo de cobrança na indústria musical pop, e a própria Pitchfork reconhece que cantores masculinos não enfrentam pressões semelhantes.

Ao analisar apresentações ao vivo de Britney Spears, no Video Music Awards em 2007, de Madonna, no Brit Awards de 2015, e da banda Foo Fighters em sua turnê, também em 2015, Alan Mascarenhas e Mariana Lima (2015) debatem sobre as diferentes expectativas colocadas nas performances de divas pop em comparação com astros do rock quando ambos erram. Embora a discussão seja dos momentos de falha no show ao vivo, e não necessariamente no

¹⁰ Termo referente aos “que se dedicam com afincos a odiar expressões socioculturais com a mesma força que os fãs dedicam seu amor aos mesmos temas e objetos da cultura pop” (PEREIRA DE SÁ, 2016, p. 51).

¹¹ Uma aglutinação da expressão *fan kingdom*, que significa “reino dos fãs” em tradução literal para português e é responsável por orientar modos afetivos de performance na internet (PEREIRA DE SÁ, 2016).

horizonte comercial que trago aqui, ainda julgo útil traçar esse paralelo entre diferentes formas de fiasco, pois elas parecem apontar para cobranças específicas depositadas nos papéis de identidade de gênero dos artistas. Os autores ressaltam como a narrativa biográfica dos cantores é importante para sua gestão de carreira, sendo capaz de arquitetar um micromundo (MURREY, 2003 apud MASCARENHAS; LIMA, 2015) regado por uma diegese que guia elementos diversos na proposta de um discurso. Assim direciona-se o olhar para uma “não-estrutura”, ou seja, tanto o palco, os videoclipes e álbuns contam uma história, assim como fotos publicadas por *paparazzis*, teorias mirabolantes de fãs e outros fatos tangentes à trajetória do artista.

Como discorrem os autores, enquanto Madonna e Britney sofreram retaliações pelos seus erros ao vivo, David Grohl, vocalista do Foo Fighters, foi vangloriado¹². Britney se recuperava de um ano turbulento após uma série de surtos públicos e um diagnóstico de transtorno de bipolaridade, quando em 2007 sua volta aos palcos se tornou um desastre espetacular devido a sua aparência, abuso de dublagem e não execução de uma coreografia frenética, pela qual ela era artisticamente reconhecida. Madonna e Dave Grohl tiveram episódios bem mais próximos: a cantora se acidentou devido a um erro de figurino e caiu no palco, mas logo em seguida deu continuidade a apresentação, enquanto o vocalista do Foo Fighters tropeçou e quebrou a perna, prosseguindo com o show após receber tratamento médico. Britney e Madonna receberam manchetes de notícias que reforçavam negativamente seus deslizos e até viraram memes ao longo dos anos que satirizavam a condição de seus corpos, enquanto Dave era chamado de resiliente pela coragem de retornar ao palco; inclusive os memes criados sobre ele eram benevolentes e diziam que o cantor quis aprender a voar, parodiando a música “Learn to Fly” do Foo Fighters. Mesmo que cada performance tenha algumas delimitações específicas nas suas procedências, deixaríamos escapar muitas vias se não considerarmos uma narrativa biográfica também de gênero nesses três exemplos. O acidente de Dave foi uma oportunidade para ratificar sua virtuosidade já consagrada enquanto astro do rock, praticamente incontestável, ao passo que Madonna foi ironizada pela sua idade (na época ela tinha 56 anos) e Britney teve que lidar com percepções negativas sobre sua aparência e seu estado mental, como se não fosse mais o palco que norteasse o cotidiano desses artistas, mas sim o contrário: “o micromundo e a diegese estavam no palco como qualquer outro elemento cênico” (MASCARENHAS; LIMA, 2015, p. 5). Madonna não foi rotulada como uma cantora

¹² Para conferir em mais detalhes os exemplos, recomenda-se ler o artigo na íntegra: MASCARENHAS, Alan Mangabeira; LIMA, Mariana Lins. *Flaw(less): o valor da falha na performance pop*. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Intercom, 2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0410-1.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2021.

veterana e persistente, mas como velha e ultrapassada, e o repertório acerca da vida privada de Britney não foi suficiente para afastar sua narrativa de um tom perverso. A falha de ambas funcionou como uma “comprovação” de que elas estavam se tornando descartáveis.

Com esse adendo, quero mostrar que o fracasso, inobstante de sua natureza, demanda exigências a depender de quem se é cobrado. O regime midiático do jornalismo e até dos sites de redes sociais colocam essas disparidades representativas em prática. A diva pop e seu fracasso nos fazem pensar na ordem do corpo-som dessas artistas, sobretudo nos imbricamentos de gênero formadores de espaços especulativos em que a vida da mulher é tornada cena.

Cabe pensarmos como os “problemas de gênero” (BUTLER, 1992) adentram à esfera da cultura musical, em que artistas, eu-líricos e personagens estão em constante negociação, aparição e desaparecimento. Masculinidades e feminilidades em corpos de artistas musicais são efemeridades que se materializam em apresentações ao vivo, videocliques, shows, redes sociais digitais, sempre mediadas, seja por dispositivos tecnológicos ou por agenciamentos/gerenciamento de carreiras, funcionando também como estratégias de marketing que visam posicionar artistas no mercado e diante de (novas) audiências. É, portanto, pensando a diva pop como uma construção performática que lida com valores historicamente construídos dentro do campo da música popular midiática, que precisamos pensar as materialidades do corpo das divas pop como ativadores de experiências entre fruidores e apreciadores de música pop (SOARES, 2021b, p. 33-34).

Assim, identidade de gênero se reflete como uma categoria agregadora de sentido nos produtos da indústria cultural, apontando processos de reiteração e conflito, em que é

pertinente compreender os entrecruzamentos entre música e identidade para além do que as letras e as sonoridades evocam socialmente, uma vez que outros aspectos, como a própria relação dos músicos com a identidade de gênero, em suas performances, corpos e discursos, podem ser também uma potencial construção de narrativa sobre gênero e forma de ação política, cultural e social. A música é, então, um componente do contexto social atravessado por relações de poder. (DIAS; FARIAS, 2020, p. 4-5).

Visões externas, como as de fãs e da imprensa, tecem uma rede de agendamentos sobre a consciência dos corpos das divas pop. Porém, não se deve evitar os discursos que elas mesmas fomentam, presentes em publicações de sites de redes sociais, entrevistas, aparições públicas, além, claro, do próprio trabalho musical e demais posicionamentos que acabem permeando uma atmosfera de “autoria”. É no entrelaçamento desses atos performáticos que se moldam paisagens de percepção complexas.

Vale mencionar que os breves recortes trazidos até agora não dão conta de toda potencialidade do debate de gênero interseccionalizado, que vai além das condições identitárias e etárias, perpassando por elementos norteadores de raça igualmente importantes. A matéria da Pitchfork elucida que as cobranças de êxito são duas vezes mais pesadas em mulheres negras.

Um dos grandes destaques da revista recai sobre Ciara, bastante popular por alavancar a fusão R&B e pop dos anos 2000, mas que a partir do terceiro álbum, “Fantasy Ride” de 2009, em diante, não chegou nem perto das vendas milionárias dos seus trabalhos iniciais. Se comparada a artistas brancas que se afiliaram ao fracasso como Britney Spears, Lady Gaga ou Katy Perry, Ciara ainda permanece em desvantagem no tocante à visibilidade, visto que essas últimas cantoras se articularam em momentos consagratórios pós-fiasco, mediante álbuns subsequentes com maior reconhecimento, residências de shows e até performances em produções importantes para a cultura pop, como no cobiçado Halftime Show do evento esportivo Super Bowl¹³. Não é como se todas elas houvessem superado o fracasso definitivamente, pois ele é uma inconstância, mas com certeza Ciara está em um horizonte comparativo desigual, porque desde o seu primeiro contato com o insucesso, a cantora não encontrou balizas ressignificativas e/ou corretivas que a permitissem ultrapassá-lo ou contestá-lo.

Talvez vejamos nossos próprios desafios refletidos em nossos fracassos favoritos, nos sintamos na defensiva em relação a eles como pessoas que também foram caluniadas e encontremos inspiração em sua perseverança. Afinal, ‘flop’ [gíria inglesa para fracasso] é uma dissimulação dirigida quase exclusivamente às mulheres e armada da forma mais cruel contra as mulheres negras. Como você chamará ícones como Janet Jackson, Brandy ou Mariah Carey de fracassadas quando seus contemporâneos do sexo masculino, com vendas em declínio semelhantes, raramente são tratados de maneira igual? [...] Lutar pela dignidade da sua estrela pop favorita pode ser como lutar pela sua própria. Eu reconheci essa tendência pela primeira vez em mim mesmo quando percebi que quanto pior era o desempenho de álbum de Ciara, mais parecia que eu gostava dele. Depois que seus dois primeiros álbuns venderam na casa dos milhões, nenhum de seus lançamentos subsequentes (Fantasy Ride, Basic Instinct, Ciara e Jackie) vendeu nem mesmo um quarto de milhão de cópias [...]. Mas eu me descobri não apenas saboreando esses álbuns supostamente menos bem-sucedidos, mas também promovendo-os em conversas com amigos. Não era só que seus álbuns fossem subestimados - eu me identifiquei com a forma pela qual Ciara continuou a perseverar com sua música (STEDMAN, 2018, tradução minha).

Ainda sobre Ciara, o autor da matéria da Pitchfork, Chris Stedman, traz uma observação instigante e pessoal sobre os afetos de fãs que procuram apoiar suas divas fracassadas, como observado no trecho acima. Fã assumido de Ciara, ele comenta que esses álbuns menos sucedidos eram os que mais o aproximavam da artista, como se ele visse um pouco de si nessa derrota. A persistência da cantora de continuar, mesmo sem ter o reconhecimento de antes, se conecta nas tessituras de sociabilidade da vivência gay de Chris, salientando ligações

¹³ O Halftime Show é uma performance televisionada no intervalo do campeonato da liga de futebol americano dos Estados Unidos, o Super Bowl, considerado um dos eventos de maior audiência no mundo. Muitos artistas já passaram pelo evento e fizeram grandes apresentações como forma de se legitimarem no cenário musical, tais como Michael Jackson, Madonna, Beyoncé, Lady Gaga, Katy Perry, entre outros. Disponível em: <https://www.nfl.com/super-bowl/halftime-show>. Acesso em: 13 jul. 2021.

identitárias, especialmente se tomarmos ciência que uma grande parcela dos consumidores de música pop são mulheres e pessoas LGBTQIA+¹⁴. Simon Frith (1996) já apontava como a música pop, por ser considerada menor em termos plásticos, culturais e políticos, em contraste às normatividades impostas do rock, ganhou categorizações restritivas de gênero musical voltadas ao público feminino e gay. O investimento desses fãs em enfrentar a decadência de seus ídolos também pode estender a percepção para laços de expressão de identitários. Isso nos leva novamente a Baixa Teoria, quando Halberstam identifica que o fracasso é algo que pessoas *queer* experimentam desde sempre:

Fracassar é algo que as pessoas queer fazem e sempre fizeram excepcionalmente bem; para pessoas queer; o fracasso pode ser estilo, citando Quentin Crisp, ou um modo de vida, citando Foucault, e podem contrastar com os cenários sombrios do sucesso que dependem de ‘tentar e tentar novamente’. Aliás, se o sucesso exige tanto esforço, talvez, em longo prazo, o fracasso seja mais fácil e ofereça recompensas diferentes (HALBERSTAM, 2020, p. 21).

É pertinente relacionar a Baixa Teoria com a Teoria Queer¹⁵, entendendo que as duas se encaminham para o desvio, no tocante à produtos midiáticos e sua acessibilidade de conteúdo como potente para entender representações de identidade desviantes. Ao traçar um legado para os estudos das humanidades nos pilares da Teoria Queer, Judith Butler (2017) sugere desestabilizar o sujeito ao enredá-lo em estruturas de poder sexuadas e generificadas que seriam solidificadas no e pelo discurso reiterado. Compreendendo, devido a uma noção performativa, que os papéis identitários são fluídos, socialmente reforçados, repetidos e sistêmicos, é na deriva da rigidez desses processos que eles são colocados em xeque, expondo suas precariedades. O precário para a autora “é uma condição social e econômica, mas não uma identidade (na verdade, ela atravessa essas categorias e produz alianças potenciais entre aqueles que não reconhecem que pertencem uns aos outros)” (BUTLER, 2018, p. 65).

O fracasso da diva pop pode acentuar sua condição de mulher em uma indústria sexista, que por sua vez se conecta com a vivência do fã queer, familiar aos sentimentos de rechaço,

¹⁴ LGBTQIA+ é uma sigla que compreende indivíduos classificados amplamente como homossexuais e variantes de gênero, ou seja, Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transgêneros e sujeitos queer (desviantes).

¹⁵ Queer era um insulto da língua inglesa contra homossexuais e acabou se espalhando para uma ofensa mais ampla de pessoas LGBTQIA+. Ressignificando o poder nocivo da palavra, surge a vertente de estudos chamada Teoria Queer, cujo objeto mais imediato de oposição seria a heteronormatividade compulsória, sem deixar escapar da sua crítica a normalização e a estabilidade propostas pela política de identidade do movimento homossexual dominante. Isso sugere que a Teoria Queer está sempre em construção, adotando um olhar multidisciplinar para abarcar as estratégias, os procedimentos e as atitudes incutidos nos regimes de poder da sociedade, assim ela pensa “a ambiguidade, a multiplicidade e a fluidez das identidades sexuais e de gênero mas, além disso, também sugere novas formas de pensar a cultura, o conhecimento, o poder e a educação” (LOURO, 2001, p. 2001). Para mais detalhes, ver: LOURO, Guacira Lopes. Teoria queer: uma política pós-identitária para a educação. **Revista Estudos Feministas**, v. 9, n. 2, p. 541-553, 2001.

perda e exclusão. Esse pacto de vínculos formado a partir de fragilidades sociais entre sujeitos “célebres” e “comuns”, em maior ou menor grau, pode não romper tão abruptamente com alicerces dominantes, mas é inegável que se apresenta, pelo menos, como uma espécie de aliança política que desconfia da soberania do sucesso e tenta conviver estrategicamente sob suas imposições.

2.3 Um fracasso espetacularizado

Entendendo o sucesso como uma máxima da indústria pop, me interessa perceber o fracasso como uma abertura do que vaza desse sistema, do que desvia, não necessariamente no sentido mais corrosivo ou transgressor, mas como um tipo de rasura. Não podemos esquecer que mesmo em momentos de falha, os artistas continuam dialogando com lógicas da indústria musical, isto é, até o seu dito insucesso ganha uma alta dose de projeção, podendo chegar, inclusive, a ser contestado discursivamente por veículos de comunicação, fãs e outros intermediários culturais. Há também um imenso esforço para corrigi-lo, como se ele fosse uma ameaça, um caminho que não pode ser trilhado. O fracasso se transforma, portanto, em um objeto de domínio público, revelando especificidades que o diferenciam do sentido purista de falhar, associado ao absoluto demérito ou até do total desconhecimento (PÉPIN, 2018). É um fracasso espetacularizado em que todos prestam atenção.

Classificar *popstars* como fracassados gera um certo conflito na nossa memória midiática, uma vez que eles já habitam um imaginário de sucesso por terem carreiras musicais consolidadas, principalmente quando observamos o recorte das divas pop. Contudo, como dito na matéria de Stedman (2018), parâmetros comparativos de vendas parecem eclodir a cada minuto, transformando a condição de sucesso em um verdadeiro gesto de manutenção. Sobre isso, é preciso abordar um recorte geracional relevante.

As noções de êxito comercial da indústria fonográfica passam frequentemente por reconfigurações que negociam com dinâmicas tanto mercadológicas quanto culturais e que acabaram culminando numa capilaridade do consumo musical. Gosto de voltar ao livro “A Cauda Longa: do Mercado de Massa para o Mercado de Nicho” de Chris Anderson (2006), o qual acredito ainda ressonar vários paradigmas atuais. A obra evidencia que, no século XX, a indústria do entretenimento se sustentava no formato de *hit*¹⁶ direcionado para um mercado de

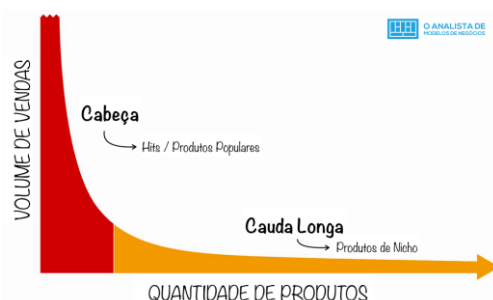
¹⁶ O *hit* pode ser “compreendido como uma música de expressivo valor comercial cujos dados relativos ao consumo – o que inclui venda, execução e reprodução – a levam a constar nos mais variados tipos de *rankings* e relatórios

massa mais “dependente” dos grandes veículos de comunicação. Porém, como a ambientação online do século XXI incentivou a criação de mercados de nichos, ao promover um descolamento de consumo para fora de um fluxo central, agora surgem o que podemos chamar de *micro-hits*, ou seja, “a quantidade de hits se multiplica, cada um com um público menor, porém, supostamente, mais engajado” (ANDERSON, 2006, p. 26). Não é como se o mercado de nichos estivesse substituindo o mercado tradicional, mas sim como se ambos estivessem coexistindo em um universo no qual a receita total de diversos produtos de nicho, com baixo volume de vendas, se assemelha à receita total de poucos produtos de grande sucesso.

Em resumo, embora ainda estejamos obcecados pelos sucessos do momento, esses hits já não são mais a força econômica de outrora. Mas para onde estão debandando aqueles consumidores volúveis, que corriam atrás do efêmero? Em vez de avançarem como manada numa única direção, eles agora se dispersam ao sabor dos ventos, à medida que o mercado se fragmenta em inúmeros nichos. A única grande área em crescimento acelerado é a Internet, mas nesse caso trata-se de um oceano sem categoria própria, com milhões de destinos, cada um desafiando, à sua maneira, a lógica convencional da mídia e do marketing (ANDERSON, 2006, p. 2).

Anderson (2006) atribui a essa ocorrência o nome de “cauda longa”, um processo em que a procura de produtos que estão à margem, potencializados pela distribuição online, garantiria a possibilidade de competição com grandes sucessos. Para fins de visualização, na Figura 3 é possível perceber um gráfico curvo dividido no volume de vendas no eixo vertical e na quantidade de produtos no eixo horizontal. Os *hits* são os produtos mais vendidos e formam a cabeça da curva (na cor vermelha), possuindo maior demanda, porém mais limitados em quantidade. Já os produtos segmentados que fazem parte da cauda longa (na cor laranja) possuem menor demanda, contudo seu leque de opções é tão extenso que acabam se aproximando dos *hits* justamente por meio da quantidade.

Figura 3 – Representação Gráfica da Cauda Longa

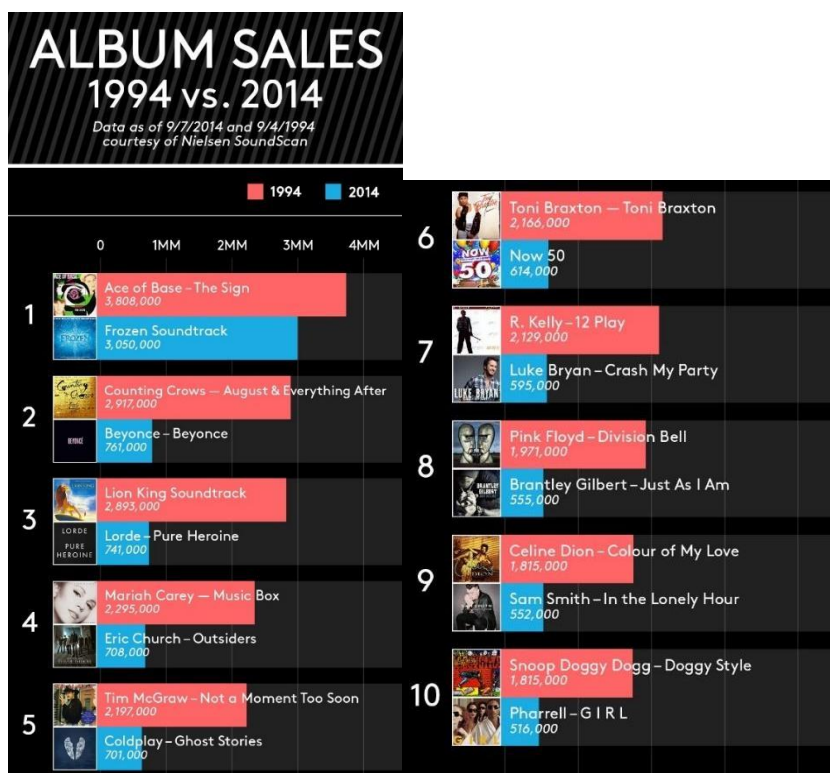


Fonte: Reprodução do site O Analista de Modelo de Negócios

publicados periodicamente por revistas especializadas, portais, emissoras de rádio, serviços de monitoramento, lojas online de música e plataformas de *streaming* de música e vídeo” (MONTEIRO, 2020, p. 58, grifo do autor).

Anderson (2006) apontava uma tendência que veio a se comprovar sobre a queda significativa na comercialização de CDs físicos, uma das principais fontes de lucro direto da indústria musical nos anos 1990, tida como a sua era de ouro. A Billboard divulgou uma pesquisa¹⁷ em parceria com a Nielsen SoundScan comparando os discos presentes no Top 10 nos oito meses iniciais dos anos de 1994 e 2014, conforme ilustrado na Figura 4.

Figura 4 – Vendas de álbuns na Billboard em 1994 e 2014



Fonte: Reprodução Billboard

Em 2014, apenas a trilha sonora da animação *Frozen* conseguiu atingir a marca de platina (1 milhão de cópias vendidas) durante o período observado, se tornando o álbum mais vendido do ano até então com mais de 3 milhões de cópias comercializadas, enquanto em 1994 todos os álbuns que ocupavam as dez primeiras posições do *ranking* superaram essa marca: o décimo colocado de 1994, *Doggy Style*, álbum de estreia do *rapper* Snoop Dogg, vendeu quase 2 milhões de cópias, contra pouco mais de 500 mil cópias de *GIRL* de Pharrell em 2014. Essa comparação demarca uma queda de cerca de 75% de diferença entre os dois discos em questão.

¹⁷ Disponível em “1994 vs. 2014: Comparing the Top-Selling Albums”: <https://www.billboard.com/articles/news/6259342/1994-vs-2014-top-selling-albums-comparison/>. Acesso em 13 jul. 2021.

Contudo, ela não é um dado suficiente para atestar a insurgência e dominação do mercado de nichos que Anderson propagava, mas sim a derrocada de um modelo de negócio musical que passava por reconfigurações.

Vale apontar que os estudos em torno da cauda longa continuam em intenso debate. Meu interesse não recai em atestar a sua validade, mas em salientar que a proposta de Chris Anderson incitou um projeto analítico sobre as engrenagens do sucesso e como a incorporação de seus valores é transferida, pelo menos, em linhas simbólicas. Manuel Pacheco Coelho atualiza as problemáticas¹⁸, chamando atenção para o “efeito superstar” em que há “uma concentração da produção em alguns (poucos) indivíduos, gerando recompensas muito grandes no topo” (COELHO, 2020, p. 17). Este efeito substancia o entendimento de que a maioria das vendas é obtida por um pequeno número de artistas, se afastando da cauda longa por não abrir tanto espaço competitivo, deixando os produtores de nicho sem fôlego para acompanhar os retornos financeiros exorbitantes dos que estão no topo. O mercado de shows ao vivo, por exemplo, é um setor lucrativo para grandes artistas transformarem a venda de músicas em divulgação e faturarem uma receita ainda maior com concertos e turnês, cobrando mais caro pelos ingressos. Além de comentar o mercado de shows, Coelho (2020) também traz o *streaming* como um novo panorama para a indústria da música. Ao citar dados da IFPI (*International Federation of the Phonographic Industry*) de 2017, o autor constata que as receitas globais de música gravada aumentaram 5,9% em 2016, a taxa mais alta desde 1997 quando a IFPI passou a rastrear o mercado. O *streaming* no modelo pago, inclusive, teve participação importante, tendo um aumento de 60,4% na sua própria receita. Esse cenário elucida algumas porosidades, pois a democratização do acesso à música, tanto por vias da oferta como da procura, deveria representar uma diluição do “efeito superstar”, contudo a quantidade de canções disponíveis e o frenético aumento de novas plataformas significam menos descobertas e fazem os *hits* saírem na frente.

Estes novos desenvolvimentos significam que estamos enfrentando “a morte da cauda longa”? De certa forma, o crescimento da música digital contradiz as expectativas de Anderson em meados dos anos 2000. Em 2014, a MIDiA Consulting publicou um relatório de Mark Mulligan com o título explícito “A Morte da Cauda Longa. The Superstar Music Economy” (MIDiA, 2014). Usando dados dos principais serviços de música, distribuidores, gravadoras e agentes de artistas, a equipe de pesquisa de Mulligan desenvolveu um modelo de mercado que quantificava a participação de cada

¹⁸ Desdobramentos mais detidos da aplicabilidade da cauda longa, que não serão abordados em totalidade aqui, podem ser encontrados com mais detalhes em: COELHO, Manuel Pacheco. A Morte da Cauda Longa? In: FERREIRA, José Maria Carvalho (Org.). **A Desmaterialização da Economia nas Ciências Sociais e Humanas**. Forte da Casa: Clássica Editoria, 2020, p. 13-28.

fluxo de receita que é direcionado aos artistas. Mulligan e a sua equipe mostram que o mercado de música gravada é uma “economia de artistas, grandes estrelas”. Segundo os seus dados, o 1% superior da música das superestrelas representa 77% de todas as receitas de artistas (COELHO, 2020, p. 23-24).

Ainda assim, conforme elabora Coelho (2020), o crescimento dos nichos é pertinente e se faz presente, então as teorias de Anderson não devem ser descartadas totalmente. É preciso readequar o olhar para entender que a memória da cultura do *smash hit* ainda perdura, em prateleiras infinitas e não mais em prateleiras físicas das antigas lojas de CDs, permitindo uma diminuição drástica do tempo de trabalho, dos custos de produção e da mecânica de distribuição, em que a lógica dos mercados segmentados obrigou grandes empresas a repensar seu modelo de negócio. A cauda longa, assim, funciona mais como uma intencionalidade sobre a democratização da cultura, objetivo, ainda mais abstrato que concreto de diversas produções contemporâneas.

Acho interessante comentar que a quantidade continua permeando nossas discussões, às vezes disfarçada, às vezes latente. O consumo de música a partir dos anos 2010 ainda se preocupa com quantidade, mas ao invés de idealizá-la fisicamente, se passou a adotar uma compreensão integral, entendendo quantidade na ordem da visualização. Os serviços de *streaming*, por sua vez, não publicam vendas por unidade, mas sim a quantidade de acessos em um determinado produto, o que amplifica a noção numérica exponencialmente. A música *Blinding Lights* do cantor The Weeknd, por exemplo, foi a mais escutada de 2020 no Spotify, somando mais de 1,6 bilhão de *streams*¹⁹. Esse número é algo dificilmente atingido se tentarmos replicá-lo à lógica comercial da venda física. Leonardo de Marchi (2020) explica que o *streaming* se baseia em um modelo de negócio digital voltado à economia das redes, diferente da economia industrial que regulava de maneira burocrática a venda de CDs. A economia das redes funciona de forma mais desestruturada, através de ondas de engajamento (retroalimentação positiva) ou desengajamento (retroalimentação negativa) que batalham pelo interesse contínuo dos seus usuários.

Embora seja importante debater música pop sabendo da sua agenda direcionada ao êxito comercial absoluto, é preciso também estar atento às reconfigurações trazidas pela era digital. Em uma realidade fragmentada de *micro-hits*, atingir o sucesso soberano de outrora parece menos um desafio administrativo, baseado em modelos estanques, e mais um exercício de manutenção da inovação cada vez mais difícil, uma vez que o mercado se ramifica e se

¹⁹ Disponível em “Spotify revela músicas, artistas e podcasts mais ouvidos em 2020”: <https://tecnoblog.net/389591/spotify-revela-musicas-artistas-e-podcasts-mais-ouvidos-de-2020/>. Acesso em: 13 jul. 2021.

desuniformiza. Se em meados dos anos 1990 para o início dos anos 2000 o pop adolescente de Britney Spears e das *boy bands* Backstreet Boys e *NSYNC quebravam recordes numéricos nunca antes vistos para o mercado fonográfico, conforme aponta Chris Anderson (2006)²⁰, anos mais tarde, exemplos que se assemelham com a ideia do que poderíamos chamar de *hits* são os mais heterogêneos possíveis, passando pela “onda” sul-coreana do K-pop, pelo *reggaeton* da América Latina e pela acoplagem de diferentes gêneros musicais como estratégia de entrada em mercados específicos, mas sempre com essa ideia de expansão numérica. O imbricamento de gêneros musicais e as possibilidades de acesso e alcance musical na internet indicam uma inquietação na indústria fonográfica orientada para uma ideia de movimento constante.

2.4 Sobre roteiros performáticos e o enredo de derrota

Falar de performance pode nos levar a diferentes campos do conhecimento cujas abordagens não são as mesmas, embora por muitas vezes se complementem ou se interpelem. Seja no teatro, na antropologia, na sociologia ou na comunicação, creio que a princípio o termo nos transporta a uma compreensão voltada ao desempenho de ações que podem ganhar cargas das mais diversas possíveis, nem sempre excludentes, sendo elas artísticas, culturais, sociais e/ou políticas. Começo com Diana Taylor (2013) no livro “O Arquivo e o Repertório” por enxergar nos seus escritos um ponto de partida que agrupa várias questões, pensando a performance tanto como objeto de análise, como também episteme, em que certos fenômenos podem ser investigados enquanto performances.

Taylor (2013) conceitua a performance ao dizer que ela funciona como um ato de transferência vital, difundindo, entre outras coisas, saberes, memórias e um sentimento de identidade social. Nas suas palavras: “nós aprendemos e transmitimos o conhecimento por meio da ação incorporada, da agência cultural e das escolhas que se fazem” (TAYLOR, 2013, p. 17). A autora propõe então encarar eventos e práticas que envolvem comportamentos teatrais, ensaiados ou convencionais/apropriados para ocasião, separando-os de outros a sua volta e construindo focos de análise. “Dizer que algo é uma performance significa fazer uma afirmação ontológica, embora localizada. O que uma sociedade considera uma performance poderia ser considerado um não evento em outra” (TAYLOR, 2013, p. 27). Concomitantemente, ela sugere lidar com a performance como lente metodológica cuja qualidade parentética dos fenômenos é

²⁰ Consolidando a era do *bubblegum pop*, o segundo álbum da banda *NSYNC, *No Strings Attached*, vendeu 2,4 milhões na semana de lançamento, estabelecendo um recorde de vendas em solo estadunidense, uma marca que ficou intacta por quinze anos, até ser superada em 2015 pela cantora Adele com o álbum 25.

externa, afinal “a prática incorporada, justamente com outras práticas culturais associadas a elas, oferece um modo de conhecer” (TAYLOR, 2013, p. 27).

Neste sentido, um espetáculo de dança ou um casamento, por exemplo, seriam ambos eventos que nos permitem entender a performance enquanto prática em si, mas também como um campo do saber que propaga valores ritualísticos de cultura e sociabilidade. Diana Taylor busca conexões interdisciplinares para moldar métodos específicos de análise, bebendo de outras fontes como as Artes Cênicas, por exemplo. Um primeiro conceito que é basilar para a operacionalização da autora é perceber os roteiros, entendidos como enredos esquemáticos que “existem como imaginários específicos culturalmente – conjuntos de possibilidades, maneiras de conceber o conflito, a crise ou a resolução – ativados com maior ou menor teatralidade” (TAYLOR, 2013, p. 41). O roteiro organizaria duas outras retrancas importantes, o arquivo e o repertório. A primeira diz respeito àquilo que dura, atos performáticos registrados em suportes midiáticos passíveis de recuperação a partir do armazenamento material como fotos, vídeos, textos, documentos, edifícios e demais itens resistentes à mudança. A segunda se refere aos atos incutidos na memória dos viventes, a encenação de um estar-junto momentâneo e efêmero como oralidade, dança, gestos, esportes e demais conhecimentos incorporados.

Entendendo que produtos culturais da música pop estão submetidos a um roteiro performático macro de sucesso comercial, é através da instância arquivar que me deparo com o fracasso corporificado na internet, observando desses materiais um repertório emergente, isto é, o estrato performático de enredos munidos de teatralidade que podem tanto negociar como se afastar do roteiro macro. Pensar pela performance me ajuda a sistematizar o conceito de brecha com maior clareza.

É importante, assim, adaptar os preceitos de Taylor às práticas midiáticas do universo pop, que aproximam a minha pesquisa de um viés comunicacional. Thiago Soares avança nestas discussões, propondo atrelar a performance no contexto midiático contemporâneo:

Performances midiáticas são acionamentos corporais de sujeitos em ambientes de mídia envolvendo a formação de uma “vida cênica” em contextos de alta visibilidade e a construção de redes de sentido do biográfico, ou seja, o vivido e o relatado, em dinâmicas cotidianas. Performances midiáticas, na medida em que se projetam para o Outro, formam espaços especulativos de exibição, articulando prazer e convivência, mas também vigilância, controle e punição. Pressupõem valores ligados ao narcisismo e ao individualismo, mas também à conjunção e à aproximação, promovendo atravessamentos de mídias e enlaces entre a vida comum, as indústrias da cultura e do entretenimento e conglomerados transnacionais de mídias (SOARES, 2021 a, p. 210-211).

A teatralidade ganha destaque aqui e é colocada como um aparato metodológico importante para evidenciar aspectos dramáticos das performances em ambientes midiáticos, permitindo a visualização da “dimensão dramatúrgica das performances, seus roteiros e experiências possíveis” (SOARES, 2021a, p. 215).

Soares ressalta, porém, a importância de fugir de pressupostos estruturalistas para lidar com performances midiáticas, entendendo que os atores sociais são personagens vívidos que produzem sua experiência subjetiva nas encenações, atrelando ao drama um caráter dinâmico e concordando com Taylor (2013) de que a performance não se encerra em si mesma, é um processo inacabado, passível de transformações a partir das perspectivas do presente.

Nesse sentido, parece-nos central postular a existência de enquadramentos dramáticos que partem de enunciados e interrogam quais são as relações entre o que se diz e por que se diz o que se diz. Pensar sobre esses enquadramentos significa recuar no campo dos discursos, observar de fora da cena, compondo uma clivagem a partir dos elementos que são tanto destacados pelo enunciado quanto reconhecíveis a partir do ponto de vista de quem observa. O movimento de recuar diante de um episódio impele reconhecer a tessitura da intriga e da memória dos atos, como tais narrativas se fazem presentes e em que contexto. Essa ‘montagem da cena’ a partir dos enunciados em rede integra aquilo que chamamos de teatralidade (SOARES, 2021a, p. 219).

Como dito antes, o roteiro central que guia as problemáticas dessa pesquisa é o intenso apelo à figura do artista bem-sucedido comercialmente. O fracasso irrompe como um desvio dessa conduta, estabelecendo aí o primeiro ponto do drama social, o surgimento de uma crise. Observar o fracasso como crise, aciona o entendimento de uma teatralidade “que torna o roteiro vivo e irresistível” (TAYLOR, 2013, p. 41), em que emergem dele enredos os quais nomeio “enredos de derrota”. Na internet está a chance de apurar os vestígios teatralizados dos diversos personagens que compõe essa trama, tomando ciência de que as performances nos espaços online não estão somente midiaticizadas, mas sua própria midiaticização é performática. Assim, cada aparição é o que forma a performance, não sendo ela uma unidade, mas um enquadramento em contextos específicos, rasurando acepções totalitárias nas quais “as tecnologias digitais nos convidarão, mais e mais, a reformular nossa compreensão de questões como ‘presença’, lugar (agora o ‘site’ online, não localizável), efêmero e incorporação” (TAYLOR, 2013, p. 29).

Os enredos de derrota nos aproximam dos artistas defeituosos, de como eles são enxergados, tendo ciência que eles iniciam sua trajetória devido a uma ideia de falha quantitativa e insuficiência numérica. Conforme já debatido neste capítulo, o fracasso pode apresentar, a princípio, duas dimensões. A primeira é a de reparação, que visa um ininterrupto aceno ao demérito que o insucesso acarreta como bagagem. A segunda é a de representação, que são evocados retratos de erro relacionados à semblantes de gênero, raça e sexualidade,

questões identitárias que muitas vezes são reduzidas ou até invisibilizadas. Em ambas, denoto a presença de roteiros, ações e personagens particulares: ao mesmo tempo que tentam apaziguar o drama social do fiasco, estas figuras também deixam aparecer dissidências, voluntariamente ou não.

Nos próximos dois capítulos, tomo os fãs e os artistas como polos de análise condensadores desses enredos de derrota. Não tento trazer os fãs como um coletivo isolado, muito menos os artistas como indivíduos independentes. Entendo que os dois executam performances midiáticas que perpassam outras vozes da indústria cultural, sendo possível perceber entrelaçamentos.

3 FÃ EM PAUTA: DISPUTAS DE *FANDOMS* EM FÓRUNS DE DISCUSSÃO

3.1 O fórum de discussão enquanto arena

Fóruns de discussão são comunidades virtuais conhecidas por propiciarem a chance do livre diálogo entre seus usuários a respeito de temas de interesse. Neles, os participantes descobrem novas informações, tiram dúvidas ou simplesmente iniciam conversas. Costuma-se abrir um determinado tópico e usuários opinam livremente através de mensagens contínuas. É interessante notar que essas plataformas têm como premissa focalizar as temáticas, possuindo uma tendência quase investigativa acerca dos conteúdos discutidos, comportamento que data do seu surgimento no fim dos anos 1990 graças à subcultura *nerd* (ARISTIMUÑO; FRANCO; INOCÊNCIO, 2017).

Com o passar do tempo, o material gerado nesses ambientes digitais se expandiu, especialmente através de memes, virais, montagens e demais práticas como a constante apuração de fatos, consumo frenético de conteúdo, linguagem satírica e a criação de *threads* (longas publicações em sequência que tratam de um mesmo assunto como se estivessem interligadas por um “fio”). Desde então o modelo de quadro de mensagens dos fóruns influenciou as dinâmicas de variados sites por propiciar uma atmosfera favorável ao diálogo canalizado, cujos indícios podem ser enxergados desde os “Grupos” do Facebook às extintas “Comunidades” do Orkut. Ainda assim, eles permanecem muito populares, como é o exemplo do Reddit, uma plataforma de fama internacional que combina diferentes grupos de fóruns e possui mais de 300 milhões de usuários ativos ao redor do mundo, já superando em números o Twitter e o LinkedIn²¹.

Como dito antes, os fóruns funcionam como um canal que implica um tipo de compartilhamento mais detido, alinhado a uma percepção investigativa, mas também bastante favorável à criação de zonas especulativas pelos seus usuários. Desse modo, eles são formas residuais de práticas de conversação em rede que seguem válidas e factuais mesmo na proliferação de novas redes sociais e de constantes mudanças do cenário digital. A cultura pop se elenca como um importante fator para a sua permanência, graças ao seu impacto unificador e global entre fãs (SOARES, 2013) que dividem as mesmas afinidades e procuram se adensar naquilo que gostam, construindo uma pluralidade de teorias, debates e conteúdos. Não é à toa que nos fóruns voltados às principais produções da indústria do entretenimento são encontradas

²¹ Disponível em Rock Content: <https://cutt.ly/dgkCOME>. Acesso em: 02 nov. 2021.

informações características como *trivia*²², conspirações, pressuposições, rumores, *spoilers*²³, vazamentos de dados de bastidores, entre outros.

O fórum proposto para análise aqui é o BCharts, reconhecido por movimentar discussões acerca de diversos temas da cultura pop em âmbito nacional, mas que começou dando atenção prioritária à música. Das inúmeras possibilidades de pesquisa, decidi encarar a noção de fracasso na venda de álbuns fonográficos de divas pop, pois essa é uma abordagem que casa com a natureza argumentativa dos fóruns, uma vez que existem divergências entre fãs sobre o desempenho comercial de algumas artistas.

É oportuno observar o fórum enquanto um espaço de disputa, em particular aquele voltado ao universo da música pop, pois há naturalmente um incentivo ao debate opinativo acerca da indústria musical, marcada por conteúdos de domínio público e pelo amplo consumo. As vozes em conflito perpassam pelo que é dito pelo próprio artista, pela mídia e pelos fãs. A ideia da disputa de narrativas e de dinâmicas de poder aloca o debate para o que parece ser uma dimensão política (HERNÁNDEZ, 2020) nas conversações em rede. Um dos pontos centrais para a observação destas narrativas é como o debate entre sucesso e fracasso mobiliza fãs e frequentadoras dos fóruns de discussão de cultura pop. Em linhas gerais, questiona-se: o que é entendido por fracasso por essas pessoas e de que maneira ele se materializa nos fóruns de discussão?

Falar de fracasso na música pop parece apontar para uma disputa narrativa entre *fandoms*. Portanto, cabe olhar para os fóruns enquanto ambientes digitais em que fãs disputam a relevância e a qualidade dos seus artistas musicais favoritos. Na grande maioria das vezes, os argumentos estão respaldados de dados quantitativos e numéricos, como o número de vendas de álbuns e *singles* e as posições em paradas de sucesso enquanto juízos de valor.

A presença ativa de indivíduos na internet, como os fãs e *haters*, é uma das máximas da atualidade por darem sentido às disputas em redes sociais digitais (PEREIRA DE SÁ, 2016). De um lado os que amam incondicionalmente, do outro os que odeiam veemente, ambos ancorados na retransmissão comercial. Tal cenário não é exclusivo da música, sendo percebido em diversos outros universos com o mundo dos esportes e da política, em que condutas e posicionamentos competitivos ganham destaque. Portanto, as formas online de se comportar e

²² Curiosidades avulsas acerca de produções pop.

²³ Originada do verbo inglês *spoil* e bastante utilizada na cultura digital, a palavra *spoiler* significa a revelação antecipada de informações sobre um conteúdo que ainda não tenha sido visto/consumido por alguém. Contar o final de um filme que acabou de ser lançado é um exemplo recorrente de *spoiler*.

de ressignificar a presença evocam cada vez mais a noção de performance para entender tais processos.

Aqui me interessa o fórum de cultura pop, voltado a pautas deste universo, dentre elas as controvérsias do fracasso musical. São nesses ambientes que percebemos de maneira mais enquadrada as disputas entre fãs, já que um dos objetivos desses espaços é instigar discussões entre seus usuários. Essas dinâmicas comunicacionais derivam do que Raquel Recuero (2013) chama de conversão em rede, enxergando a conversação enquanto um processo de apropriação dos sites de redes sociais para a interação, não sendo criada por esses sistemas técnicos, mas uma adequação que visa construir sentido. Dessa maneira, a fala, os turnos, o contexto e outros elementos, “que na conversação face a face são essenciais, precisam ser reconstruídos na mediação das ferramentas digitais” (RECUERO, 2013, p. 2). Todavia, o grande diferencial da conversação em rede seria a hiperconexão, já que os sites de redes sociais possibilitam a permanência das interações (a não ser que sejam apagadas, as publicações continuam disponíveis), a capacidade de busca de mensagens, a replicabilidade através de compartilhamentos, reações, curtidas e comentários e, por fim, a presença de audiências invisíveis.

Essa forma de interação com alto potencial público e de conexão vai impulsionar ainda o desenvolvimento de um capital social único capaz de ditar os valores negociados e embebidos na estrutura dos grupos sociais. No caso dos fóruns, são as qualidades que permitem com que seus usuários estejam legitimamente inseridos naquele contexto e naquela comunidade. Recuero (2013) argumenta que a busca dessa legitimação em sites de redes sociais faz parte daquilo que Erving Goffman (2014) chama de “trabalho da face”, um empenho a fim de consolidar negociações entre os atores de modo a manter os valores sociais positivos à uma imagem do *self* delineada em termos de atributos socialmente aprovados:

Os sites de rede social proporcionam formas diferentes de representação da face. Ao construir um perfil, há uma construção também de determinadas impressões que desejamos dar aos demais atores e à ‘audiência invisível’. E ao mesmo tempo, essa face proposta é legitimada (ou não) pelos demais atores que vão usar a plataforma para conversação (RECUERO, 2013, p. 7).

Os fóruns são essencialmente contestadores e a cultura pop proporciona produtos repletos de cargas afetivas para munir discussões. As conversações em rede podem promover trocas de informações corriqueiras, mas também uma disputa por conhecimento ou por controle narrativo. Afinal, os frequentadores são fãs, consumidores assíduos e amantes dos seus ídolos. Se pensarmos numa dinâmica de conversação em rede na avaliação de pautas ligadas a cultura

pop, os comentários de portais jornalísticos dedicados a cobrir a cultura pop funcionavam como ambientações em que as disputas de fãs se davam, reivindicando autenticidade na qualidade da informação, da opinião e disputando a noção de “fã de verdade”. Essa lógica pode ser observada nos fóruns de discussão de maneira mais específica, uma vez que esses são ambientes relativamente mais fechados e controlados.

3.2 O fã, o afeto e a disputa

É a partir da busca pela manutenção da face que surge a chance de perceber as interações ocorrentes nos fóruns enquanto complexas e pouco triviais. O conceito de fã, conforme apontado por Jenkins (2009), se remete a algum tipo de consumo ativo em que há uma autoridade no seu discurso porque existiria aí uma fruição diferenciada, uma relação mais forte carregada de afeto em que o fã vê a internet “como um veículo para ações coletivas – soluções de problemas, deliberação pública e criatividade alternativa” (JENKINS, 2009, p. 235).

O que está em jogo aqui é a maneira pela qual os dados numéricos da indústria musical são traduzidos por esses fãs, uma vez que o consumo não se encerra na experiência de compra e venda, mas se alastra em uma série de práticas que o tornam apropriação simbólica. Canclini (2010) já recuperava esse caráter do consumo, distanciando sua conceituação do simples ato compulsório de obter produtos ou serviços, mas chamando atenção para o processo de retomada e usabilidade do que se é consumido. Consumir música significa comprá-la e escutá-la, mas em aspectos mais amplos também significa acessar fóruns de discussão para defender o artista que se gosta. Existe uma demanda afetiva, igualmente importante, que precisa ser levada em consideração nas análises:

A dimensão do afeto deve ser incorporada à análise sobre o consumo, para além da preocupação com os hábitos em si. Esse incremento se justifica, portanto, pela relação que não deve ser ignorada entre os hábitos e o investimento afetivo que os explica. Compreendemos que o afeto é o que está por trás dos investimentos que se faz em um determinado tipo de prática cotidiana ligada à música ou na afinidade e identificação com um artista ou gênero musical. O afeto sustenta, dessa forma, o que compreendemos como relevância: o destaque que uma determinada música consegue em relação às demais na experiência cotidiana do fã – para além dos indicadores de mercado (MONTEIRO, 2020, p. 60-61).

O afeto sugere o enfrentamento de uma experiência estética fandômica, ou seja, falar de uma “imedição na memória, na performance, através de uma narrativa ficcional incitada pelo pop em espaços ritualísticos de presença do ídolo e do fã: o show, a rede social” (MASCARENHAS; SOARES, 2015, p. 154). Travar embates para defender o seu ídolo e

montar uma espécie de júri virtual é uma maneira de aproximação que evoca a performance como politização do afeto.

As negociações existentes entre usuários parecem apontar para jogos de poder, pertinência e prestígio, o que nos leva a enxergar um entendimento político presente nessas relações em rede, especialmente sabendo que o processo de aquisição de capital social não costuma ser brando, e sim pleiteado, conquistado. Logo, a fim de desvendar como se arquiteta o que pode ser lido aqui por política do fracasso pop, torna-se interessante saber que a conduta das conversações nos fóruns pressupõe a existência de uma dimensão profundamente performática que é pautada, antes de tudo, pela disputa.

Estudos sobre performance na comunicação são um exercício interessante para abrir alternativas analíticas que permitam encarar episódios através do cênico, da teatralidade, da fabulação. Em uma era em que a visibilidade se torna urgência, particularmente nos processos comunicativos, não há como escapar do “simulacro”, da “fachada”.

Ao propor um esquema metodológico para análise de conversações online que evidenciem o potencial político, mesmo que ele não esteja dado a priori, Elisa Hernández (2020) aborda as assimetrias interacionais e as dimensões estéticas, éticas e sensíveis como maneiras de compreender o contexto politizado da conversação cotidiana. Tal análise se desdobra em três dinâmicas interacionais específicas: a) a criação de cenas interacionais online; b) a atuação performativa dos interlocutores e c) as narrativas que povoam a linguagem cotidiana e as temporalidades que entrelaçam as experiências individuais e coletivas. Acredito que essas três dinâmicas carregam em si uma inclinação não só política, mas essencialmente performática, uma vez que não se preocupam unicamente com o desempenho dos atores, mas também com o desenlace do contexto ao redor deles, construindo assim uma abertura política que guie um enredo através de enquadramentos/recortes de fenômenos num cenário de interação mediada.

Na verdade, a imersão proposta à guinada política, responsável pela manutenção da face, muito tem a ver com a noção de “coerência expressiva” concebida por Beatriz Polivanov (2019) ao tratar performances de sites de redes sociais. De acordo com a autora, há uma preocupação de sermos coerentes no ambiente online, pois só assim nos reivindicaríamos enquanto autênticos. Contudo, ela ressalta que essa coerência não é plenamente atingível, servindo mais como um constructo social e acometida por um incessante gesto de intenção, assim como o empenho da face. Polivanov reitera que

por mais que a ‘coerência expressiva’ seja apenas uma ilusão, sempre sujeita a fissuras e rompimentos, ela é efetivamente cobrada de nós cotidianamente na contemporaneidade. Ao mesmo tempo em que entendemos as identidades como

fluidas e dinâmicas atualmente, buscamos uma certa unidade nas nossas narrativas (POLIVANOV, 2019, p. 115).

Como a coerência precisa ser justificada de alguma forma, nos valem de outra teoria derivada da performance que é aquela referente às afinidades e afetos, a qual Hennion (2011), a partir de uma relação experiencial entre sujeitos, música e materialidades das tecnologias, nomeia de performance de gosto. Segundo o autor, “a noção de gosto é cada vez menos simbólica e mais inserida em uma cultura material, mais relacionada à presença do objeto, corporificado, sentido como uma vinculação afetiva entre sujeitos e objetos” (HENNION apud AMARAL; MONTEIRO, 2013, p. 449). Amaral expande essa teoria para o cerne de redes sociais, encaixando-a nos embates online movidos pela cultura pop que tanto molda o gosto dos fãs como é moldada por eles:

O material produzido pelos fãs (fanfics, fanarts, fanvídeos, etc) precisa ser pensado como integrante da cultura pop que se apropria dos seus traços e estéticas mais facilmente visualizáveis (ou audíveis), muitas vezes os subvertendo – seja em termos de narrativas, formatos midiáticos ou de modelos de representação – e por outras vezes o endossando. Esse material é por si só uma afirmação e uma performatização do gosto nessa rede de mediações e de afetos proporcionada pelas redes digitais (AMARAL, 2014, p. 7).

O binômio “coerência expressiva” e “performance de gosto” fornece a camada performativa necessária na compreensão do politizado nas conversações de rede. Como irei lidar com o fórum de cultura pop, é vital perceber que o jogo de performance exigido por ele possui a cultura pop como uma matriz operativa, logo é preciso compreendê-la enquanto um horizonte que aponta para eixos de orientação que negociam com um senso de comunidade transnacional, de ordem do entretenimento e que são pautados pela lógica comercial (SOARES, 2013). Dessa forma, perceber dinâmicas da “coerência pop” nesses espaços como performances me permite a aproximação das suas engrenagens, por estarmos lidando com lógicas mercantis, midiáticas e digitais, mas também afetivas.

Olharei então para discursos recheados de afetos, fabulações, teorias mirabolantes nem sempre confirmadas, dados e fontes duvidosos e uma grande devoção às fugacidades da cultura pop. É preciso estar aberto às possíveis teatralidades que daí emergem, já que são elas que consolidarão a manutenção da face dos fãs e que atribuirão logicidade às suas práticas.

3.3 Memetização da *trollagem*: humor, *shade* e problemáticas

Diante do panorama teórico discutido, pergunta-se: como os fóruns de cultura pop constroem uma dimensão política? Quais valores são usados para legitimar as “faces” dos usuários? Quais os ruídos? Como o fracasso é lido nesse sistema? Ou melhor, como ele é performado?

A fim de focalizar a pesquisa, debruço o olhar para o BCharts²⁴. O fórum foi escolhido por ser um dos principais portais de cultura pop na internet brasileira. Segundo uma matéria de 2017 da revista VICE Brasil²⁵ é chamada atenção para como perfis digitais que emulam o comportamento de fóruns se tornaram incubadoras de memes no país e uma extensa fonte de conteúdo colaborativo na internet. Ao lado do LDRV (grupo do Facebook) e do Fórum Pandlr, o BCharts aparece mencionado como referência.

Criado originalmente em 2008 como uma comunidade na rede social Orkut, O BCharts conta, até o fim de 2021, com pouco mais de 20 mil membros em um site próprio em formato de fórum e uma conta no Instagram com mais de 100 mil seguidores. O próprio nome já evidencia sua afiliação com a cultura pop: uma redução de “Billboard Charts”, as populares paradas musicais dos Estados Unidos que transformam em *rankings* o desempenho de artistas, álbuns e canções.

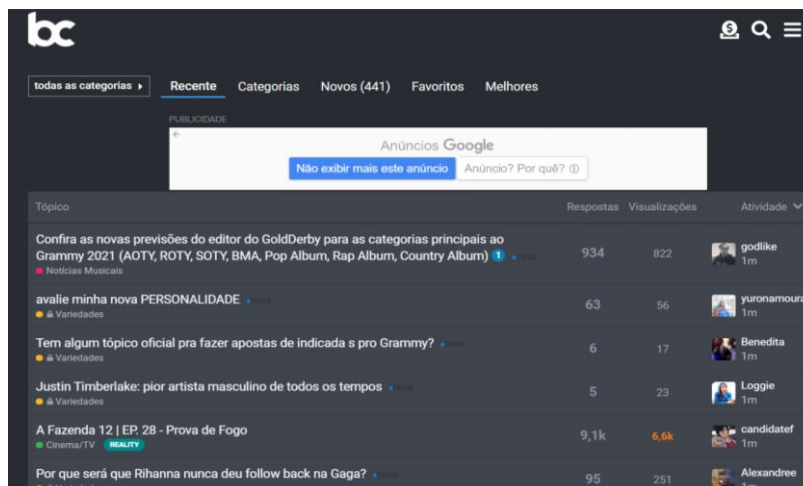
Na biografia do próprio site, o fórum se define como um “espaço destinado para discussões sobre cultura pop”. Na Figura 5, é possível ver como funciona sua estrutura. Os tópicos são os debates que podem ser abertos por moderadores e usuários, sendo identificados por uma das onze categorias disponíveis²⁶, além de uma etiqueta/tag que pode especificar ainda mais o conteúdo abordado (na imagem é possível ver que o tópico sobre o programa “A Fazenda 12” possui categoria Cinema/TV e uma etiqueta/tag de *reality*). É possível ainda ter acesso a quantidade de visualizações de um tópico, bem como o número de respostas e quem foi o último usuário a interagir.

²⁴ Site oficial do fórum disponível em: <https://bcharts.com.br/>

²⁵ “Como o LDRV se tornou a espinha dorsal do Brasil memético” da VICE Brasil. Disponível em: <https://cutt.ly/RfVyzOy>. Acesso em: 06 out. 2020.

²⁶ As categorias são: Notícias Musicais, Lançamentos, Variedades, Notícias de Cinema/TV, Cinema/TV, Notícias Gerais, Geek, COVID-19, GIFs, Artistas e Suporte.

Figura 5 – Tela inicial do fórum BCharts



Fonte: Reprodução do site da BCharts

Do ponto de vista metodológico, a ferramenta de busca do fórum também foi um dos motivos que me incentivou a escolhê-lo como objeto de análise²⁷. Nela é permitido procurar postagens específicas através de palavras-chave, além de poder filtrar a busca por meio de categorias, *tags* e datas. Decidi buscar as palavras-chave “fracasso” e a derivação inglesa “flop”, usando como filtros a categoria “Notícias Musicais”, uma vez que a música pop é o tema pretendido de análise, e “Correspondência Somente no Título”, pois meu direcionamento era investigar tópicos que já tivessem a proposta de abordar e discutir o fracasso musical e não tópicos que por acaso se desdobraram em uma discussão desse tipo, o que seria mais abrangente de mapear. Além disto, era possível ordenar a busca por relevância e optei por selecionar “Mais Vistos”. Em resumo, da forma que segmentei a pesquisa, estaríamos olhando para os tópicos mais repercutidos e relevantes da plataforma especificamente sobre o fracasso musical.

A pesquisa foi feita em 06 de outubro de 2020 e o resultado da palavra “fracasso” foi uma postagem com mais de 1.500 visualizações, 126 respostas e 148 curtidas chamada “Katy Perry reconhece seu completo fracasso em entrevista para uma revista fuleira”, conforme visto na Figura 6. No tópico, o usuário sob a alcunha de “Bernadete” compartilha uma entrevista de Katy Perry para a revista *Narrow* e sublinha uma fala da cantora em que ela parece “admitir” seu suposto fracasso em vendas.

²⁷ Outros fóruns como o Pandlr, por exemplo, não possuem um sistema similar, o que dificulta a coleta de dados.

Figura 6 - Tópico de discussão sobre Katy Perry



Fonte: Reprodução do site da BCharts

Um preâmbulo importante²⁸: Com o álbum “Smile” lançado em 2020, Katy Perry vendeu cerca de 50 mil unidades na semana inicial e estreou o disco na 5ª posição da Billboard Hot 100. Realidade bem diferente de trabalhos anteriores como “Teenage Dream” em 2010 que vendeu 192 mil unidades, “Prism” em 2013 que vendeu 286 mil e “Witness” em 2017 que vendeu 180 mil. Embora todos os três tenham estreado no 1º lugar da Billboard, Katy passou a ganhar afiliações com o fracasso ainda em 2017 quando as vendas de “Witness”, na segunda semana, caíram em cerca de 85%, fazendo o álbum ir direto da 1ª para a 13ª posição com apenas 28 mil cópias comercializadas. Desde então, Perry foi reposicionada como uma cantora fracassada.

Após separar todas as 126 respostas, as classifiquei por categorias, as quais separei em três tipos: 45 respostas que refutam/tensionam o fracasso, 36 que o incentivam e 41 comentários ambivalentes que não tomam uma posição exata. Foram descartadas 4 respostas que não tinham muita relação com a pesquisa, como usuários falando que estavam com saudades uns dos outros ou que tinham alguma dúvida técnica na plataforma, por exemplo.

Por respostas que refutam/tensionam, compreendo aquelas que tentam afastar a cantora da condição negativa que o fracasso acarreta. Geralmente essas são protagonizadas por fãs e contêm argumentos que objetivam fragilizar o estatuto econômico legitimador, buscando outras rotas para validar a artista (ainda que se valham de justificativas financeiras para tal). Por

²⁸ Dados disponíveis em “Novo Álbum de Katy Perry Fracassa e tem Críticas Decepcionantes” do Observatório G: <https://cutt.ly/9grsX7D>. Acesso em: 06 out. 2020.

respostas que incentivam, entendo o oposto, sendo aquelas que confirmam o demérito de Katy Perry devido às baixas vendas. Aqui é mais fácil perceber como os usuários, possivelmente *haters*, descredibilizam a relevância da *popstar* pelo que seria uma falta de fôlego comercial. Já as respostas que são ambivalentes não ficam totalmente a favor ou contra, mas inflam o debate e acrescentam uma camada mais opaca de percepção.

Abaixo um quadro que sintetiza as respostas encontradas com um exemplo de cada categoria para contextualização:

Quadro 1 – Categorias das respostas no fórum BCharts

45 respostas que refutam/tensionam o fracasso
Exemplo:  Texto: o soco na gaga que surtou quando flopou em 2013 O usuário compara Katy Perry com Lady Gaga e coloca a primeira como superior por saber lidar “conscientemente” com seu fracasso, sugerindo que a segunda não reagiu da mesma maneira.
36 respostas que incentivam o fracasso
Exemplo:  Texto: É oficial... Texto no GIF: Katy Perry morreu O usuário diz que Katy Perry não possui mais relevância ao dizer que ela “morreu”.

41 respostas ambivalentes

Exemplo:



Texto: Eu tenho pena da Katy, ela não deve ser uma pessoa ruim Mas se tem uma coisa que eu adoro é ver katycat quebrando a cara. Adoram bancar de pobres indefesos, que todas as fanbases são malvadas e eles os bonzinhos, mas são umas najas, colhem o que plantam

O usuário diz ter empatia pela cantora, mas acredita que o fracasso de Perry é uma lição para o seu *fandom* (Katycats).

Fonte: elaboração do autor.

Apesar da amostragem de 45 das 126 respostas apontarem para uma suposta relativização da ideia do insucesso, cabe notar que as demais respostas estão numericamente próximas, principalmente as ambivalentes, o que pode suscitar a ideia de que o debate sobre o fracasso nos fóruns é um assunto com desfechos não resolvidos. Concentrei a análise nas respostas negativas, nas quais percebi dois fatores que apareceram com incidência: a presença de imagens ou GIFs meméticos (18 respostas das 36 coletadas) e a comparação de Katy Perry com outros artistas (25 respostas das 36 coletadas). A saber: nas 45 respostas positivas, 9 continham memes e 15 comparações com outros artistas. Nas 41 respostas ambivalentes, 15 continham memes e 21 comparações.

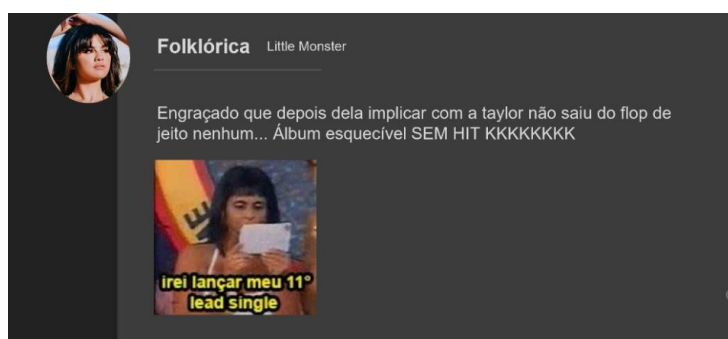
A partir das interações presentes no tópico dedicado ao fracasso do álbum da cantora Katy Perry e amparado pelas categorias elencadas por Hernández (2020) para o debate sobre política em conversações em rede, elenco quatro movimentos performáticos para dar conta dos debates sobre fóruns:

1. Tópicos como Cenas Interacionais - A criação de um tópico simula a formação de uma cena interacional que pode ser entendida enquanto um recorte temático com uma bagagem valorativa prévia, mas aberto a ressignificações. Nessa cena acontece um debate acerca de uma problemática da música pop: o suposto fracasso da cantora Katy Perry. Há uma orientação prévia de qual assunto será abordado e o fundamento político aparece na formação de dissensos e pequenos núcleos de engajamento entre os que concordam e os que discordam, o embate entre fãs e *haters*. Interessante notar que, além desse caráter posicionador, o tópico investigado

aborda um acontecimento temporalmente recente, já que o álbum *Smile* de Katy Perry foi lançado em 28 de agosto de 2020 e a discussão criada no dia 24 de setembro de 2020 é, na ocasião de consulta para este artigo em 6 de outubro de 2020, a postagem mais visualizada do fórum possuindo a palavra “fracasso” escrita no título. Tal fato aponta para a celeridade e anseio dos usuários em discutir o tema.

2. Atuação Performativa dos Interlocutores em vínculos a *fandoms* - São duas as dimensões de atuação performativa dos interlocutores: a formação dos personagens e a prática de *trollagem* em *fandom* com bastante uso de memes. Usuários se apresentam enquanto personagens: “Bernadete”, criador do tópico, está usando uma fotografia da cantora Lady Gaga como avatar (Figura 6). Outros membros no tópico assumem a identidade de usar imagens dos seus ídolos e modificar seus nomes em referência a eles, às vezes adotando uma pluralidade de escolhas como o usuário demonstrado abaixo (Figura 7).

Figura 7 - Exemplo da formação de personagens



Fonte: Reprodução do site da BCharts.

O usuário em questão possui a foto de avatar da cantora Selena Gomez, o nome “Folklórica” (uma provável adaptação de “Folklore”, álbum lançado por Taylor Swift em 2020) e a descrição “Little Monster” (alcunha pela qual os fãs da cantora Lady Gaga são reconhecidos), elucidando possivelmente vinculações a vários *fandoms*.

Ainda no exemplo acima, além da representação de si, as filiações de *fandom* do usuário podem ser vistas no seu comentário que recupera uma desavença pública entre Katy Perry e Taylor Swift, pontuando que o álbum *Smile* seria esquecível por não possuir um *hit*. O meme protagonizado por Gretchen reforça o argumento comercial pela baliza do humor ao sugerir que Perry estaria constantemente preparando seu *lead single*²⁹.

²⁹ Primeira música escolhida para dar o pontapé na promoção de um disco. Geralmente são depositadas grandes expectativas de êxito em torno do *lead single*.

Dessa forma, percebe-se que a conversação em rede acerca do fracasso se constrói em tom de disputa por validação e de *trollagem*. Recuero (2013) comenta que as conversações em rede podem fugir do frame pretendido, quebrando a polidez (normas da conversação) e ameaçando a manutenção da face. O *trolling*, por exemplo, é citado por ela como uma das formas de ameaça mais latentes em sites de redes sociais. O *troll* usa excessivamente memes, paródias, ironias e sátiras, sendo aquele que nas suas interações “ameaça a face do Outro, ridicularizando, ofendendo, perturbando ou desestabilizando as construções” (RECUERO, 2013, p. 10). É seu objetivo, portanto, buscar uma desestabilização momentânea, recorrendo aos excessos disponíveis na conversação em rede com uso intenso de recursos estilísticos tanto visuais (imagens, GIFs, montagens) como de grafismo (letras repetidas, uso de maiúsculas, expressões sarcásticas).

Para que o teor irônico da *trollagem* aconteça, é preciso atestar o insucesso, dimensioná-lo e corporificá-lo contra um ideal de êxito, por isso o ponto de partida do tópico não é imparcial. O criador da discussão já incentiva o debate tendenciosamente a partir do título, em especial o fragmento satírico “revista fuleira”, indicando que o que foi dito por Katy Perry não é relevante, uma vez que a *Narrow* não possuiria credibilidade e que uma cantora “fracassada” só teria espaço em veículos desse tipo. “Revista fuleira” desqualifica a artista e já corrobora com a quebra de polidez mencionada por Recuero (2013), enquanto os comentários que se seguem não poupam esforços em continuar ou ampliar essa perspectiva.

3. Memetização da *trollagem* nas disputas narrativas – A teatralidade respaldada no humor e na ironia integram as narrativas a partir do que podemos chamar de memetização da *trollagem*: o uso intenso de memes na tentativa de desestabilizar conversações e provar argumentos.

Nas respostas que foram avaliadas, o cômico e a disputa se mostraram valores constantes. Memes em forma de GIFs integram 42 respostas totais das 126 do tópico, mesmo

que nem sempre as respostas fossem depreciativas, e 61 das 126 respostas faziam menção a outras artistas como Taylor Swift³⁰, Lady Gaga³¹ e Nelly Furtado³².

Os memes usados são protagonizados tanto por artistas pop como por personagens célebres da cultura “memética” brasileira como Gretchen, Tulla Luana, Rodrigo Apresentador e Inês Brasil. Há uma mistura de referências que tornam o meme cheio de camadas, criando uma narrativa “com grande potencial de desdobramento a partir da sintetização de uma ideia complexa em uma única imagem/frase” (ARISTIMUÑO; FRANCO; INOCÊNCIO, 2017, p. 13).

Chama-se atenção para como a ironia ganha um local de privilégio nas querelas entre fãs. Contudo, o tom adotado nos comentários se aproxima de uma linguagem performática específica alinhada ao *shade*, elementos identitários da comunidade LGBTQIA+ que possuem grande participação no fórum e, não obstante, são um dos principais consumidores de música pop. O *shade* vem da expressão inglesa *throw shade* que, em tradução literal para o português, “jogar sombra”, não aparenta ter muito sentido. É na cultura *ballroom* dos Estados Unidos, onde se originou, e posteriormente se solidificando na cultura *drag* midiática, que *throw shade* vira uma prática queer, relacionada a uma batalha de indiretas e insultos sutis, algo aproximado da noção de “gongação” na cultura queer brasileira. A saber, a cultura de bailes (*ballroom*) se firma em Nova Iorque por volta da década 1960 como um espaço no qual a comunidade queer negra e latina compete em diversas categorias na passarela tentando “servir” a sua *realness*, isto é, “demonstrar sua habilidade de performar de acordo com a temática estabelecida para a competição e convencer jurados e público da veracidade de sua performance” (SILVA, L., 2020, p. 2). O *shade*, como parte dessa atividade performática, aflora a competição entre os

³⁰ Em 2014, na promoção do álbum “1989”, Taylor Swift relatou que a canção “Bad Blood” era endereçada a uma cantora que havia tentado boicotar sua turnê anterior com objetivo de contratar dançarinos que estariam trabalhando para ela. Na internet começou a surgir um rumor de que essa cantora era Katy Perry. Com o passar do tempo ambas as artistas soltaram indiretas nos sites de redes sociais e inclusive em outras músicas, até que fizeram as pazes publicamente quando Perry fez uma participação no videoclipe “You Need To Calm Down” de Swift em 2019. Disponível em Popline: <https://portalpopline.com.br/katy-perry-antiga-briga-taylor-swift-2/>. Acesso em: 18 jan. 2022.

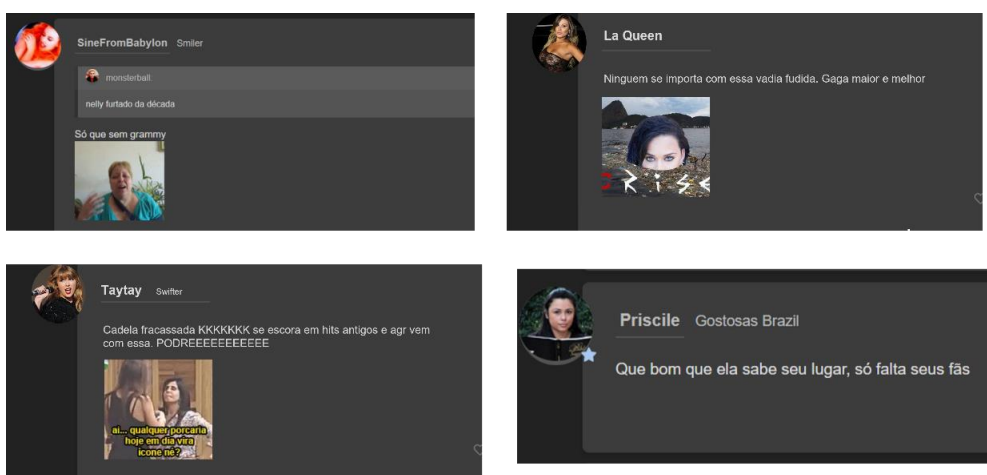
³¹ Em 2013, com o lançamento de “ARTPOP” vendendo cerca de 250 mil cópias na estreia, Lady Gaga não atingiu os feitos do seu disco anterior “Born This Way” que vendeu mais de 1 milhão de cópias na primeira semana. Apesar de considerado um número relativamente alto para a época, afiliações com o fracasso começaram a surgir associadas à imagem da cantora e se intensificaram quando “Applause”, primeiro *single* do disco, não chegou ao topo do Hot 100 da Billboard, estreando em 4º lugar. O 1º lugar foi tomado por “Roar”, música de divulgação do álbum “Prism” de Katy Perry na mesma época. Antes do resultado sair, já explodia na internet uma competição entre ambos os *fandoms* das artistas. Disponível em “Did Lady Gaga’s ARTPOP Actually Flop?” na Pitchfork: <https://cutt.ly/Hgulra8>. Acesso em: 06 out. 2020.

³² Apesar de ter feito muito sucesso nos anos 2000, especialmente com o álbum “Loose” de 2006 que vendeu até então mais de 12 milhões de cópias, Nelly Furtado se afastou da indústria musical em 2012 e retornou em 2017 com “The Ride”, disco que vendeu menos de 2 mil cópias na semana de lançamento. Disponível em Popline: <https://cutt.ly/Bguj9SP>. Acesso em: 06 out. 2020.

participantes (em especial *drag queens*, pessoas trans, gays, mulheres etc.) que debocham espirituosamente dos seus concorrentes.

Quase como uma reformulação, em certa medida, das batalhas de *shade*, os dissensos entre fãs do BCharts reiteram esse comportamento incrustado na memória queer³³ que avança para o tecido social como prática identitária das conversações entre pessoas LGBTQIA+, ainda que os comentários no fórum possam ser mais ácidos que astuciosos. O teor às vezes agressivo dessas conversações em rede descortina algumas problemáticas em torno da maneira que as artistas femininas são representadas e quais precariedades (BUTLER, 2018) emergem nas discussões. A figura da mulher parece estar sempre passível de julgamento, mas além de um contraste comparativo com um histórico anterior e individual, há um forte contraste em detrimento de outras mulheres. Katy Perry é frequentemente colocada ao lado de artistas femininas, enxergadas como suas “rivais”. Percebe-se a emergência de traços de competitividade que parecem não admitir que sua trajetória seja analisada de maneira isolada, mas sempre em paralelo.

Figuras 8, 9, 10 e 11 – Exemplos do *shade* nas conversações do BCharts



Fonte: Reprodução do site da BCharts.

Nas figuras acima, é possível ver que há sempre um tom “debochado” nas respostas, em alguns casos agravado com o uso de ofensas. A naturalização de alguns termos como “cadela fracassada” e “vadia fudida” elucidam uma conduta violenta adotada por alguns indivíduos que

³³ O *shade* possui uma representação midiática contemporânea observada em programas televisivos LGBTQIA+ como nos *realities* competitivos *RuPaul's Drag Race*, em que em um certo desafio *drag queens* devem “jogar *shade*” umas nas outras, e *Legendary*, mais “fiel” ao *ballroom* em que as *houses* contemporâneas devem batalhar entre si por meio da dança, moda e performance.

ressoam em agressões simbólicas sofridas pelas mulheres no cotidiano. O fracasso de Katy Perry se transforma em um aparato de vigilância pautado nas cobranças depositadas nos papéis femininos, bem como no grau da punição recebida.

4. Coerência expressiva na *trollagem* – O senso político de disputa parece se ancorar na comicidade, mas também em uma competição de *fandoms*. No fórum BCharts foi percebido que nuances do *trolling* acabam fazendo parte das “regras” da plataforma. O fracasso toca em um assunto inacabado e repleto de disputas, exatamente como opera o *trolling* ao flertar com as contradições interativas digitais e encontrar janelas para tensionar estruturas. É justamente através dele que os usuários conseguem buscar pertinência naquele espaço e encontram coerência (POLIVANOV, 2019) para se expressarem e conduzirem a discussão. A piada como performance faz parte do enredo tanto dos que condenam o fracasso, como dos que o subvertem e até dos que parecem querer apenas provocar ambos os lados. O *trolling* não é usado essencialmente da maneira que aponta Recuero (2013), como uma fratura total de sentido, mas é reimaginado como um tipo de quebra da polidez permitida e frequentemente praticada pelos usuários.

Mais uma vez, levanto a estética do *shade* como a maneira que os indivíduos dos fóruns se expressam e codificam suas referências. Enquanto o *trolling* se incute nas práticas de fãs na ordem da instabilidade e da provocação, por ser uma conduta essencialmente digital, o *shade* se une a ele para especificar os direcionamentos performáticos. A maneira encontrada para comprovar o fracasso de cantoras pop seria unir o argumento comercial com uma linguagem um pouco mais marcada e belicosa, que flutua entre os extremos da piada e da hostilização.

3.4 De que fracasso fala o fã?

Analisar as conversações em fóruns permite fazer observações sobre dinâmicas performáticas específicas na cultura pop inserida no contexto online. A negociação entre fãs, *haters* e o entrelugar desses polos permite observar a fabulação e os afetos em espaços codificados. A proposta é entender quais valores são validados, tornam coerentes as “falas” e são pertinentes. Conceber fenômenos enquanto performances parece ser um fundamento importante para lidar com as complexidades contemporâneas da cultura digital. Até porque

Estamos em um mundo profundamente autoconsciente, reflexivo (GIDDENS, 2002), obcecado por simulações e teatralizações em todos os âmbitos sociais. A teatralidade passa, portanto, a ser uma espécie de maneira de encarar as ações, tendo se espalhado do campo das Artes para as Ciências Sociais, agindo sobre as maneiras com que entendemos as ações humanas. Pensar sobre performance significa, necessariamente,

abrir-se para o ato, a ação, o cênico. Aquilo que se faz, como se faz, em que contexto (GIDDENS, 2002 *apud* AMARAL; SOARES; POLIVANOV, 2018, p. 64).

Importante ter em mente que as encenações dos fóruns muito se assemelham à ideia de “tática” trazida por Michel de Certeau (2005). O autor indica perceber práticas cotidianas – daí o nome do seu livro “A Invenção do Cotidiano” – como modos de ação no processo de interação em sociedade, redistribuindo o foco analítico para as relações sociais como determinantes do indivíduo e não o contrário. Ao observar atividades corriqueiras como falar, andar e cozinhar, o autor as entende como “táticas”, atos de desvio que podem gerar efeitos imprevisíveis em oposição ao que ele chama de “estratégias”, entendidas como programas hegemônicos que as tecnocracias e as indústrias culturais tentam impor, visando uma noção de poder e controle. De Certeau (2005) acredita em uma resistência por meio da “bricolagem” que seria uma espécie de astúcia, de artimanha, dos usos criativos de produtos que são impostos às pessoas comuns. As conversações digitais de fãs se afiliam à tática por construírem uma maneira de reavaliar o fracasso de artistas pop, condição que os coloca na ordem da descartabilidade, fruto de um não cumprimento de protocolos da indústria musical. O consumo de artistas fracassados e seus produtos defeituosos por parte de fãs, por exemplo, apontam para um aceno à refutação e uma reapropriação. Uso a palavra “aceno” porque cabe ressaltar que o domínio dos processos de produção cultural incide em si uma dimensão também estratégica em que consumir insucessos da música pop seria cooperar para que eles funcionem como sucessos, reiterando a lógica de vendas na qual eles estão inseridos.

Ainda assim, o próprio consumo tem poder de despertar eventuais fugas, as artimanhas que De Certeau (2005) cita, em que se chocam estados performáticos autoconscientes. Fãs podem criar campanhas online para que a canção do seu artista favorito chegue no topo das paradas musicais, ao mesmo tempo que se mobilizam em debater a intensa cobrança enfrentada pelo artista para atingir bons resultados comerciais. De fato, a grande maioria das pessoas não pode controlar, de ponta a ponta, os produtos da indústria do entretenimento que formam suas vidas, mas ainda têm alguma liberdade para escolher como agir com eles. Estamos diante de uma brecha, de um jogo que revela acordos e desacordos em um cotidiano inventado, de uma forma de lidar com os sentidos na sociedade de consumo.

O recorte extraído do fórum BCharts evidencia rasuras e tensões sobre como o fracasso é encenado e imaginado, indicando uma dimensão política da *trollagem* como dispositivo agregador de afetos ao criar núcleos de sentido que vinculam *fandoms*. Nessa avaliação, sublinha-se que o fracasso é essencialmente pautado pelo viés comercial, mas que ele pode se transformar em uma espécie de justificativa para destratar os artistas que protagonizam os

debates. O insucesso vira tanto motivo de piada, especialmente pelo intenso uso de memes, como também motivo de ataque, servindo como suporte para comportamentos agressivos. A falha comercial respaldaria violências, a exemplo da cobrança colocada em cima de Katy Perry ao lado de outras artistas, em que a comparação com homens não parece ser cogitada, tornando-a refém de um eterno olhar desequilibrado, bem como a reverberação de xingamentos como “prostituta”, “puta” e “vagabunda”, refletindo o rígido controle social exercido sobre os corpos e a sexualidade das mulheres.

O gosto, a afinidade e a paixão se tornam eixos que merecem reconhecimento. Se atentar a essas formas de replicação do fracasso é perceber que fãs edificam seus afetos em produções digitais ressoantes com alto poder de compartilhamento e engajamento. Do mesmo modo, esse afeto ganha uma roupagem repleta de memes e de artifícios da *trollagem*, além de não deixar de ser regulado pelas máximas do capitalismo, como a competitividade, exemplificada quando fãs comparam o desempenho de sua diva favorita com outra, a fim de justificar que o fracasso é amplamente medido por fronteiras de paridade comercial e menos através de enquadramentos individuais. A ação reparadora trazida à tona se comporta ambigualmente em diversos estratos, pois ainda que exista uma preocupação de *fandoms* em refutar a ideia do fracasso e validar o artista enquanto merecedor, a solução encontrada por esses mesmos fãs é ressaltar normatividades da indústria musical como a rivalidade e o apego aos números, culminando em uma disputa de qual artista teve o maior fracasso como termômetro e validação de qualidade. A inserção da *trollagem* e dos memes como recurso de sarcasmo tensiona esse cenário, criando modos inusitados de discursos argumentativos cujas finalidades podem ir além do humor, sublinhando um emaranhado de competências problemáticas no encontro do mercado e do afeto.

4 ARTISTA EM PAUTA: APROPRIAÇÃO DO FRACASSO COMO CONSTRUÇÃO PERFORMÁTICA

4.1 Metas inalcançáveis na agenda *mainstream* e a perversidade pop

Depois de nos debruçarmos sobre os fãs, agora cabe perceber como os artistas lidam com o fracasso, na tentativa de entender quais negociações se apresentam. Importante mencionar que a forma que estamos tratando esses atores (fãs e artistas) não é excludente, o que implica dizer que ao encarar suas performances, as compreendemos como atos entrelaçados que se atravessam e se sobrepõem e exercem influência mútua. Taylor pontua esse predicado dos estudos performáticos ao dizer que eles são imbricados e assim construídos pela reincidência:

As performances viajam, desafiando e influenciando outras performances. Contudo, elas estão, em certo sentido, sempre *in situ*: são inteligíveis na estrutura do ambiente imediato e das questões que as rodeiam. O *é/como* realça a compreensão da performance como simultaneamente “real” e “construída”, como um conjunto de práticas que reúnem o que historicamente ficou separado como discursos ontológicos e epistemológicos distintos, supostamente autônomos (TAYLOR, 2013, p. 28).

O que me proponho a fazer é olhar mais atentamente para os roteiros que são comportados pelas performances midiáticas, as narrativas encenadas de um arcabouço portátil que pressupõe a existência de algo prévio que carrega o peso dos acúmulos e das repetições. Deste modo, Soares (2021a) reforça que as performances seriam inacabadas e operariam como esboços em contextos historicamente situados. Este caráter de “infinitude”, conforme sugere o autor, orienta um encaixe de ações: “metodologicamente, os roteiros nos impelem a observar mais atentamente os gestos, as atitudes, os tons – simultaneamente montagem e ação, ativação e moldura de dramas” (SOARES, 2021a, p. 222). Me pergunto aqui quais poderiam ser os possíveis dramas ativados por artistas pop a partir do fracasso: defeitos, vulnerabilidades, iniquidades?

Algumas pistas percebidas no capítulo anterior recaem justamente nos possíveis enquadramentos que são ativados pela noção de fracasso. Quais as figuras que se destacam na cultura digital? Quais as personalidades protagonizam a discussão em sites de redes sociais? À vista disto, me parece existir um grande apelo voltado ao fracasso das divas pop, não só devido à visibilidade que elas possuem na indústria do entretenimento, mas também pelos marcadores performáticos de identidade que evocam. Elas são sinônimo de notoriedade, mas também de corpo e de presença na memória midiática, aglutinando aspectos na ordem do social para o

debate. Ao entender como o fracasso interpela a diva, é necessário realizar uma clivagem no processo de análise para coletar vestígios, pistas, sinais que estão soltos no midiático e agrupá-los, montando, assim, roteiros possíveis.

Elenco três cantoras para ilustrar diferentes roteiros performáticos de falha, atestando que a régua do fracasso não é linear, mas, ao invés disso, viabiliza negociações plurais. Embora as artistas se enquadrem na categoria diva pop e apresentem uma evidente queda nas vendas de seus álbuns, assinalo distinções na maneira que elas agem perante o insucesso. As artistas que me interessam são Katy Perry, Mariah Carey e Christina Aguilera. Importante ressaltar que escolho essas cantoras por dois motivos principais:

O primeiro diz respeito ao significativo declínio comercial que elas apresentaram. De acordo com dados da Billboard, depois de momentos de picos em três gerações diferentes, os desempenhos comerciais das cantoras demonstraram um comportamento de queda constante, conforme visto na tabela abaixo que agrupa as vendas de seus álbuns por décadas³⁴. Classifico como proveitoso observar cantoras com periodicidades distintas de carreira, colocando em pauta o tempo de convívio com a ideia de fracasso.

Quadro 2 – Vendas de álbuns de Mariah Carey, Christina Aguilera e Katy Perry por década

	Mariah Carey	Christina Aguilera	Katy Perry
Década de 1990	33.475.000	9.220.000	0
Década de 2000	9.125.000	6.120.000	1.730.000
Década de 2010	170.000	735.000	5.151.000
Década de 2020	0	0	67.000

Fonte: organizado pelo autor mediante dados da Billboard

O segundo motivo se refere a incorporação do fracasso na gestão de carreira dessas artistas. Percebo que na tentativa de continuarem presentes no mercado musical, há uma negociação com o status de insucesso que nem sempre vem “declarada”, mas se descortina nas ações movidas por fãs nos sites de redes sociais e nas decisões estratégicas tomadas pelas cantoras. Agora limitadas em certas zonas midiáticas “menores”, elas não conseguem mais alcançar o topo das paradas, recorrendo a lançamentos esporádicos de *singles* avulsos ou álbuns cujo esforço promocional é mais sutil, bem como a substituição de turnês mundiais em estádios

³⁴ Só foram contabilizados álbuns solos das artistas de acordo com a década em que foram lançados, excluindo vendas retroativas, bem como coletâneas, relançamentos e edições especiais. Katy Perry aparece com zero na década de 1990 porque seu primeiro álbum é de 2008. Mariah Carey e Christina Aguilera aparecem com zero na década de 2020 porque até o fechamento desta pesquisa não chegaram a lançar nenhum novo álbum.

para shows de capacidade reduzida, como residências de shows em Las Vegas. Os fãs também exercem um papel importante ao criarem campanhas digitais em torno de álbuns “flopados”, visando reconstruir a suposta desvalorização atribuída às baixas vendas. As mobilizações digitais costumam vir acompanhadas de *hashtags* e imperativos, povoando os debates online e remodelando o imaginário das artistas na cultura pop.

Uma parte do fracasso de Katy Perry já foi exposto nessa dissertação, mas acredito ser pertinente relocar a perspectiva para a maneira como ela “deliberadamente” assume esse status ao dizer que é uma cantora “flopada”, na tentativa de reivindicar classificações. Aguilera, por sua vez, parece ser mais combativa ao descreditar as avaliações negativas de alguns de seus trabalhos, chamando-os de “incompreendidos”. Apesar da forte campanha *#JusticeForBionic*, referente ao seu quarto álbum lançado em 2010, a cantora nunca chegou a apoiá-la diretamente. Já Carey me parece apostar na celebração da sua carreira, evocando frequentemente momentos nostálgicos em apoio a campanha *#JusticeForGlitter*, álbum especial lançado em 2001 que serve para trilha sonora do filme *Glitter*.

Um movimento inicial para se aproximar dessas artistas musicais é relembrar a agenda comercial que guia suas carreiras. Por conseguinte, o fracasso não será lido como intencionalidade, mas como uma ocasião indesejada suscetível a correções. Cabe perceber quais as ações desenvolvidas para repará-lo, bem como a postura e o posicionamento adotados. Ressalto aqui as heranças que os patamares de sucesso deixaram nas indústrias da cultura, nas quais a velocidade de produção parece superar o ritmo de consumo (LIPOVETSKY, 2007). Cada vez mais apresentam-se metas inalcançáveis para a manutenção do que seria um artista bem-sucedido, implicando um gesto de constante superação de trabalhos anteriores, um ciclo que demanda que um álbum seja obrigatoriamente mais rentável que o outro. A história nos atesta que, a longo prazo, não se pode manter uma carreira intacta e inabalada, especialmente em um gênero musical que se propõe a ser universal, mas que se ampara na cultura jovem do seu tempo (SHUKER, 1999), apta a reinvenções em graus mercadológicos e culturais com altos níveis de descartabilidade e constantes entradas e saídas de personagens.

Tal cenário infere no exame de quais cobranças seriam depositadas nas artistas que analiso, sendo considerável entender a trajetória de cantoras na indústria musical e o que delas é exigido. Mariana Lins (2017), ao comentar sobre o envelhecimento de Madonna na lógica do *star system* (MORIN, 1989), observa atributos para a entrada, não necessariamente exitosa, de artistas femininas no *mainstream*, sendo eles: beleza excepcional, anseio de alta exposição e o constante uso do corpo e de narrativas pessoais como promoção. A autora, baseada nos estudos

de Kristin Lieb (2013), discorre como estes atributos influenciam nas etapas do ciclo de vida da *popstar*, demarcando dois momentos inaugurais e decisivos³⁵:

(...) logo no início, o modelo de “boa moça” (*good girl*) é o mais aplicado, inclusive por causa da pouca idade em que normalmente se dá a entrada no pop – na infância ou adolescência, em grande parte das vezes. A fase seguinte é a da “mulher sedutora” (*temptress*), na qual o corpo e a sensualidade da artista são rentabilizados ao máximo, já que muitas não terão a chance de seguir adiante para o próximo estágio (LIEB, 2013 apud LINS, 2017, p. 52).

Percebe-se que desde o começo de suas carreiras, é requisitado que as mulheres atendam a algumas expectativas comportamentais que elucidam uma consciência do seu prazo de validade no mundo da música. Com o período de visibilidade mais curto, em comparação a homens, estereótipos e padronizações imagéticas são as embalagens escolhidas por muitas artistas para garantir chances competitivas no mercado, mesmo que eventuais tentativas de subversão sejam apresentadas durante o percurso. Afinal, estas ditas embalagens não são só decisões estratégicas, tendo em mente que as carreiras musicais são investimentos de alto risco, mas são também expectativas sociais que nos movem enquanto indivíduos.

A cantora pop Taylor Swift, no seu documentário “Miss Americana” para a Netflix em 2019, comenta sobre a chegada dos seus 30 anos e como essa idade denota um ponto de virada na carreira de artistas: “Vivemos em uma sociedade em que as mulheres no entretenimento são descartadas em um cemitério de elefantes aos 35 anos. Eu estou chegando aos 30, então eu quero trabalhar duro enquanto a sociedade ainda me tolera fazendo sucesso” (MISS AMERICANA, 2019, online, tradução nossa)³⁶. Em termos comerciais, esse marco etário pode ser atestado nas paradas musicais da Billboard ao visualizarmos que a canção *Cheap Thrills*, lançada em 2016 pela cantora pop australiana Sia, que possuía 41 anos de idade, a consolidou como a primeira mulher com mais de 40 anos a ter uma música no topo do Hot 100 desde o ano 2000, quando Madonna, na época com 42 anos, emplacou *Music*. Foi necessário mais de uma década, 16 anos, para que uma outra cantora ocupasse o pódio dos *charts*. Três anos depois, em

³⁵ Após essas duas etapas, mais desdobramentos são sugeridos para preservar a permanência de cantoras pop, como a mudança ou abandono de carreira (*change of focus*), o refinamento de suas habilidades artísticas para ser considerada a melhor do gênero (*diva*) e a autodestruição documentada pela mídia (*hot mess*). Em uma etapa mais avançada, também é sugerido que as cantoras podem proteger seu status em uma espécie de autoexílio (*self-imposed exile*) ou viverem caricaturas de si mesmas, virando, por exemplo, ícones gays (*gay icon*). Para mais informações sobre todos os arquétipos, ver: LIEB, Kristin. **Gender, Branding, and the Modern Music Industry**: The Social Construction of Female Popular Music Stars. Nova York: Routledge, 2013.

³⁶ Do original: *We do exist in this society where women in entertainment are discarded in an elephant graveyard by the time they're 35. As I'm reaching 30, I'm like, I want to work really hard while society is still tolerating me being successful.*

2019, Mariah Carey supera Sia com a música *All I Want For Christmas Is You* que alcançou o número #1 quando a cantora tinha 49 anos, repetindo o feito também em 2020 e 2021. Vale ressaltar que a canção possui uma dinâmica específica por estar atrelada à data comemorativa do Natal: lançada oficialmente em 1994, ela foi redescoberta pela internet³⁷ e só aparece nas paradas durante o fim do ano por cerca de uma a duas semanas, se transformando em uma espécie de cânone musical natalino.

Tanto Madonna, Sia, Taylor Swift e as três cantoras³⁸ que separei para análise neste capítulo dividem não só o fato de serem mulheres, mas de serem lidas como mulheres brancas. A branquitude é outra fronteira, além do gênero, que comporta estigmas, só que nesse caso aliada a uma pertença étnico-racial que “se estabelece, ao mesmo tempo, como norma e identidade neutra” (SOARES; TENÓRIO, 2020, p. 26). A neutralidade indicada transmite uma certa noção de transparência, garantindo vantagens materiais e simbólicas a estas cantoras em detrimento de outras não-brancas. Seus dilemas, imbróglis e fracassos se destacam e são visibilizados com muito mais frequência na mídia, assegurando inclusive oportunos momentos de empatia e identificação, uma vez que a raça branca é muitas vezes associada à “raça humana”, o que carrega uma homogeneidade nos sentidos dos produtos culturais. Há uma posição de poder privilegiada de cantoras femininas brancas quando falham, possibilitando que seu insucesso seja não só visto, como revisto, enquanto outras cantoras caem no ostracismo e esquecimento, perdendo esta chance de disputa. Janet Jackson e Ciara, duas artistas negras, possuem episódios que muito se assemelham às trajetórias de outras colegas de carreira³⁹, mas

³⁷ No fim do ano observa-se uma antecipação fomentada pela cultura digital em torno da música. No fórum BCharts, um tópico de dezembro de 2021 discute o sucesso da canção e demarca o uso de variados memes. Mariah é chamada de “Rainha do Natal”, “Mamãe Noel” e em tom humorístico é dito que esta canção seria o seu “13º salário” garantido todo ano. Disponível em: <https://bcharts.com.br/t/hot-100-25-12-all-i-want-for-christmas-is-you-6x-1/188805/5>. Acesso em: 27 jan. 2022.

³⁸ Cabe abrir um breve parêntese sobre Mariah Carey. Durante sua carreira, inclusive em sua autobiografia lançada em 2020 (*The Meaning of Mariah Carey*), a cantora diz se identificar como biracial devido a ser filha de uma mãe branca com descendência irlandesa e de um pai negro com descendência venezuelana. Nos Estados Unidos, esse tipo de reconhecimento racial é recorrente e costuma desafiar fenótipos, uma vez que após o período de escravidão, os afro-americanos passaram a ser identificados socialmente apenas como negros, independente da sua cor de pele, enquanto em outros países, como o Brasil, a autoconsciência racial se tornou mais complexa. Não é o objetivo desta pesquisa colocar em xeque a negritude de Carey, por isso nos referimos a ela como uma cantora que é “lida como branca”, pois em uma visão midiática ampla, reconhecemos que há um embranquecimento da sua imagem.

³⁹ Janet Jackson já somava vendas que ultrapassavam a casa dos 26 milhões em solo estadunidense com os álbuns *Janet Jackson's Rhythm Nation 1814* (1989), *janet.* (1993), *The Velvet Rope* (1997) e *All For You* (2001). Ciara, com seus dois primeiros álbuns, *Goodies* (2004) e *Ciara: The Evolution* (2006), teve uma estreia marcante que totalizava em cerca de um pouco mais de 4 milhões de cópias comercializadas. Após exibir um de seus seios no Halftime Show do Superbowl de 2003, as vendas de Jackson caíram drasticamente. Já Ciara, após o álbum *Fantasy Ride* (2009), nunca mais conseguiu atingir o patamar milionário de seus trabalhos anteriores. Se compararmos as artistas com contemporâneas de cada época tal qual Madonna e Britney Spears, que também passaram por oscilações de vendas e dramas públicos midiáticos ao longo dos anos, é possível perceber que Janet e Ciara não tiveram oportunidades de se reposicionarem na grande mídia, sendo penalizadas *ad aeternum*.

seus nomes não costumam encabeçar os debates quando o assunto surge, excluindo-as de narrativas midiáticas de grande circulação e provocando conversações apenas com os consumidores mais atentos. Desse modo, parece que o fracasso de artistas não-brancas está sujeito a ser enquadrado como algo mais definitivo e duradouro. Como o modelo de fracasso espetacularizado que venho retratando aqui implica um olhar detido às figuras que aparecem em primeiro plano, trago cantoras que ocupam papéis de notabilidade e, consequentemente, de privilégio, dois horizontes que precisam ser apontados e problematizados.

Em suma, colocando em paridade as metas inalcançáveis, codificadas nas demandas mercadológicas as quais artistas são submetidas, percebo que elas decorrem, na verdade, de um requisito social que antecede a sua imagem enquanto profissionais ou *entertainers*. Elas são vistas sob perspectivas etárias, generificadas e racializadas, com papéis sociais e condutas pré-estabelecidas, cujos níveis de patrulha midiática costumam estar sempre em alerta. Com uma durabilidade, em teoria, reduzida, a permissividade das mulheres é limitada e os seus “erros” ou “desvios”, quando acontecem, se sobressaem. O fracasso revela um lado perverso que habita o pop, carregado de vigilâncias e punições assimétricas.

A cultura digital, mais uma vez, se apresenta como uma vitrine interessante na observação desses empreendimentos por conseguir armazenar uma vasta quantidade de conteúdo. Mesmo que alguns materiais não sejam criados exclusivamente para a internet, é possível ter acesso a eles por meio dela. Agora, disponho de uma análise de roteiros performáticos de Katy Perry, Christina Aguilera e Mariah Carey, encarando os rumos que o insucesso de divas pop pode seguir. Investigo arquivos encontrados no digital que podem ser lidos como vestígios destes roteiros, que quando associados às narrativas de álbuns fracassados, revelam novos desdobramentos interpretativos.

4.1.1 Katy Perry e o roteiro de reconhecimento

*You might see a cliff, but I see a way to fly
Flipping off the flop, now I just enjoy the ride
Just enjoy the world, yeah, I just enjoy the ride
Katy Perry – Not the End of the World (2020)*

Katy Perry conheceu o estrelato em 2008 com o seu disco de estreia *One of the Boys*. Surgindo pouco antes dos anos 2010, Perry vendeu mais de 1.7 milhões de cópias em solo estadunidense e colocou 4 canções no Top 10 da Hot 100, incluindo *I Kissed a Girl* que ficou em primeiro lugar. Foi com o seu segundo álbum, porém, que o retorno comercial se mostrou

mais expressivo. *Teenage Dream* foi lançado em 2010, vendendo cerca de 3 milhões de cópias e colocando 5 canções no primeiro lugar da Hot 100, feito que anteriormente só foi alcançado por Michael Jackson no álbum *Bad* de 1987. Rapidamente o *Teenage Dream* se tornou um dos álbuns mais vendidos da década de 2010 ao redor do mundo, ocupando o terceiro lugar com 18 milhões de cópias, atrás de 21 e 25 da britânica Adele. No disco seguinte, *PRISM*, em 2013, proezas similares foram realizadas com mais de 2 milhões de cópias comercializadas em território norte-americano e 5 *singles* no Top 20 da Hot 100, em que dois deles atingiram a primeira posição: *Roar* e *Dark Horse*, cujos videocliques lançados no Youtube se configuram na primeira e terceira posição dos mais vistos dentre os vídeos de artistas femininas na plataforma, com respectivamente mais de 3.237 bilhões e 2.935 bilhões de visualizações. *Dark Horse* se consolidou como a música de Perry que passou mais semanas nas paradas musicais, elegível por 57 semanas.

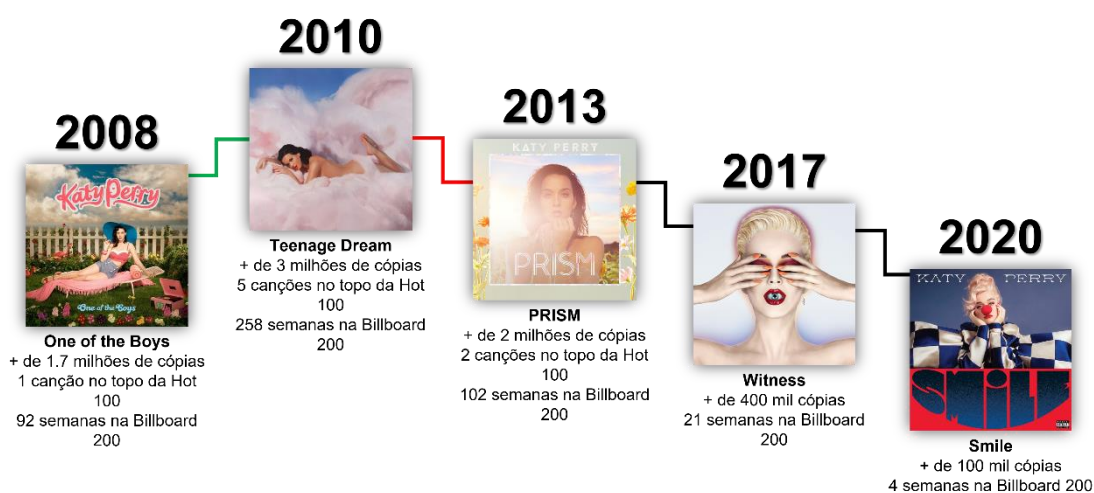
Ainda que se tenha notado uma queda de vendas do *Teenage Dream* para o *PRISM*, as conquistas de ambos os materiais fonográficos cancelaram Katy Perry como uma figura de sucesso massivo com conquistas comerciais diversas entre vendas totais e fôlego competitivo. O cenário começa a mudar, no entanto, a partir do lançamento de *Witness* em 2017. Pela primeira vez, Katy não consegue colocar nenhuma música no topo das paradas musicais, com *Chained to Rhythm* tendo o melhor desempenho na quarta posição, enquanto dois outros *singles* ficam no Top 60. Além disso, o álbum não atinge a cobiçada marca de platina nos Estados Unidos (1 milhão de cópias vendidas), vendendo em torno de 400 mil cópias. Apesar de ter estreado no primeiro lugar (180 mil cópias-equivalentes), o álbum teve uma queda de cerca de 85% na segunda semana (28 mil cópias-equivalentes), indo para a décima terceira posição. Após 21 semanas, o disco deixa de ser contabilizado na Billboard 200, *chart* voltado a popularidade de álbuns. Três anos depois, *Smile* é lançado e os números de Perry declinam ainda mais. Tendo 100 mil cópias vendidas, a única música⁴⁰ do disco a entrar nas paradas é *Daisies*, ficando no quadragésimo lugar na Hot 100. *Smile* se torna o trabalho de Katy que passa menos tempo elegível, saindo das paradas após somente 4 semanas.

Compilo todos os dados acima, retirados do site da Billboard, em um esquema (Quadro 3) que agrupa cronologicamente os álbuns de Katy Perry, destacando também a quantidade de vendas totais nos Estados Unidos, quantas semanas passaram elegíveis e quais canções atingiram o topo das paradas musicais. Com um período de atividade de 14 anos de carreira e 5 discos lançados, é possível ter uma dimensão da ascensão da cantora e o momento em que

⁴⁰ *Never Really Over* consegue alcançar a décima quinta posição, contudo a música foi lançada como *single* autônomo em 2019, sendo posteriormente inserida no álbum.

ocorre um declive considerável. As linhas verdes representam guinadas comerciais, enquanto as vermelhas anunciam quedas. Já as linhas pretas sinalizam continuidade dos estágios anteriores. Não necessariamente as guinadas e quedas simbolizam mudanças drásticas, mas nos ajudam a visualizar e comparar diferentes ritmos e gradações comerciais que são elementos que respaldam a existência da ideia de fracasso.

Quadro 3 – Esquema de vendas de álbuns de Katy Perry



Fonte: elaboração do autor

A partir do baixo desempenho de *Witness*, Katy se tornou, desde 2018, jurada fixa da competição musical *American Idol*, denotando uma renegociação de espaço midiático, uma espécie de intercâmbio entre zonas do entretenimento comumente adotado por artistas que começam a ter menos popularidade. No fim de 2021, a artista também começa sua residência de show em Las Vegas intitulada *Play* no complexo Resort World, com 16 shows agendados. Apesar de procurar se readequar no *business* fonográfico, Perry adota um comportamento até então inusitado ao abordar seu fracasso em entrevistas, assumindo, de uma certa maneira, uma postura de reconhecimento sobre ele. Uma evidência pode ser vista na entrevista concedida ao programa *The Project*⁴¹, enquanto a cantora estava em turnê na Austrália para promover o álbum *Witness* ainda em 2018. Ao ser perguntada sobre como foi a experiência com o material e a recepção pelo público, Katy comenta que esperava um resultado diferente devido a tudo que é investido na produção de um álbum: tempo, emoção e dinheiro. Ela também diz que estava acostumada a um tipo de sucesso explosivo e “fora deste mundo” e embora tenha conseguido

⁴¹ Entrevista disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=zBLV-XbsUKo&ab_channel=MaxLegendas. Acesso em: 21 jan. 2022.

colocá-lo na primeira posição, percebeu que a sua repercussão não se equiparava a trabalhos anteriores.

Ao resolver se posicionar desta forma, identifico que a cantora parece querer recuperar o controle narrativo acerca do seu próprio fracasso, depositando novos sentidos a ele. Inicia-se a construção de um roteiro performático midiático que procura lapidar a falha, assumindo para si algumas responsabilidades, ao passo que mantém rotas de fuga familiares. Katy expõe as preocupações comerciais que rondam e vigiam produtos culturais, ao falar do retorno financeiro como uma máxima do seu ofício, mas também rememora e coloca em parênteses o seu sucesso anterior, como se fosse um feito excepcional, um outro contexto a ser levado em consideração. Por mais que o fracasso apareça e seja reconhecido, a artista também reforça que seu álbum havia atingido o topo das paradas em um dado momento, indicando que há na sua teatralidade um apoio em pilares tradicionais do que entendemos por sucesso, como a chegada no topo dos *charts*.

O jogo performático de Katy segue se desenhando e em demais entrevistas há o resgate do tema diversas vezes. Para a revista *Vogue Australia*⁴² a cantora volta a comentar sobre as altas expectativas criadas em cima do álbum e menciona que teve crises de depressão por causa da reação pública, chegando a passar um período em um retiro espiritual. Para a revista *Glamour*⁴³ ela mantém a conversação sobre validação externa, mas mesmo sem ter sido perguntada especificamente sobre o fracasso de *Witness*, Katy fala sobre como este momento foi essencial para reconectá-la com o que “realmente importa”, uma vez que ela já havia chegado no ápice enquanto profissional. Para o site *Parade*⁴⁴, Perry reflete sobre sua carreira de mais de uma década e diz estar sempre aprendendo, pois depois de ter alcançado os lugares mais altos, não dá para acertar o alvo todas as vezes.

As lógicas de mercado potencializam uma nova camada performática ligada à biografia da artista, transformando a falha em uma oportunidade para desenvolver seu o crescimento pessoal, agora que ela já havia atingido o apogeu enquanto cantora. O fracasso seria um momento turbulento que abre espaço para superação ou renovação em níveis introspectivos, permitindo acessar uma ideia de autenticidade respaldada em enredos humanizados que priorizam a “pessoa” por trás da “artista”. A “pessoa” se frustra, se entristece e até sofre com

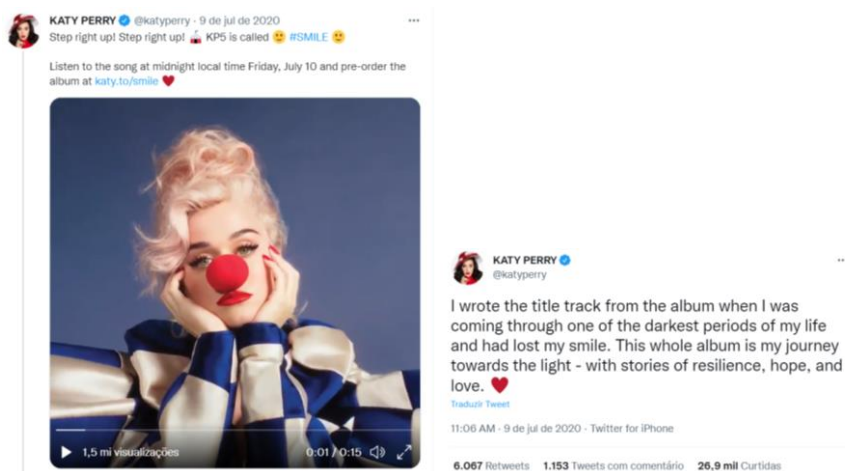
⁴² Disponível em: <https://www.vogue.com.au/celebrity/interviews/katy-perry-on-her-career-meeting-the-pope-and-protecting-her-relationship-with-orlando-bloom/news-story/4117bf5a899d32ce92fffc44f8f50c5b>. Acesso em: 21 jan. 2022.

⁴³ Disponível em: <https://www.glamour.com/story/katy-perry-march-2018-cover-story>. Acesso em: 21 jan. 2022.

⁴⁴ Disponível em: <https://portalpopline.com.br/em-nova-entrevista-katy-perry-fala-sobre-como-ela-lida-com-o-fracasso/>. Acesso em: 21 jan. 2022.

trecho da canção *Not the End of the World* (“não é o fim do mundo” em tradução livre): “ignorando o fracasso, agora eu só aproveito a viagem”⁴⁵.

Figura 13 – Postagem de Katy Perry sobre o conceito do álbum *Smile*



Fonte: Twitter

Como mencionado, a partir da era *Witness*, Katy Perry começa a ser reposicionada enquanto uma cantora *flopada*. Não por acaso, o álbum em questão demarcou uma mudança artística na sua trajetória, anunciada por ela, durante uma entrevista na edição de 2017 do Grammy⁴⁶, como uma era de “pop com propósito”. Despontando no final dos anos 2000 e início de 2010, e diferente das identidades *freak* (excêntrica, esquisita, monstruosa) de Lady Gaga ou *outrageous* (rebelde, provocativa, ousada) de Rihanna, – duas outras cantoras pop que começaram a ter sucesso comercial na mesma época – Katy sempre se afiliou a apostas alegóricas e coloridas nas suas apresentações e videoclipes, bem como nas temáticas de seus discos que retratavam o escapismo, a diversão e a celebração. O tom um tanto “infantilizado”, mas também satírico da cantora, ganhou uma nova roupagem quando *Witness* se propunha a debater assuntos como política, feminismo e críticas sociais, ainda que Katy promettesse preencher a sua conhecida estética visual e sonora com um conteúdo mais “sério”.

O que atravessa Katy e muitas outras divas pop nas maneiras pelas quais elas se expressam é o *camp* (SONTAG, 1987), uma das configurações da sensibilidade moderna que pode ser entendido como um tipo de esteticismo que privilegia o artificial e o hiperbólico, transformando o sério em frívolo e privilegiando a forma sobre o conteúdo. Nas palavras de

⁴⁵ Do original: *flipping off the flop, now I just enjoy the ride*.

⁴⁶ Entrevista concedida para o ExtraTV durante o tapete vermelho da cerimônia. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=e4-0iLVVes>. Acesso em: 20 jan. 2022.

Sontag (1987, p. 319), o *camp* 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”. Importante lembrar que reside nesta sensibilidade uma autoconsciência dos recursos utilizados, já que mesmo que pessoas ou objetos sejam taxados como *camp*, isso não basta para classificá-los, pois essa sensibilidade/comportamento depende do contexto em que se manifesta, isto é, a coisa não tem significado nela mesma, mas de acordo com as relações na qual se insere.

O *camp* de Perry aparece exagerado e caricatural como na era *Teenage Dream*, em que no videoclipe de *California Gurls* (Figura 14) e na turnê *California Dreams* (Figura 15) ela remodela e parodiza sua silhueta feminina, colocando doces em seus seios e usando diversas alegorias ligadas à confeitaria.

Figuras 14 e 15 – Frame do videoclipe de *California Gurls* e do registro da turnê *California Dreams*



Fonte: Youtube

Na era *Witness*, por sua vez, ainda há presença do *camp*, mesmo que haja uma preocupação de polimento e sobriedade. No videoclipe de *Chained to the Rhythm* (Figura 16), ambientando em um parque de diversões em que cada atração se relaciona a um problema social, Katy canta sobre o alienamento e a necessidade de “se desacorrentar” dele. Quando a canção foi performada no Grammy Awards, Perry e Skip Marley, que colabora com a cantora na música, estão em um palco que simula uma casa cheia de cercas que se movimentam e no final aparecem em frente à Constituição dos Estados Unidos com as cercas derrubadas (Figura 17); um manifesto em oposição às políticas segregacionistas para imigrantes de Donald Trump, na época o recém-eleito presidente do país.

Figuras 16 e 17 – Frame do videoclipe de *Chained to the Rhythm* e da performance da mesma música no Grammy Awards de 2017



Fonte: Youtube

O *camp* em *Smile* parece ser uma estratégia ainda explorada pela cantora na tentativa de alegorizar os períodos de tristeza que ela passou. A artificialidade e o exagero ressaltam a retomada do seu “sorriso” e nova fase da sua vida como a gravidez. Assim, embora o *camp* do *Teenage Dream* seja divertido, em *Witness* político e em *Smile* pessoal, há um senso alegórico que interpela essa tríade.

Figuras 18 e 19 – Frames do videoclipe de *Smile* e da performance no *Women’s Cricket World Cup Final*



Fonte: Youtube

A performance de Katy passa a trabalhar seus traços biográficos com um direcionamento cada vez mais íntimo. Para a revista *Narrow*⁴⁷, a cantora diz reconhecer seu

⁴⁷ Disponível em: <https://portalpopline.com.br/eu-reconheco-meu-completo-fracasso-diz-katy-perry/>. Acesso em: 21 jan. 2022.

próprio fracasso e como é importante falar da imperfeição no *showbiz*, um ato, que segundo ela, requer coragem. Ela recorda seus problemas emocionais como a depressão e diz que essa experiência a fez perceber quais são suas reais prioridades na vida, momento em que alia sua narrativa com o fato de estar grávida, sendo essa a sua primeira experiência como mãe. Em entrevista para Apple Music⁴⁸, Katy volta a tocar nos mesmos pontos, porém adiciona novos tensionamentos, como os papéis desempenhados pelas mulheres na indústria musical e as cobranças que elas enfrentam ao serem colocadas para competir umas contra as outras. A artista diz que as mulheres precisam se esforçar mais que os homens para atingir resultados mínimos e, portanto, precisam estar sempre no seu melhor. Katy também fala que espera que mais mulheres continuem triunfando e que sua filha experiencie um mundo diferente.

Fora o debate acerca da saúde mental, Katy procura encorpar sua narrativa com questionamentos sociais, apontando problemáticas estruturais de gênero. A prerrogativa da cantora amplia sua performance em torno do amadurecimento e da resiliência, mas acrescenta um enredo ativista, evidenciando que o fracasso também coloca uma lupa sobre assimetrias presentes na sociedade. O que poderia ser uma questão pessoal, se alarga para contemplar outras mulheres.

A maternidade levanta outra pauta interessante, uma vez que é uma das principais características, em termos de norma, associadas ao feminino. Ao trazer a gestação de sua filha, Daisy Dove, para a narrativa, Katy evoca outro olhar para sua figura, materializando esse novo estágio “próspero” da sua vida. A gravidez na música pop é uma temática que costuma agendar um ponto de virada na carreira de artistas, indicando o início de uma fase madura e distante do descompromisso, da “curtição”, do sexo e do prazer, aspectos ligados à jovialidade, logo, a época mais rentável das cantoras. Em todo o período de promoção de *Smile*, Katy fazia questão de mostrar que estava grávida, inclusive dando à luz dois dias antes do lançamento do álbum, em 26 de agosto de 2020. A gravidez de Perry foi revelada através do videoclipe de *Never Worn White* (Figura 20), música que está em algumas versões exclusivas do disco. Na canção, Katy faz uma homenagem ao marido, o ator Orlando Bloom, proclamando seu amor a ele e o desejo de “vestir branco e fazer direito”⁴⁹, em referência ao casamento. A gravidez não só suplementa os enredos biográficos de Perry na trajetória de amadurecimento enquanto mulher, como reencena roteiros tradicionais ligadas a ideia de matrimônio e família. Vemos uma Katy de longos cabelos loiros, mais podada, coberta de flores enquanto celebra a chegada de sua filha e declara toda sua devoção ao marido. No videoclipe de *Daisies* (Figura 21), primeiro *single*

⁴⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RGfdSfJMeEk>. Acesso em: 21 jan. 2022.

⁴⁹ Do original: ‘Cause I’ve never worn white. But I wanna get it right.

oficial de *Smile*, Perry aparece grávida mais uma vez, agora em comunhão com a natureza e com um visual mais limpo, ela canta sobre acreditar em si mesma e superar adversidades. Em seu Instagram (Figura 22), a artista divulga a capa da revista *People* em que aparece grávida e categoriza a maternidade como um “milagre” que a salvou e a inspirou em continuar fazendo música. A maternidade parece, então, legitimar a resiliência da cantora, ainda que em alguns momentos se apoie em uma certa ideia de tradicionalidade.

Figuras 20 e 21 – Frames dos vídeos de *Never Worn White* e *Daisies*



Fonte: Youtube

Figura 22 – Postagem de Katy Perry no Instagram



Fonte: Instagram

O empenho performático de Katy em documentar e explicar sua vida se desdobra na espetacularização dos sujeitos, um reflexo do espírito do tempo contemporâneo, em que se objetiva apresentar a intimidade exteriorizada. Segundo Sibilía (2015), as ferramentas digitais permitem a construção de visibilidades midiáticas que aglutinam uma autenticidade tida como genuína, pois “tanto esse desejo como essa demanda de autotransparência assumem que há um *ser* e uma *verdade* ‘dentro’ de cada um de nós” (SIBILIA, 2015, p. 358, grifos da autora). Katy Perry, por ser uma celebridade, potencializa essas negociações, garantindo um estado de veracidade e coerência a sua narrativa altamente visibilizada. O que se torna mais latente para

Sibilia (2015), entretanto, não é necessariamente revelar a verdade enquanto essência, mas a habilidade dos indivíduos de aparentarem e mostrarem “aquilo que eles estão *sendo*” (SIBILIA, 2015, p. 363, grifo da autora), isto é, a sua performance. Ao se reafirmar enquanto mulher, ressaltando dentre outras coisas as desigualdades de gênero, sua gravidez e seu fracasso, em videoclipes, entrevistas, fotografias, canções, postagens e demais suportes midiáticos, Katy sugere uma criação de si através da exposição e invenção de um corpo e uma subjetividade reais.

O roteiro performático de reconhecimento em Katy Perry busca borrar as linhas entre o artístico e o privado. Seu fracasso garante que a cantora explore novos conteúdos criativos, de maneira autorreferencial, ao passo que catapulta o que seria seu amadurecimento. A biografia de Perry é rascunhada midiaticamente na tentativa de emoldurar uma consciência acerca dos seus momentos de falha, mas ressignificando-os como oportunidades para a evolução pessoal e para estágios inusitados da sua vida. A condição feminina, sua gravidez e o casamento são, assim, pontos-chave para o entender como se delineia a sua autenticidade mediante o fracasso.

4.1.2 Christina Aguilera e o roteiro de justiça

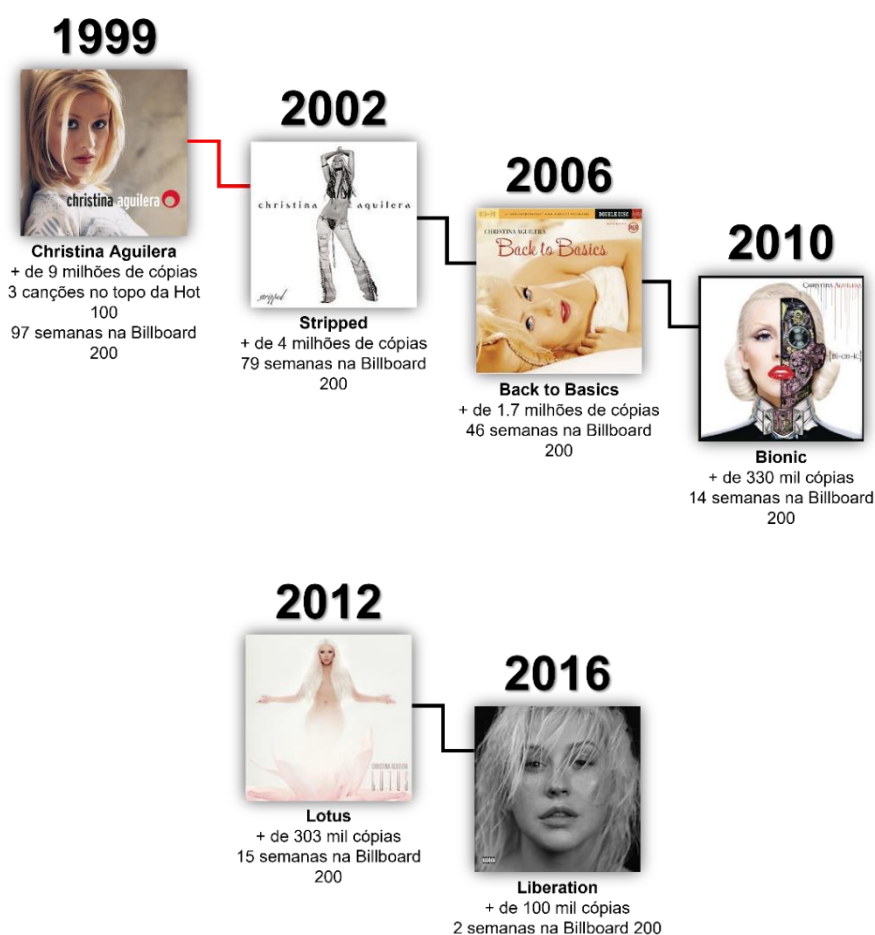
*Many times imitated, not duplicated, can't be replaced
Now lemme spell it out, everybody come shout my name
Christina Aguilera – Bionic (2010)*

Em comparação a Katy Perry, que teve um crescimento visível nos seus três álbuns iniciais, Christina Aguilera apresenta uma projeção mais literal de queda logo após a sua estreia. Enquanto o seu primeiro disco, que leva o nome da cantora, lançado em 1999, vendeu mais de 9 milhões de cópias e colocou 3 canções no topo da Hot 100, *Stripped*, de 2002, vendeu próximo da metade com cerca de 4 milhões. Todavia, os números nem sempre representam um status alarmante de fracasso, pois tanto *Stripped* como seu sucessor, *Back to Basics*, lançado em 2006, possibilitaram que Aguilera conseguisse angariar vantagens comerciais, ainda que ambos não fossem sucessos estrondosos. *Beautiful*, o *single* mais bem-sucedido de *Stripped*, atingiu a segunda posição da Hot 100 e foi uma das músicas solos da cantora que ficou mais semanas elegível nas paradas (27). A canção inclusive levou o prêmio de Melhor Performance Feminina Pop no Grammy de 2004. Os *singles Candyman*, *Ain't No Other Man* e *Hurt*, do álbum *Back to Basics*, tiveram uma constância de em média 20 semanas cada no Top 25 da Hot 100. Aguilera também leva o prêmio Melhor Performance Feminina Pop do Grammy de 2007 com

Ain't No Other Man e a série de shows de apoio do álbum, *Back to Basics Tour*, se tornou a sua turnê mais lucrativa, arrecadando cerca de 90 milhões de dólares.

Mesmo que não gerasse vendas exorbitantes e emplacasse vários *singles* no topo das paradas, Aguilera se tornou uma marca circulante na indústria. No esquema abaixo (Quadro 4), compilo os dados retirados do site da Billboard discutidos acima e organizo todos os álbuns de Aguilera em uma perspectiva de vendas, denotando a quantidade de unidades comercializadas em solo estadunidense, quantas canções alcançaram o topo da Hot 100 e quantas semanas passaram elegíveis na Billboard 200. A linha vermelha denota o momento de queda quantitativa e a preta a continuação do estágio anterior.

Quadro 4 – Esquema de vendas de álbuns de Christina Aguilera



Fonte: elaboração do autor

Apesar de Aguilera já vir demonstrando um desempenho mais baixo, sem muitas guinadas, mas ainda assim proveitoso, a condição de fracasso só vai aparecer com mais força no álbum *Bionic* de 2010. O álbum não chegou à marca de platina (1 milhão de vendas) e seus

três *singles* não foram bem recebidos, respectivamente *Not Myself Tonight*, *Woohoo* e *You Lost Me*. O primeiro deles teve o melhor alcance, atingindo a vigésima terceira posição, o segundo ficou na septuagésima nona e o terceiro não teve vendas suficientes para se tornar elegível para o Hot 100. Com o cancelamento da turnê planejada para o álbum, muitas críticas negativas endossaram o seu fracasso, como a lista de piores discos do ano da revista *Weekly Entertainment*⁵⁰ que chamou o material de decepcionante e uma tentativa desesperada de se igualar a nomes populares da época, tal qual Lady Gaga. Aliás, as comparações entre Aguilera e Gaga se tornaram muito recorrentes e incentivaram a criação de uma rivalidade fabulada entre fãs que foi inflada por diversos portais, como o blog de celebridades de Perez Hilton, que possuía muita relevância no começo dos anos 2010 e foi um dos primeiros a associar a imagem de Aguilera ao fracasso, chamando-a de *Floptina*. Posteriormente, em 2013, Perez alega que Lady Gaga havia sabotado o desempenho de *Bionic* de propósito⁵¹ e mais especulações passam a rondar os sites de redes sociais. Então, no mesmo ano, inicia-se uma mobilização online entre fãs chamada *#JusticeForBionic* (*#JustiçaParaBionic*), objetivando fazer com que o álbum alcançasse o topo do *iTunes* – uma das principais lojas online de música à época – três anos após o seu lançamento e no mesmo dia da estreia de *ARTPOP*, quarto disco de Lady Gaga. Sob o escrutínio da cultura da especulação que se ancora nas dinâmicas da cultura digital, a *hashtag* acabou se tornando uma espécie de chancela para obras tidas como “injustiçadas” na cultura pop, sendo reverberada em casos mais recentes como *#JusticeForGlory* de Britney Spears e *#JusticeForGlitter* de Mariah Carey (este último veremos mais adiante no próximo tópico).

Após *Bionic*, Christina lançou *Lotus* em 2012 e *Liberation* em 2016. Ambos os trabalhos sinalizaram uma queda maior em vendas, além de dividirem uma temática conceitual ligada à superação, com *Lotus* representando a persistência, por meio de uma analogia a flor do pântano (lótus) que sobrevive apesar das mais difíceis condições, e *Liberation* sobre o processo de libertação de qualquer anseio ou amarra. Assim, me parece que o fracasso de *Bionic* criou uma narrativa de carreira para Aguilera calcada em um incessante estado de resiliência.

Mediante o cenário posto, Aguilera procurou renegociar espaços midiáticos, participando de filmes como *Burlesque*, ao lado da veterana Cher, e se tornando jurada da competição musical *The Voice* por seis temporadas. Ela também teve uma residência de shows em Las Vegas chamada *The Xperience* (nome que vem de uma derivação do seu alter ego

⁵⁰ Disponível em: <https://www.idolator.com/5722442/entertainment-weekly-best-worst-album-single-2010?chrome=1&D2c=1&A1c=1>. Acesso em: 23 jan. 2022.

⁵¹ Disponível em: <https://www.portalitpop.com/2013/08/vnpdss-perez-hilton-acusa-gaga-de.html>. Acesso em: 25 jan. 2022.

“Xtina”) no Zappo’s Theater do cassino Planet Hollywood, com 24 shows distribuídos entre março de 2019 a março de 2020. Como Aguilera já possui mais de 20 anos de carreira e a ideia de fracasso na sua imagem foi formulada nos últimos 12 anos, em particular nos seus três últimos álbuns, ao invés de um álbum para o outro de caráter mais recente, como visto em Katy Perry, torna-se interessante analisar quais foram os empreendimentos performáticos adotados pela cantora nos dias atuais.

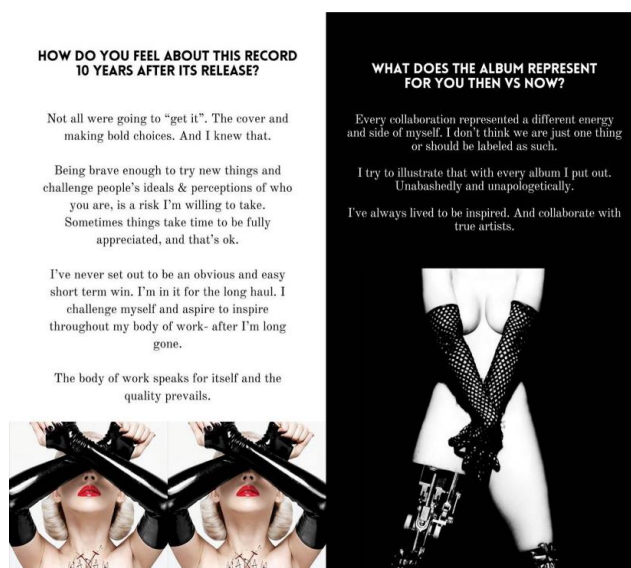
Na comemoração dos 10 anos de *Bionic* em 2020, Aguilera dedica uma semana inteira no mês de junho para fazer uma celebração digital. A cantora compartilha informações sobre bastidores, imagens inéditas de sessão de fotos que não foram usadas no encarte do álbum, novos produtos de *merchandise* disponíveis em sua loja oficial, produções artísticas de fãs e disponibiliza a música *Little Dreamer* nas plataformas de *streaming*, antes presente apenas em uma versão especial do disco no *iTunes*. Nos *stories* do Instagram ela promove um Q&A (*questions and answers*), uma prática nos sites de redes sociais de perguntas e respostas em que dúvidas são esclarecidas acerca de um tema, neste caso, sobre a era *Bionic*. As perguntas foram coletadas no Twitter e deveriam vir acompanhadas da *hashtag* #10YearsOfBionic (#10AnosDeBionic).

Dentre diversas curiosidades sobre o processo criativo de escolha das músicas e como se deu a colaboração com alguns produtores e compositores, Aguilera começa a consolidar algumas narrativas em torno da “injustiça” do álbum. Um dos únicos momentos em que a cantora havia falado abertamente sobre a repercussão do *Bionic* havia sido em 2012, durante a divulgação de *Lotus* em uma entrevista para a *Billboard*⁵². Na ocasião, Christina mencionou que se orgulhava do trabalho e acreditava que ele fora incompreendido por ser uma obra “a frente do seu tempo”.

Retomando essa mesma abordagem na celebração dos dez anos do álbum, há uma preocupação em sedimentar uma alteridade artística que muito se assemelha a noção de justiça levantada pelos fãs da artista, mas sob o filtro e critérios da cantora, conforme visto abaixo na Figura 23.

⁵² Disponível em: <https://www.billboard.com/music/music-news/christina-aguilera-billboard-cover-story-474983/>. Acesso em: 25 jan. 2022.

Figura 23 – Compilação de stories no Instagram de Christina Aguilera: 10 anos



Fonte: Instagram

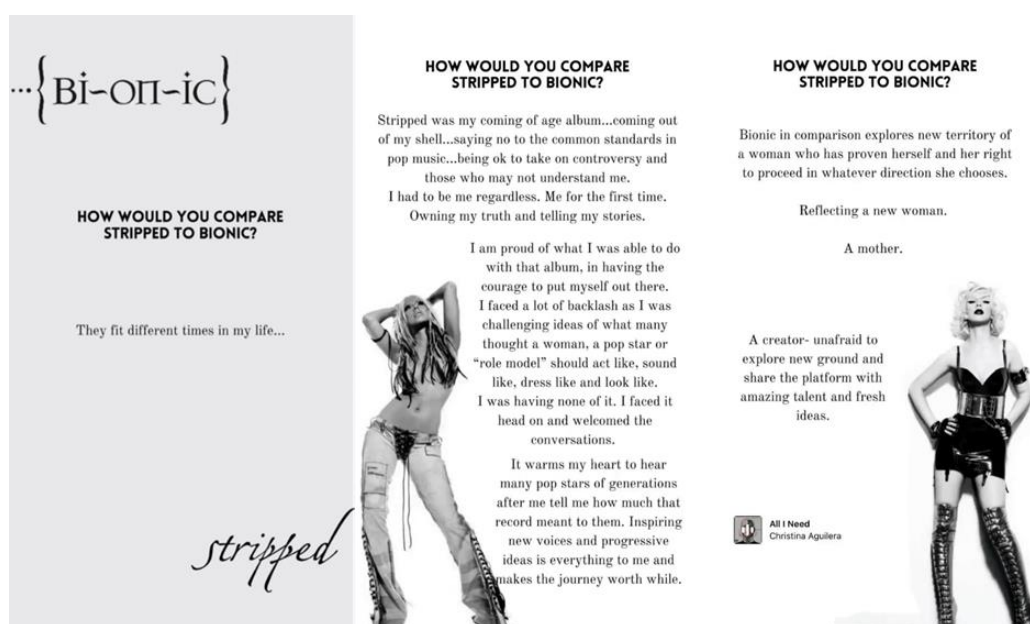
Na série de *stories* publicados por Christina Aguilera em seu *Instagram*, duas perguntas são feitas: 1. Como você se sente em relação a este disco 10 anos após o seu lançamento?; 2. O que este álbum representava para você antes e o que ele representa agora? Em relação a primeira pergunta, a cantora expressa que tinha plena consciência de que nem todos entenderiam o álbum, pois era um projeto arriscado e, segundo ela, algumas coisas levam tempo para serem devidamente apreciadas. Ela defende a qualidade do trabalho e diz que ele fala por si só. Na segunda pergunta, Aguilera fala como o disco retrata o seu caráter multifacetado enquanto artista e que isso é algo que ela carrega até hoje.

Logo, os argumentos de Aguilera criam uma camada performática preocupada em proteger e blindar seu trabalho por mérito e respaldo do tempo. A temporalidade, não à toa na comemoração dos dez anos de *Bionic*, é um recurso que ganha importância narrativa por ser capaz de moldar diferentes olhares com o passar dos anos, possibilitando outras percepções acerca, inclusive, das sensibilidades em torno do insucesso como sinônimo purista de demérito.

O fracasso não é endereçado diretamente pela cantora, sendo realocado na ordem da incompreensão ou subestimação da obra. Ele não chega a ser materializado de fato e a premissa comercial perde força, pois em seu lugar é colocada em evidência a subjetivação artística da artista, indicando que houve um mal aproveitamento do álbum, o que ultrapassaria as balizas mercadológicas.

Em uma comparação dos discos *Bionic* e *Stripped* (Figura 24) quando perguntada sobre como ambos se relacionam, Christina elucida o caráter arrojado e destemido da sua persona, acreditando que o primeiro seria uma progressão do segundo, em que a mulher que estava em processo de descoberta de si (*Stripped*) encontrou força para se expressar da maneira confiante, afirmativa e sem ressentimentos (*Bionic*). A condição da mulher é retrabalhada por Christina como estados de construção da sua autonomia e emancipação. Esse arranjo narrativo endossa a aura assertiva em torno do *Bionic*, funcionando como uma espécie de protecionismo que repele possíveis críticas externas à visão artística da cantora.

Figura 24 – Compilação de stories no Instagram de Christina Aguilera: *Stripped* e *Bionic*



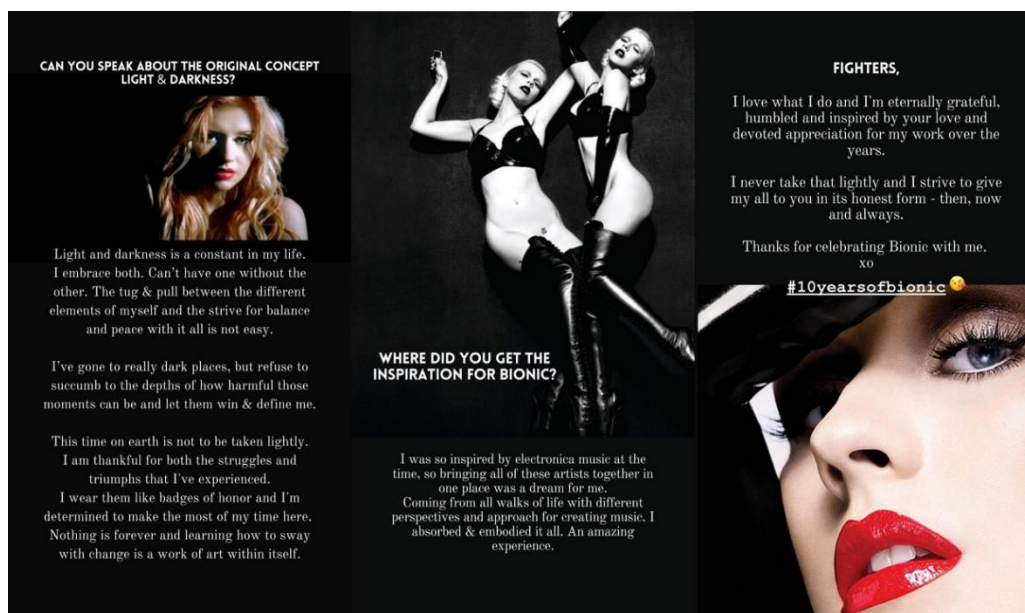
Fonte: Instagram

Importante notar que Christina fala que o álbum saiu quando ela havia se tornado mãe há pouco tempo. A maternidade é usada como potência desviante, porém diferente de Katy Perry, que negocia com um amadurecimento austero, há a emancipação de uma mulher mais autossuficiente, destemida e ousada que flerta com a rebeldia. Nas imagens promocionais do álbum reaproveitadas por Aguilera nos *stories*, percebemos que sua figura, à época, aparece despida ou usando roupas justas, sempre em posições provocantes.

O conceito de *Bionic* surge como outra pergunta e é, inclusive, defendido por Aguilera como o embate entre a luz e a escuridão em uma constante batalha de polos opostos (Figura 25). A coalisão da Christina mãe e vulnerável com a Christina sexy e confiante daria origem a Christina humana, um ser repleto de dualidades. Bastante inspirada na música eletrônica

alternativa que estava em ascensão e no estilo lascivo do *bondage*, a cantora define o álbum como uma ode ao futuro. A escolha por trabalhar com produtores e compositores que não estavam no *mainstream*⁵³ é outro ponto mencionado pela artista como uma decisão “original”. Todos esses elementos recuperados por Aguilera apoiam o caráter transgressor do álbum e complementariam sua performance em torno do potencial disruptivo da obra, que seria capaz de desafiar os limites de compreensão e subjetividade do tempo e dos estatutos da arte.

Figura 25 – Compilação de stories no Instagram de Christina Aguilera: Conceito



Fonte: Instagram

O roteiro performado pela cantora busca trazer uma legitimação que parece ter sido negada ao *Bionic*, obra responsável por mudar o curso da sua carreira. O senso de justiça construído nos termos de Aguilera tensiona a relação entre fracasso e qualidade, fragilizando suas disparidades. Embora os fãs tenham tentado iniciar uma campanha que compreenda por justiça a readequação do disco nas paradas musicais, querendo transformá-lo em um “sucesso” ao garantir seu “lugar de direito”, os gestos performáticos frisados por Aguilera levam a enxergá-lo como algo que deflete dessas noções. O álbum seria, para ela, imprevisível, errático, escorregadio, incapaz de uma definição e apreensão totais. O tom um tanto que narcisista levantado por Christina acaba criando uma zona performática segura e controlada em que ela detém a autoridade sobre a maneira que sua obra é enxergada e percebida. Dessa maneira,

⁵³ À época Sia e Nicki Minaj, que alcançaram o estrelato posteriormente, ainda não eram tão reconhecidas.

Aguilera nega, ou pelo menos tenta se afastar, da ideia de fracasso que orbita em torno de *Bionic*, reivindicando um “mau aproveitamento” do disco.

4.1.3 Mariah Carey e o roteiro de nostalgia

Reflections of your love have come to wither

I thought I'd done my best to memorize

Mariah Carey – *Reflections (Care Enough)* (2001)

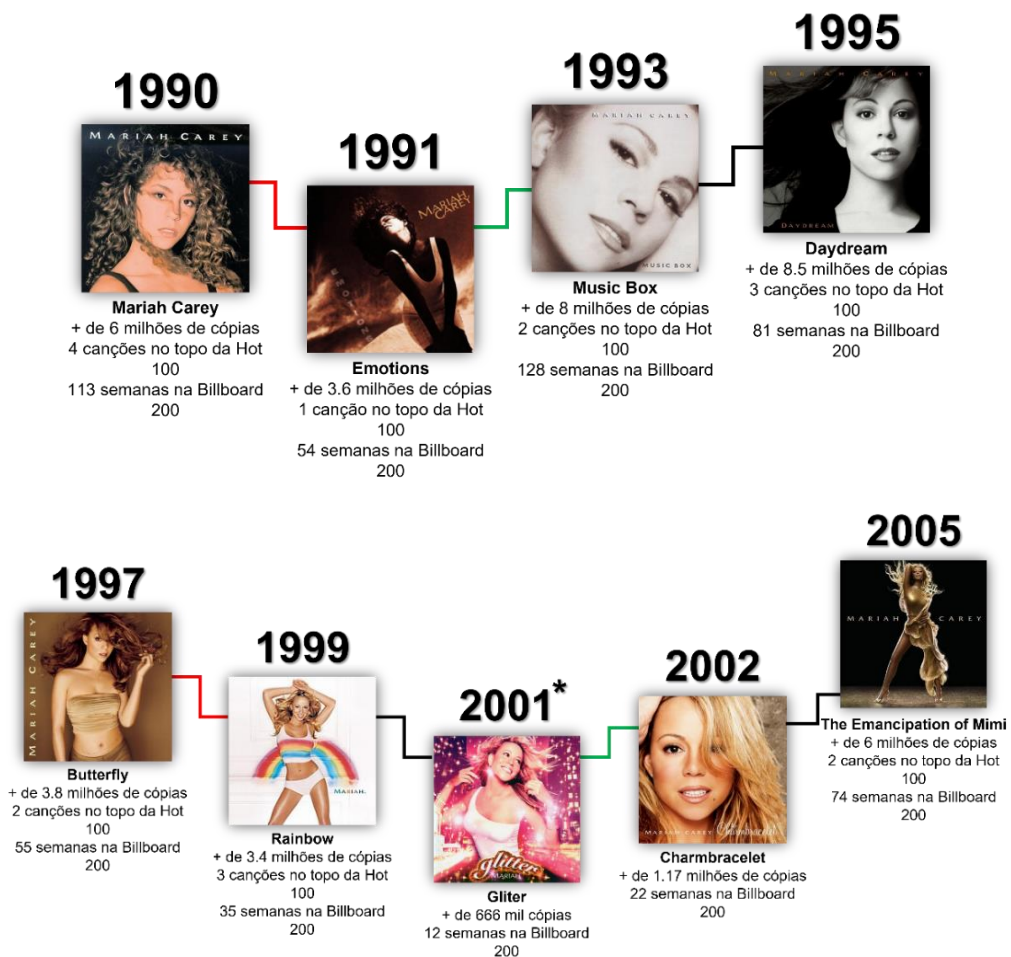
Mariah Carey surge com o álbum homônimo em 1990, do qual emplaca quatro canções no topo da *Hot 100* e vende mais de 6 milhões de cópias nos Estados Unidos. Seu maior reconhecimento, porém, vem com o quarto disco, *Daydream*, lançado cinco anos depois, que tem mais de 8.5 milhões de unidades comercializadas e três canções posicionadas no topo das paradas musicais, incluindo *Always Be My Baby* que se torna o *single* de Mariah que passou mais semanas elegível (32). Até o seu sexto álbum, *Rainbow*, de 1999, Carey sempre colocou pelo menos uma música liderando o *chart* da *Hot 100*, acumulando durante toda década de 1990 quinze canções que chegaram no primeiro lugar, entre *singles* solos e colaborações com outros artistas.

Nos anos 2000 há uma queda significativa das vendas com o álbum *Glitter*, trilha sonora do filme estrelado por Mariah Carey em 2001, reconhecido por ter uma baixa recepção de público e crítica. Pela primeira vez ela não consegue emplacar um *single* na primeira posição e nem atingir as vendas milionárias de seus trabalhos anteriores. Em 2002, *Charmbracelet* dá indícios de uma recuperação, mesmo que possua números inferiores e ainda não desponte nenhum notório *hit*. Uma espécie de redenção surge em 2005 com *The Emancipation of Mimi*, álbum que vendeu seis vezes mais que *Charmbracelet*, totalizando 6 milhões de cópias, e colocou duas canções no número #1. Uma delas é *We Belong Together*, elegível por 43 semanas no *Hot 100*, se tornando a música de Carey que passou mais tempo nos *charts* até então. Perto da década de 2010, há um novo momento de queda e Mariah vai perdendo espaço competitivo. Todavia, ela consegue reaproveitar sua música natalina *All I Want For Christmas Is You*, originalmente de 1994, que, impulsionada pela sua redescoberta na internet e transformada em cânone do Natal, atinge o topo da *Hot 100* em 2019, 2020 e 2021, sempre perto do final do ano. Essa se torna, portanto, a música de Carey que passou mais tempo “charteando” nas paradas musicais, somando 51 semanas até hoje. Além disso, ela garante que Mariah seja a primeira e única artista a conseguir liderar a principal parada estadunidense nas quatro décadas

consecutivas de 1990, 2000, 2010 e 2020, além de ser a cantora que possui mais semanas no topo da *Hot 100* (86).

No esquema proposto abaixo (Quadro 5), agrupo os dados citados acima retirados da Billboard e organizo toda a discografia de Mariah Carey cronologicamente. Categorizo os discos em vendas totais nos Estados Unidos, as semanas que passaram elegíveis e os singles correlatos que chegaram ao topo do *Hot 100*. Com mais de 30 anos de carreira e mais de uma dezena de álbuns lançados, é possível perceber as modulações percorridas por Mariah, demarcando guinadas e quedas significativas que ilustram contextos da indústria musical em diferentes décadas. Com um longo repertório fonográfico bem maior que os de Katy Perry e Christina Aguilera, cabe se ater a trajetória da artista de maneira holística, pontuando eventuais momentos que ajudam a entender a dimensão de negociação do fracasso.

Quadro 5 – Esquema de vendas de álbuns de Mariah Carey





Fonte: Elaboração do autor

Com uma certa estabilidade no começo de sua carreira, Mariah, uma das líderes do pop romântico dos anos 1990, cuja longevidade comercial superou as contemporâneas de época Whitney Houston e Céline Dion, vai apresentar uma primeira grande queda na virada do novo milênio. *Glitter* não faz parte da discografia solo ou “oficial” da cantora⁵⁴, sendo um trabalho a parte realizado para apoiar, como trilha sonora, o filme homônimo, também estrelado por Mariah. A sua incorporação aqui se dá devido a intensa campanha iniciada na internet para revisitar a condição de fracasso e desvalor do álbum. Aos moldes do *#JusticeForBionic*, o *#JusticeForGlitter* ganha atenção em meados de 2018.

Lançado no fatídico dia 11 de setembro de 2001, *Glitter* divide sua data de estreia com um dos maiores atentados da história, a explosão das Torres Gêmeas do World Trade Center em Nova Iorque. O GIF abaixo (Figura 26), bastante circulado na internet, resume a aura trágica que o álbum passou a carregar: uma peça promocional do disco possui ao fundo as Torres Gêmeas sendo destruídas. Além da baixa recepção tanto do filme como da trilha sonora, Mariah saía de um tumultuado divórcio com Tommy Mottola, presidente da *Columbia/Sony Records*, gravadora de Carey desde o primeiro álbum. Com *Rainbow* sendo o último trabalho sob o selo antigo, a cantora assina um contrato com a *Virgin Records* avaliado em 100 milhões de dólares para a gravação de cinco discos. Devido a desgastes emocionais públicos que fizeram Mariah ser internada em uma clínica de reabilitação, sumindo da mídia por alguns meses, o lançamento de *Glitter* (filme e trilha sonora) foi modificado de agosto para setembro. A má recepção do material, junto a grande negatividade à vida pessoal de Carey, fez a *Virgin* encerrar o contrato estabelecido com a cantora, culminando em um grande escândalo midiático.

⁵⁴ No Quadro 5, sinalizei o álbum com um asterisco para sublinhar essa questão.

Figura 26 – GIF do poster de Glitter no dia 11 de setembro de 2021



Fonte: Twitter

Por anos, a própria Mariah resolveu não reavivar qualquer lembrança de *Glitter*. O álbum, por exemplo, não estava incluso nas principais plataformas de *streaming* e suas canções nunca foram performadas ao vivo. Em novembro de 2018, o disco tornou-se objeto de uma campanha dos fãs de Carey, como parte do lançamento de seu décimo primeiro álbum de estúdio, *Caution*. Promovida nas redes sociais com a *hashtag* #JusticeForGlitter (#JustiçaParaGlitter), a campanha resultou no álbum alcançando o número #1 em vários países, incluindo os Estados Unidos, nas paradas do *iTunes* – único lugar em que se encontrava disponível para compra. Como homenagem aos fãs, na turnê de *Caution* (*Caution World Tour*), Mariah dedicou um segmento do show exclusivamente para performar um *medley* de algumas músicas de *Glitter* pela primeira vez.

Figuras 27 e 28 – Posts de Mariah Carey no Twitter sobre o #JusticeForGlitter



Fonte: Twitter

A cantora também se pronuncia no Twitter reconhecendo a mobilização dos fãs em 2018 e um ano depois promete estar trabalhando para disponibilizá-lo nas plataformas de *streaming*,

conforme visto nas Figuras 27 e 28. A cantora celebra o álbum junto aos fãs, chegando a incorporar a *hashtag* e aparecer com uma indumentária característica da década de 1980, época em que se passa a história do filme.

Finalmente, em maio de 2020, Mariah anuncia o (re)lançamento de *Glitter*. Em uma postagem especial (Figura 29), a cantora continua usando a *hashtag* #JusticeForGlitter e comemora a disponibilidade do material com *templates* retrô que remetem a sua personagem do filme, Billie Frank, e a estética oitentista do longa. Observo aqui que Mariah adota uma performance celebratória e festiva, distante dos roteiros colocados em prática por Katy Perry e principalmente por Christina Aguilera nos termos do #JusticeForBionic, pois há um esforço em corroborar prontamente com a campanha iniciada por fãs, em que a busca por justiça se torna motivo de comemoração.

Figura 29 – Lançamento de *Glitter* nas plataformas de *streaming*



Fonte: Twitter

Figura 30 – Postagem comemorativa de Mariah Carey



Fonte: Twitter

Ao explorar a estética do álbum em tom de exaltação, o roteiro trabalhado por Mariah se alia a uma nostalgia de um momento que não foi devidamente celebrado. O fato da cantora se apoiar na mobilização de fãs, usar a *hashtag* característica e reagir a *posts* deles (Figura 30), denota o endereçamento performático de preencher uma lacuna de prazer e satisfação de gosto, horizontes imprescindíveis para a indústria do entretenimento.

Em seu livro *Retrotopia*, Bauman (2017) associa o comportamento nostálgico de recuperar o passado a uma tendência hodierna que funciona como um mecanismo de defesa frente às crises da contemporaneidade. O que acontece, porém, é que esse resgate é constantemente realizado de forma seletiva e idealizada, evidenciando somente atributos positivos ou menos problemáticos. O saudosismo observado na performance de Mariah, por exemplo, manifesta o tom puramente festivo em revisitar as músicas antigas de *Glitter*, mesmo que esse tenha sido um período de complicações tanto para a vida pessoal e artística da cantora, como de traumas históricos compartilhados pela sociedade no 11 de setembro. O contexto em que o álbum saiu é atenuado, possibilitando um novo olhar para a obra, ainda que mais descompromissado.

No campo cultural, que tantas vezes é reflexo e profecia do mundo, recorrer a nostalgia não é novidade. Ao analisar a seara da música pop, Reynolds (2011) denomina de “retromania” esse hábito recorrente da cultura pop de fazer releituras de si mesma com base no passado, tanto em obras que retrabalham conceitualmente esses temas, como na reapropriação de consumo de produtos culturais. Para o autor, o lugar que o futuro ocupava no imaginário dos jovens consumidores foi substituído pelo passado, responsável por instigar uma curiosidade afetiva do que, inclusive, não se viveu. No caso de *Glitter* há uma tentativa de construir um cenário em que ele pudesse ser plenamente aproveitado, não só recebendo a devida atenção de Mariah, mas atingindo o topo das paradas. Com a ideia do presente cada vez mais alargado, há um apelo à recuperação ao invés da descoberta.

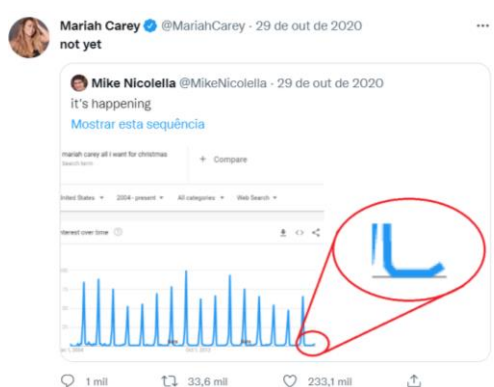
Reynolds (2011) assinala ainda que a “superdocumentação”, possibilitada pelos avanços digitais, é responsável por um exercício da retrospectiva quase que infinito. A internet vira um repositório mnemônico primordial que armazena e expõe informações a uma velocidade absurda. Agora, há novas maneiras de experienciar a história, fatiando o contínuo temporal em pequenos excertos que podem ser facilmente manipulados pelo usuário conectado. Se a experimentação de um álbum em 2001 ainda se relacionava fortemente à mídia física, atualmente o acesso à música foi facilitado. A redescoberta de *Glitter* via os sites de redes sociais desafia seu apagamento no espaço-tempo, mesmo que o seu fracasso tenha afastado o

público à época e Mariah tenha propositalmente se desassociado da obra como decisão estratégica de carreira.

Algo similar acontece com a redescoberta de *All I Want For Christmas Is You*, música de Mariah pertencente ao seu álbum natalino *Merry Christmas* de 1994. Apesar de nunca ter sido considerada necessariamente um fracasso, a canção era inelegível para inclusão na *Hot 100* por nunca ter sido lançada oficialmente como *single*. Depois da revisão desses critérios pela Billboard em 1998, em que canções antigas pudessem reaparecer nos *charts*, e posteriormente em 2012, permitindo que canções recorrentes que tinham um prazo de validade agora voltassem a “chartear”, a música de Mariah passou a frequentar o topo das paradas 25 anos depois do seu lançamento, atingindo o número #1 da *Hot 100* em 2019, 2020 e 2021, sempre perto do fim do ano.

Mariah endossa a constante regeneração da canção nos seus sites de redes sociais, se intitulado “Rainha do Natal” e canalizando alegorias natalinas que habitam o imaginário da data comemorativa. A música lançada há mais de duas décadas ganha uma sobrevida por meio de memes e paródias difundidos pela própria artista que parece usar o humor como uma caricatura de si mesma.

Figura 31 – Tweet de Mariah respondendo a um usuário



Fonte: Twitter

Em uma postagem do Twitter datada em 29 de outubro de 2020 (Figura 31), Mariah responde um usuário que identificou o interesse pela busca da música na ferramenta Google Trends conforme o fim do ano se aproximava. A cantora brinca com a ocorrência escrevendo “not yet” (“ainda não” em português).

Em uma postagem publicada em 01 de novembro de 2021 no Instagram (Figura 32), Carey encerra a temporada de Halloween, celebrada durante o mês de outubro nos Estados

Unidos, em particular no dia 31, e chancela o início do Natal. A cantora aparece na frente de três abóboras, símbolos clássicos do Halloween, em que é possível ler “it’s not time”, e esmaga a abóbora do meio, reformulando a frase para “it’s time”, algo como “é chegada a hora” em português. Desde 2019 a cantora ficou reconhecida por fazer vídeos com esse teor em seus sites redes sociais e já é esperado que conteúdos desse tipo apareçam em seus perfis digitais nas celebrações de fim de ano.

Figura 32 – Mariah Carey decreta o começo do Natal em vídeo no Instagram



Fonte: Instagram

Mariah por si só é uma figura que performa a nostalgia com certa frequência. Em 2020 ela lança *The Rarities*, que como o nome sugere, é um álbum de compilação de “raridades”, neste caso versões *demos*⁵⁵, gravações ao vivo e faixas nunca divulgadas. A cantora também possui duas coletâneas focadas apenas nas músicas que atingiram o topo do Hot 100, uma lançada em 1998 (*#1's*) quando possuía, até então, treze canções e outra de 2015 (*#1 to Infinity*) quando seu repertório já totalizava em dezoito. Ela também já fez uma residência de shows em Las Vegas em suporte a essa última coletânea no Caesars Palace que começa ainda em 2015 e termina em 2017. O constante esforço de Carey de evidenciar suas músicas, em especial seus *hits*, encontrando novas maneiras de revisitá-los (em coletâneas, residências de shows, novos videoclipes⁵⁶, parcerias⁵⁷, comunicação digital etc.) nos revela o enquadramento encontrado pela cantora para se manter ativa no *business* musical.

⁵⁵ Versões de músicas que ainda não estão finalizadas e funcionam como demonstrações ou referência para um futuro material fonográfico.

⁵⁶ Em 2019, Mariah lança uma nova versão do videoclipe de *All I Want For Christmas Is You* chamada *Make My Wish Come True Edition*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aAkMkVFwAoo>. Em 2021, ela lança um remix de *We Belong Together*, lançada originalmente em 2005, em comemoração ao Dia dos Namorados. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bGGQN2L1FrY>.

⁵⁷ Em 2011, Mariah colabora com Justin Bieber em uma nova versão de *All I Want For Christmas Is You*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fGFNmEOntFA>.

Calcada pela performance da nostalgia do seu próprio catálogo fonográfico, Carey não emplacou um novo *hit* desde o fim da década de 2010⁵⁸, recorrendo aos seus maiores sucessos como maneira de autopromoção constante. O caso de *Glitter* aparenta ser um pouco diferente, já que o álbum foi reconhecido enquanto um fracasso e abandonado pela própria cantora. O empenho performático de Mariah ao lidar novamente com o disco procura, dessa vez, adicionar cargas celebratórias, possibilitando que ela também olhe para uma parte ainda não explorada do seu passado de maneira reconfortante. O fracasso aqui parece menos uma mancha na reputação da cantora e mais um exercício gentil da memória.

4.2 De que fracasso fala o artista?

Vide os três exemplos trazidos, percebo como o fracasso ganha um novo corpo quando é absorvido pelo artista. A questão comercial ainda parece nortear muitas das decisões tomadas, ainda que surjam pequenos momentos de tensionamento. A concretização e autoconsciência da falha em *Smile*, a blindagem subjetiva e artística frente aos julgamentos mercadológicos em *Bionic* ou a nostalgia ultra celebrada de *Glitter* não conseguem brear em sua totalidade o atual arranjo da indústria musical. As próprias cantoras ainda dialogam com novas formas de capitalizar seus insucessos, mesmo que isso signifique serem reposicionadas em níveis de relevância menores. Estamos encarando aqui estratégias de sobrevivência ao capitalismo.

O fracasso de Katy Perry, Christina Aguilera e Mariah Carey muda suas carreiras e elas precisam realizar manobras: participam de *realities shows* musicais e agendam residências de shows em Las Vegas em contraste às grandes turnês que viajam o mundo. Agora elas parecem estar circunscritas em um novo regime de visibilidade que as fazem se reinventar, ainda que de maneira bastante controlada, tornando-as reféns de seus próprios históricos e da preocupação de rentabilizá-los de alguma forma.

Esta moldura acaba por reverberar o que acontece quando mulheres encontram entraves na música pop. O sucesso nos moldes que conhecemos opera com um certo prazo de validade para cantoras femininas, pois ao se tornarem mães, ficarem mais velhas e diminuírem seus ritmos de trabalho, parece haver um terreno já pré-estabelecido que está a sua espera. O fracasso funciona, assim, como um indício de desaceleração, uma possível entrada para esse estágio de “acomodação”. Katy, Christina e Mariah já ultrapassaram os 30 anos de idade, possuem filhos, e representam três fases temporais de negociação com o insucesso que, apesar das diferentes

⁵⁸ Desconsidera-se momentaneamente *All I Want For Christmas Is You* por não ser um material “inédito”.

abordagens tomadas, dividem muitas semelhanças. Talvez pensar a noção de fracasso como uma “aposentadoria” compulsória do pop seja um pouco radical. Mas, de fato, há um quê de perversidade ao saber que as possibilidades dessas artistas agora se encontram limitadas e que alguns espaços já não parecem mais estar ao seu alcance.

Contudo, ainda que haja restrições, o fracasso não significa uma obliteração, pelo contrário, há muita inventividade em cena que deve ser reconhecida. Conforme foi mostrado, a falha é um conceito que se espraia para a narrativa de carreira de artistas, garantindo uma fonte de conteúdo que pode ser trabalhada de diversas formas. Ele pode ser usado como um momento oportuno para evidenciar dramas pessoais, fragilidades e turbulências, bem como para construir histórias de superação e moldar o artista enquanto sobrevivente (ou contestador) deste contexto. Afinal, determinados assuntos vistos por aqui poderiam nem ser abordados caso não houvesse um enredo de derrota por trás.

Os três roteiros destacados não funcionam como categorias fixas. Pelo contrário, podemos perceber momentos em que eles se incutem nas performances das artistas selecionadas com mais ou menos teatralidade e de maneira bastante flexível. Katy Perry reforça diversas vezes o status de alto sucesso que obteve e tenta retrabalhar sua estética *camp* no álbum *Smile*, reivindicando roteiros de nostalgia. O mesmo pode ser dito para Christina Aguilera quando cria campanhas digitais em comemoração ao aniversário do *Bionic*. Mariah Carey se apoia nos anseios e mobilizações online dos seus fãs sobre trabalhos passados que não receberam a “devida atenção”, como a campanha do álbum *Glitter*, o que indicaria uma aproximação dos roteiros de justiça pautados, porém, pela celebração.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS: A FALHA COMO ABORDAGEM POSSÍVEL

Com esta dissertação, me propus a estudar o fracasso na música pop em um panorama midiático. Acredito que esse seja um gesto para observar mais de perto as engrenagens de uma das maiores indústrias culturais da contemporaneidade, justamente por lidar com as lógicas que legitimam o êxito de suas produções. Entendendo o sucesso como a bússola que guia a dinâmica pop, talvez o fracasso, seu exato oposto, nos faria chegar a conclusões ocultas.

Acontece que conforme fui me adensando na pesquisa, não pude deixar de notar a interferência das práticas capitalistas em minhas análises, as quais insistiam em marcar presença. O fracasso incomoda e por ser uma espécie de “mal-entendido”, ele é rapidamente deglutinado pelo próprio capitalismo que o reorganiza para torná-lo útil, isto é, rentável. O fracasso que interessa para o *mainstream* é aquele “digno” de ser visto, proporcionando o patrimônio simbólico que movimenta as discussões online entre fãs, gera conteúdo para portais jornalísticos e fornece inspiração para a publicidade. Ainda que em certos momentos detectei pontos que se inclinavam para uma rota fora da curva, vi que o próprio caminho de desvio era pavimentado por uma lógica capital.

A partir dessas compreensões, achei necessário categorizar o fracasso que abordo enquanto espetacularizado, levando em conta não só o ambiente de alta visibilidade em que ele acontece, mas a espetacularização do fenômeno em si. O fracasso na música pop se proclama como tal e expõe uma narrativa que não precisa ser anunciada: sabe-se que uma trajetória de imenso sucesso foi interrompida.

A fim de delimitar ainda mais as especificidades, observo que o fracasso implica dimensões numéricas, comparativas e performáticas: i) o fracasso enquanto número é o seu marco zero, o argumento inicial. É a partir da perspectiva comercial que se iniciam debates, disputas e reparações; ii) o fracasso enquanto comparação indica que ele está em constante paridade, seja o desempenho do artista consigo mesmo, em momentos anteriores de sua carreira, seja com outros artistas. É preciso haver contrastes para que a falha ganhe sentido; iii) o fracasso enquanto performance evidencia as formas pelas quais ele é corporificado e enquadrado. A depender da maneira como é encenado e dos atributos dramatizados, surgem aspectos sensíveis que despertam outras experimentações. As noções de erro e defeito podem ser tensionadas e o ato de falhar passa a ser menos literal.

Esse último ponto em particular se mostra muito potente, pois apesar de haver uma agenda capital, pequenas frestas começam a tensionar o sentido puramente negativo do fracasso. Como foi mostrado durante as análises, as ações de fãs e artistas se misturam em uma

rede emaranhada de percepções que buscam conviver com a “mazela” da falha, alargando sua compreensão.

Fãs se aproximam digitalmente por meio de campanhas online e tentam recuperar a pertinência de álbuns “flopados”. O apreço por álbuns “ruins” e o empenho em defendê-los evidenciam a criação de espaços que dão sobrevida às obras rechaçadas. Os sites de redes sociais, como os fóruns de discussão, criam dissensos capazes de dar o suporte necessário para que os números se transformem em argumentos políticos e a qualidade das obras seja revista. Sob uma embalagem memética, no contexto da cultura digital, o fracasso ganha um novo corpo. Entretanto, antes que se idealize essa potência performática – que não deixa de ser válida – como caminho para uma infinidade de disrupções estruturais, também se observa a manutenção de performances normativas que se valem do apelo financeiro. Fãs estimulam a intensa comparação entre artistas, resgatando a competitividade como uma premissa mercadológica do fracasso, em que ele só faz sentido se for contraposto. Há também o aparecimento de normatividades que tocam o tecido social quando os memes e sua carga irônica e humorística se transformam em performances de ódio. O fracasso funciona como uma espécie de “permissão” para ressaltar violências sociais, em que a condição de fiasco de um artista lhe torna passível de sofrer retaliações. Casos de machismo e sexismo foram apontados como emergentes nas análises.

Artistas, por sua vez, readequam suas carreiras tendo o desafio de lidar com a instância do fracasso, podendo incorporar, inclusive, ações que começaram graças aos seus *fandoms*. Não há como negar a existência de um certo empenho quando Katy Perry “assume” sua falha como uma característica humana em um mundo que não permite a chance do erro às mulheres. Ou quando Cristina Aguilera procura “blindar” seu insucesso ao tomar para si a chancela final sobre seu trabalho. Ou ainda quando Mariah Carey abraça o descompromisso e permite um olhar menos “demonizante” para álbuns antigos. O esforço aqui mencionado ressoa em muitas outras artistas femininas que poderiam ter aparecido durante as análises, pois além do fracasso remarcar essa chance de reinvenção e apropriação narrativa, ele também sublinha as “caixas” etárias, generificadas e racializadas que mulheres são colocadas ao longo dos anos na indústria musical, enquanto homens não parecem passar por essa diligência performática para se manterem relevantes. Ademais, as mulheres que fogem do prisma da branquitude não ganham nem a chance de disputarem o espaço, já limitado, que é deixado para cantoras brancas. O fracasso pode ser, então, um plano de negócios que reposiciona o rumo da carreira de artistas femininas para uma outra etapa, que embora não tolha a criatividade para lidar com ele, não deixa de grifar um lado perverso e pouco flexível do pop.

Por fim, como nos lembra Jack Halberstam (2020), o sucesso, no seu sentido mais amplo, impele uma norma que não é apenas operacional, mas também social. O caminho para se tornar exitoso é repleto de protocolos que evidenciam verdadeiras estruturas de poder. Na música pop, ser bem-sucedido, conseguir emplacar um *hit*, significa estar em consonância com as lógicas dominantes do mercado, mas quando se destoa dessa realidade, outras casualidades parecem vir à tona. Na Baixa Teoria de Halberstam (2020), encontro um alicerce para os debates levantados nesta pesquisa, pois a suposta “deslealdade” com o tradicionalismo acadêmico do autor não só me permite abordar produtos pop, como problemáticas genuinamente pop. O fracasso vira, portanto, a chance de acessar perspectivas que só são possíveis mediante a queda, a derrota, a insuficiência.

Pretendo dar continuidade à pesquisa no doutorado, agora visando elaborar uma metodologia mais detida do fracasso enquanto drama social, ou seja, “o desenvolvimento de modelos de análise de conflitos no social a partir da metáfora do drama teatral” (TURNER, 1957 apud SOARES, 2021a). Frente a desentendimentos que tensionam condutas e pactos, quatro fases são elencadas para sistematizar o drama social: a) crise; b) ampliação da crise; c) regeneração; d) rearranjo ou cisão. Acredito que a tentativa de organizar metodologicamente o fracasso de artistas pop nessas fases pode traçar uma certa coerência na imensidão de possibilidades midiáticas disponíveis, pontuando momentos chave.

Reforço a importância de atribuir o sentido de brecha ao fracasso, pois mesmo que só o fato da sua existência como tal aponte para um olhar desconfiado sobre as estruturas normativas, a maneira como ele se organiza ainda procura encontrar uma certa permissividade dentro delas. Esse jogo de mostrar e esconder, de romper e fazer emendas, de escapar e se infiltrar nos revela a duplicidade existente nos fenômenos midiáticos contemporâneos, que não são uma coisa só, mas processos repletos de camadas. Por fim, quero demarcar que o fracasso, com seus acordos e desacordos, é uma abordagem analítica muito potente, afinal, para cada sucesso observado, multidões de fracassados emergem.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

AMARAL, Adriana. Manifestações da performatização do gosto nos sites de redes sociais: uma proposta pelo olhar da cultura pop. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, 2014. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/1769. Acesso em: 10 jul. 2020.

AMARAL, Adriana; MONTEIRO, Camila. Esses roquero não curte!: performance de gosto e fãs de música no unidos contra o rock do Facebook. **Revista da Famecos**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 446-471, maio/ago. 2013. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/15130>. Acesso em: 10 jul. 2020.

AMARAL, Adriana; SOARES, Thiago; POLIVANOV, Beatriz. Disputas Sobre Performance nos Estudos de Comunicação: Desafios Teóricos, Derivas Metodológicas. **Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comum**, [online], v. 41, n.1, p.63-79, 2018. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/3044>. Acesso em: 13 jul. 2020.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: do Mercado de Massa para o Mercado de Nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ARISTIMUÑO, Felipe; FRANCO, José Carlos Messias Santos; INOCÊNCIO, Luana. A CULTURA HUE BR: Memes, Apropriações, Humor e Representação Identitária em Sites de Redes Sociais. In: XV Congresso IBERCOM, 2017, Lisboa. **Anais [...]**. Lisboa: Universidade Católica Portuguesa, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/327423231_A_Cultura_HUE_BR_memes_apropriacoes_humor_e_representacao_identitaria_em_sites_de_redes_sociais. Acesso em 17 de jan. de 2022.

ATTALI, Jacques. **Ruidos**: Ensayo sobre la economía política de la música. Valencia: Ruedo Ibérico – Ibérica de Ediciones y Publicaciones, 1977.

BAUMAN, Zygmunt. **Retrotopia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

BARNES, Ken. Top 40 Radio: A Fragment of the Imagination. In: FRITH, Simon (org.). **Facing the Music**: A Pantheon Guide to Popular Culture. 1 ed. New York: Pantheon Books, 1988, p. 8-50.

BEIJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica**. Porto Alegre: L&PM Editores, 2018.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero**: Feminismo e Subversão de Identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

BUTLER, Judith. **Corpos em aliança e a política das ruas**: Notas para uma teoria performativa de assembleia. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

CARRERA, Fernanda Ariane Silva; POLIVANOV, Beatriz. Rupturas Performativas em Sites de Redes Sociais: Um Olhar sobre Fissuras no Processo de Apresentação de Si a partir de e para Além de Goffman. **Intexto**, Porto Alegre, n. 44, p. 74-98, jan./abr. 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201944.74-98>. Acesso em: 21 jul. 2021.

COELHO, Manuel Pacheco. A Morte da Cauda Longa? In: FERREIRA, José Maria Carvalho (org.). **A Desmaterialização da Economia nas Ciências Sociais e Humanas**. Forte da Casa: Clássica Editoria, 2020, p. 13-28.

DE CERTEAU, Michel. **A Invenção do Cotidiano**: 1. Artes de Fazer. Petrópolis: Vozes, 2005.

DE MARCHI, Leonardo. Pós-streaming: Um Panorama da Indústria Fonográfica na Quarta Revolução Industrial. In: DE MARCHI, Leonardo; MAGI, Érica (org.). **Diálogos Interdisciplinares Sobre a Música Brasileira**. São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2020, p. 223-248.

DIAS, Morena Melo; FARIAS, Daniel Oliveira. Música Constrói Gênero? Uma abordagem discursiva e cultural sobre gênero musical e identidade de gênero. In: XXIX Encontro Anual da Compós, 2020, Campo Grande. **Anais [...]**. Campo Grande: Compós, 2020. Disponível em: <https://proceedings.science/compos-2020/papers/musica-constroi-genero->. Acesso em: 13 jul. 2020.

FRITH, Simon. **Performing Rites**: On the Value of Popular Music. Cambridge: University of Minnesota Press, 1996.

GOFFMAN, Erving. **Representação do Eu na Vida Cotidiana**. São Paulo: Editora Vozes, 2014.

HALBERSTAM, Jack. **A Arte Queer do Fracasso**. Recife: Cepe Editora, 2020.

HALL, Stuart. Old and new identities, old and new ethnicities. In: KING, Anthony. **Culture, Globalization and the World-system**. New York: Macmillan, 1991, p. 41-68.

HENNION, Antoine. Pragmática do Gosto. **Desigualdade & Diversidade – Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio**, Rio de Janeiro, n. 8, p. 253-277, jan/jul, 2011. Disponível em: http://desigualdadediversidade.soc.puc-rio.br/media/artigo10_8.pdf. Acesso em: 20 jul. 2020.

HERNÁNDEZ, Elisa. A politização no cerne do processo comunicativo: uma proposta metodológica para abordar conversações online. In: BRITO, Alessandra; GUERRA, Ana; PILAR, Olívia (org.). **Comunicar, Insurgir. Engajamentos metodológicos na pesquisa em Comunicação**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2020, p. 21-38. Disponível em: https://seloppgcom.fafich.ufmg.br/novo/wp-content/uploads/2019/09/Coloquio_7.pdf. Acesso em: 15 jul. 2020.

HERSCHMANN, Micael. **Indústria da Música em Transição**. São Paulo: Editora Estação das Letras, 2010.

JENKINS, Henry. **A Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Bauru: EDUSC, 2001.

LAING, Dave; OSBORNE, Richard (org.). **Music by Numbers: The Use and Abuse of Statistics in the Music Industry**. Bristol: Intellect Books, 2021.

LINS, Mariana Lima. **A Estetização da Política na Performance de Madonna**. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco, 2017.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal: Ensaio Sobre a Sociedade de Hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LOURO, Guacira Lopes. Teoria queer: uma política pós-identitária para a educação. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 9, n. 2, p. 541-553, 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/64NPxWpgVkt9BXvLXvTvHMr/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 30 set. 2020.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream: A Guerra Global das Mídias e das Culturas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MASCARENHAS, Alan Mangabeira; SOARES, Thiago. Estética do Fandom: Experiência e Performance na Música Pop. **Esferas**, Brasília, ano 4, n. 6, p. 153-161, 2015. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/viewFile/6156/3989#:~:text=Na%20margem%20at%C3%A9%20do%20seu,dos%20f%C3%AAs%20de%20m%C3%BAsica%20pop%3F&text=M%C3%BAsica%20Pop.,Fandom..> Acesso em: 12 out. 2020.

MASCARENHAS, Alan Mangabeira; LIMA, Mariana Lins. Flaw(less): o valor da falha na performance pop. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Intercom, 2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0410-1.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2021.

MISS Americana. Direção: Lana Wilson. Estados Unidos: Netflix, 2019. Online (85 min). Disponível em: <http://www.netflix.com/>. Acesso em: 15 jan. 2022.

MONTEIRO, Márcio Leonardo. Os Fãs na Cadeia Produtiva dos Hits: Mobilização, Resistência e Relevância Além dos Charts. In: Letícia Conceição Martins Cardoso; Márcio Leonardo Monteiro Costa. (Org.). **Experiências Expandidas em Comunicação - vol. II**. São Luís: EDUFMA, 2020, v. 2, p. 57-77. Disponível em: https://www.academia.edu/48997830/Mise_en_sc%C3%A8ne_pl%C3%A1stico_por_uma_abordagem_te%C3%B3rica_metodol%C3%B3gica_para_an%C3%A1lise_de_imagens. Acesso em: 13 jul. 2021.

MORIN, Edgar. **As Estrelas: Mito e Sedução no Cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

PÉPIN, Charles. **As Virtudes do Fracasso**. São Paulo: Estação Liberdade, 2018.

PEREIRA DE SÁ, Simone. Somos Todos Fãs e Haters? Cultura Pop, Afetos e Performance de Gosto nos Sites de Redes Sociais. **Revista ECO-Pós**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, p. 50-67, 2016. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/download/5421/3995. Acesso em: 13 jul. 2020.

POLIVANOV, Beatriz. Identidades na Contemporaneidade: Uma Reflexão sobre Performances em Sites de Redes Sociais. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação**, São Paulo, n. 8, jul. 2019. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/341385391_IDENTIDADES_NA_CONTEMPORANEIDADE_UMA_REFLEXAO SOBRE_PERFORMANCES_EM_SITES_DE_REDES_SOCIAIS. Acesso em: 13 jul. 2020.

RECUERO, Raquel. Atos de Ameaça a Face e a Conversação em Redes Sociais na Internet. In: PRIMO, Alex (org.). **Interações em Rede**. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 51-57. Disponível em: <https://cutt.ly/IgqVivG>. Acesso em: 13 jul. 2021.

REYNOLDS, Simon. **Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past**. Londres: Faber and Faber, 2011.

SHUKER, Roy. **Vocabulário de Música Pop**. São Paulo: Hedra, 1999.

SIBILIA, Paula. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. **Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, v. 3, n. 17, p. 353-364, 2015. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2015.173.09>. Acesso em: 17 jan. 2022.

SILVA, Eduardo José Melo Rodrigues da. **IT'S A FLOP: Uma análise sobre o fracasso de marca na indústria musical pop**. 2017. Monografia (Bacharelado em Publicidade e Propaganda) – Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco, 2017.

SILVA, Lúcio Sousa Ferreira da. Tem Que Ser Real: Realness e Performatividade na Cultura Ballroom. In: 1º Simpósio Popfilia, 2020, Virtual. **Anais [...]**. Virtual: GRUPOP UFPE, 2020. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1RMD-cvkITS3C4ZZpRAe0N36X1Sty9jmP/view>. Acesso em: 17 jan. 2022.

SOARES, Thiago. Abordagens Teóricas para o Estudo da Teatralidade em Performances Midiáticas: Dramas, roteiros, ações. **Revista ALCEU**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 43, jan/abr, 2021a. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/index.php/alceu/article/view/225>. Acesso em: 20 jan. 2021.

SOARES, Thiago. Cultura Pop: Interfaces Teóricas, Abordagens Possíveis. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus. **Anais [...]**. Manaus: Intercom, 2013. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/r8-0108-1.pdf>. Acesso em: 06 out. 2020.

SOARES, Thiago. Divas Pop: O Corpo-Som das Cantoras na Cultura Midiática. *In*: LINS; Mariana; MANGABEIRA; Alan; SOARES, Thiago (org.). **Divas Pop: O Corpo-Som das Cantoras na Cultura Midiática**. Belo Horizonte: Selo UFMG, 2021b, p. 25-42. Disponível em: <https://seloppgcom.fafich.ufmg.br/novo/wp-content/uploads/2021/03/Divas-Pop-Selo-PPGCOM-UFMG.pdf>. Acesso em: 06 out. 2020.

SOARES, Thiago. TENÓRIO, Winglison Henrique do Nascimento. Que Branco é Esse no Rap? Roteiros de Masculinidade Performados por Rappers Brancos em Videoclipes. **Revista Panorama**, Goiânia, v. 10, n. 2, jul/dez, 2020. Disponível em: <http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/panorama/article/view/8375/5013>. Acesso em: 20 jan. 2022.

SONTAG, Susan. Notas sobre o Camp. *In*: SONTAG, Susan. **Contra a interpretação**. Porto Alegre: L&PM, 1987.

STEDMAN, Chris. The Enduring Appeal of Pop Star Who “Flop”. **Pitchfork**, New York, 27 março 2018. Disponível em: <https://pitchfork.com/thepitch/the-enduring-appeal-of-pop-stars-who-flop/>. Acesso em: 10 jul. 2021.

THOMPSON, Derek. **Hit Makers: Como Nascem as Tendências**. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2018.

WEISBARD, Eric. **Top 40 Democracy: The Rival Mainstreams of American Music**. Chicago: The University of Chicago Press, 2014.