

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

WELLTHON RAFAEL AGUIAR LEAL

**A CONSTRUÇÃO DAS IDENTIDADES DOS HOMOSSEXUAIS
MASCULINOS A PARTIR DO CONSUMO DAS DIVAS POP**

RECIFE
2017

WELLTHON RAFAEL AGUIAR LEAL

**A CONSTRUÇÃO DAS IDENTIDADES DOS HOMOSSEXUAIS MASCULINOS A
PARTIR DO CONSUMO DAS DIVAS POP**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Sociologia.

Linha de Pesquisa: Cultura Política, Identidades Coletivas e Representações Sociais

Orientador: Prof. Dr. Gustavo Gomes da Costa Santos

RECIFE
2017

Catálogo na fonte
Bibliotecária: Maria Janeide Pereira da Silva, CRB4-1262

L435c Leal, Wellthon Rafael Aguiar.
A construção das identidades dos homossexuais masculinos a partir do
consumo das divas pop / Wellthon Rafael Aguiar Leal. – 2017.
153 f. : il. ; 30 cm.

Orientador : Prof. Dr. Gustavo Gomes da Costa Santos.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Pernambuco, CFCH.
Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Recife, 2017.
Inclui referências.

1. Sociologia. 2. Cultura homossexual. 3. Homossexuais masculinos –
Identidade. 4. Cantoras – Influência musical. 5. Minorias sexuais. 6. Cultura
pop. 7. Divas pop. I. Santos, Gustavo Gomes da Costa (Orientador). II.
Título.

301 CDD (22. ed.)

UFPE (BCFCH2018-171)

WELLTHON RAFAEL AGUIAR LEAL

**A CONSTRUÇÃO DAS IDENTIDADES DOS HOMOSSEXUAIS MASCULINOS A
PARTIR DO CONSUMO DAS DIVAS POP**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Sociologia.

Aprovada em: 31/08/2017

BANCA EXAMINADORA

Prof^o. Dr. Gustavo Gomes da Costa Santos (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Pro^a. Dr^a. Maria Eduarda da Mota Rocha (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof^o. Dr. Luiz Francisco Buarque de Lacerda Júnior (Examinador Externo)
Universidade Federal de Pernambuco

À Miquésia Queiroz,
Yuri Monteiro,
Joseildo e a todas as LGBTs
que se tornaram purpurinas

AGRADECIMENTOS

A minha ancestralidade e aos espíritos de luz,

Gratidão à minha mãe que sempre caminhou ao meu lado, a minha avó, meu irmão e minha família,

Gratidão ao meu orientador Gustavo Gomes da Costa que sempre me provou que era possível se esforçar cada vez mais dedicando seu tempo e empenho sempre que possível à essa pesquisa,

Gratidão aos meus companheiros de militância do RUA_juventude anticapitalista por me mostrarem um mundo de lutas e conquistas fora da academia e que a mudança social se faz com compromisso e amor;

Gratidão ao Instituto Papai e todas as pessoas que construíram esse projeto feminista, e que acreditaram e melhoraram minha jornada enquanto sociológico, pesquisador e militante;

Gratidão aos meus amigos que sempre contribuíram para minha vida e para o andamento dessa pesquisa em todos os momentos: Lays Vilaça, Mariana Cavalcanti, Amanda Palha, Fernanda Barreto, Helena Vieira, Ana Flor, Arthur Galvão, Jorge Aretakis, Lizandra Muniz, Christian Beescho, Wyvson Gomes, Dustin Holgersson, Igor Travassos, Jones Manoel, Augusto Malaman e Regis Wachter;

Gratidão aos meus companheiros de jornada, Enderson Luiz, Gabriel Mattos e Gabriel Antunes por provarem à mim que o amor move o mundo;

Gratidão ao Coletivo Mães Pela Diversidade, aos participantes do Projeto Viva Melhor Sabendo Jovem e ao Fórum LGBT de Pernambuco que me dão animo diário de viver;

Gratidão aos professores do Programa de Pós Graduação em Sociologia da UFPE, em especial à Maria Eduarda da Mota Rocha, Paulo Marcondes, Jonathas Ferreira, Eliane da Fonte, Cynthia Hamilin e Eliane Veras;

Gratidão à Facepe por ter fomentado essa pesquisa de mestrado em sociologia.

“If God is a DJ,
life is a dance floor
Love is the rhythm,
You are the music”
(P!NK, 2006)

RESUMO

A presente dissertação investigou o processo de construção de identidades de homossexuais masculinos residentes da Região Metropolitana do Recife através do consumo de duas cantoras do cenário pop internacional: Beyoncé e Britney Spears. Foram realizadas entrevistas narrativas autobiográficas com integrantes de grupos de fãs (*fandoms*) das duas cantoras mencionadas a fim de analisar os processos de construção de subjetividades desses fãs e etnografias em espaços de sociabilidade dos *fandoms*. Foi percebida forte relação de veneração dessas divas que se assemelhavam com as práticas religiosas. Rituais individuais, divisão entre sagrado e profano, processo de conversão em um fã e situações de êxtase e incorporação foram percebidas e analisadas durante a pesquisa. Os resultados da pesquisa apontam duas questões centrais: a) a legitimação da concepção das cantoras como algo divino, através da adoração e utilização do consumo como uma prática próxima a religiosidade e b) a percepção de uma construção de uma identidade gay com o suporte da imagem e discurso apresentados pelas cantoras. Os processos de “saída do armário” e de empoderamento dos homens que consumiam as cantoras possuem relações imbricadas com as práticas de consumo, assim como a percepção das respectivas cantoras como uma fonte moral e conseqüentemente um modelo a ser seguido.

Palavras chaves: Mídia. Consumo. Cultura. Música Pop. Divas Pop.

ABSTRACT

This dissertation has investigated the process of identity construction of gay men residents of Recife's Metropolitan Area through a specific culture consumption, two international pop singers, Beyoncé and Britney Spears. The people interviewed were part of fandoms from the two singers already mentioned, considered by these fans as divas. Narrative and autobiographical interviews were conducted in order to identify elements of the culture identity of these fans, as well as ethnographies in social spaces of the fandoms.. It was identified a strong religious-like relationship between the fans and their divas, very similar to the most elementary religious practices Rituals, a strict division between the sacred and the profane, a conversion process into a fan, ecstasy situations and possessions characterize these religious-like practices. The research points out two central questions: a) a legitimized conception of the singers as someone divine, through the worship and utilization of consumption as a religious practice and b) the perception of a gay identity construction based in images and speeches presented by the singers. The process of "coming out of the closet" and of empowerment to gay men who consumed the singers present interconnections with the consuming practices, such as the perceptions of the respective singers as a moral source and, consequently, a role model.

Key words: Media. Consumption. Culture. Pop Music. Pop Divas.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	A veneração gay e a genealogia da diva.....	10
1.2	Incoerências das expectativas políticas e acadêmicas sendo um fã	15
2	VENERANDO À DIVA: DO ESCAPISMO AO FORTALECIMENTO IDENTITÁRIO	24
3	CAMINHOS PARA OS <i>FANDOMS</i>	43
3.1	Etnografia.....	44
3.2	Entrevista	47
3.3	No Campo.....	50
3.4	As Entrevistas.....	53
3.5	Um caso Excepcional.....	55
4	UM ESTUDO DOS <i>FANDOMS</i>: DEVANEIOS E A VENERAÇÃO DAS DIVAS.....	57
4.1	Os dois <i>fandoms</i>.....	59
4.1.1	<i>Beyhive</i>.....	59
4.1.2	<i>B-Army</i>.....	67
4.2	Conhecendo a diva: início do processo de consumo e veneração.....	71
4.3	Identificação Identitária e por gostos: Adorando a diva	79
4.4	Rituais e conversões.....	82
4.5	Êxtase no consumo.....	93
4.6	Hierarquização da veneração das Divas e incorporação.....	99
5	CONSTRUINDO AS IDENTIDADES.....	111
5.1	Identificação nas práticas.....	111
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	139
	REFERÊNCIAS	149

1 INTRODUÇÃO

No ano de 2007, uma das principais figuras da mídia internacional passava por uma crise psíquica em frente às câmeras dos paparazzis de todo o mundo. A cantora internacional Britney Spears foi filmada raspando os cabelos e dando pancadas com um guarda-chuvas em um veículo estacionado na rua. (EGO, 2017; HUFFPOST, 2017). Nesse mesmo ano, um fã ganha repercussão através da mídia por divulgar um relato pessoal nas redes sociais. Chris Crocker, um jovem estadunidense¹, com ajuda de uma câmera direcionada à sua face, pedia para que a mídia parasse de perseguir a sua cantora favorita. Aos choros e soluços, o fã gritava “*Leave Britney Spears Alone!*” (“Deixe a Britney Spears em paz!” Em tradução livre do inglês)². O vídeo ganhou grande repercussão nas redes sociais ao ponto de ser considerado um “viral”³, estampando manchetes na mídia internacional. O sofrimento exposto de um fã ao ver a crise psíquica de sua cantora favorita aparentemente causava um misto de espanto e constrangimento às pessoas que repercutiam esse novo meme⁴ da internet. O comportamento do fã se torna então algo “engraçado”, uma diversão no mundo virtual, sendo massivamente compartilhado nas redes sociais e citada como um exemplo de patológico e depreciativo do que seria ser um fã.

1.1 A veneração gay e a genealogia da diva

A reação de Chris Crocker seria uma demonstração do impacto que a sua cantora sofria pela massiva exposição da mídia. O comportamento dos fãs diante de figuras da mídia não era algo exclusivo do mundo contemporâneo. A euforia e o sentimento expresso por consumidores de produtos culturais já tinham sido algo repercutido pela imprensa ao relatar a “loucura” dos

¹ Tenho preferência por sempre usar o termo estadunidense para se referir as pessoas com a nacionalidade pertencente aos EUA. Acredito que seja um equívoco utilizar a palavra “americano” ou “norte-americano”, afinal a América é um continente com 35 nacionalidades, e a América do Norte possui três nações.

² Disponível em <https://moviepilot.com/posts/2896128>. Acesso em 07/08/2017.

³ Em alusão a propagação de um vírus, o termo é usado para expressar uma propagação massiva de algum fato nas redes sociais. É comum também o uso da expressão “viralizou”.

⁴ Termo geralmente usado para denominar um fato (fala, bordão, foto, vídeo, história, música) que se popularizou nas redes sociais. O “meme” se torna uma referência para ser citada, lembrada e copiada tanto nos espaços virtuais quanto na vida real, por pessoas que conheçam um “meme” específico.

fãs dos Beatles ou de Elvis Presley nas décadas de 1950 e 60. Esse comportamento que demonstraria uma paixão por alguma figura da mídia, também foi algo relatado por historiadores que mencionaram o comportamento “fanático” dos fãs de cantoras da era do Rádio no Brasil e dos fãs da Ópera na Europa do século XIX. No caso específico do fã da Britney Spears, a sua reação “viralizada” demonstrava ser consequência do momento difícil que a sua cantora favorita estava vivenciando. A cantora, nascida nos EUA, era considerada o maior nome da música pop internacional após a ascensão de Madonna na década de 1980. A mídia elencava Britney Spears como a “princesa da música pop” enquanto Madonna ocuparia a posição de rainha desse estilo musical. A crise psíquica da cantora ocorreu após o sucesso de vendas de seus álbuns, turnês e sua constante presença na mídia internacional. A percepção do público virtual acerca de Chris Crocker não se limitava apenas a patologizar o seu comportamento enquanto fã. A atribuição do seu fanatismo também englobava a sua identidade sexual. Crocker era apontado como um homem gay, e seu comportamento era depreciativamente atribuído a uma feminilidade (CAVICCHI, 1992; FARMER, 2002).

A suposição da homossexualidade do fã da Britney, no caso citado, sinalizava que seu comportamento destoava dos padrões sociais atribuídos ao gênero masculino, uma vez que a feminilidade seria percebida como uma “essência” da música pop e o fanatismo como algo patológico e próprio do gênero feminino. No que se refere à questão do estilo musical ser atrelado às questões de gênero, Mavis Bayton (2007) discorreu sobre como o estilo musical pop pode ser visto como algo feminino, sobretudo em contraposição ao estilo musical do rock. Sendo a música pop algo que expressava um ideal romântico, sentimentalismo, sensualidade e delicadeza, enquanto o rock expressaria uma agressividade, enfretamento e racionalidade, ambos adjetivos se adequariam aos conceitos binários opostos de gênero (macho/masculino x fêmea/feminilidade). Já a respeito do comportamento fanático, Daniel Cavicchi (1992) pontua que não apenas os fãs por ele entrevistados acreditavam que “ser fã” seria algo comum das mulheres adolescentes, mas parte da mídia e dos críticos atribuíam o comportamento como decorrência da falta de maturidade, do excesso de sentimentalismo e até como uma reação de fatores biológicos das mulheres, e por fim tornando o comportamento algo próximo a uma patologia. Acredito que a proximidade com a patologização pode ser percebida como resultado das estruturas e padrões de gêneros vigentes nas sociedades, que tendem a atribuir este tipo de comportamento ao gênero feminino. Sendo assim, o fato de o fã da cantora Britney Spears ser considerado automaticamente como um homem gay apontaria para um desvio da norma de

gênero. Entretanto, que marcos estabeleceriam os padrões gênero em sintonia com o consumo cultural? O fanatismo de um fã da Britney Spears se tratava de um caso isolado entre os homens gay ou seria possível pensar que o consumo dos homens gays com cantoras como Britney Spears teriam alguma possível explicação? Chris Crocker era fã da Britney Spears porque era gay ou ele seria gay por consumir Britney Spears? Até que ponto o seu comportamento e desejo sexuais direcionariam o seu consumo e seus gostos, ou seus gostos culturais atribuíam determinados desejos e comportamentos sexuais?

Essa pesquisa teve como objetivo principal buscar a compreensão de como indivíduos gays se utilizam do consumo de determinados produtos culturais, especificamente as divas como estratégia de construção identitária. Durante a pesquisa foi observado como os membros dos *fandoms* estabeleciam estratégias para essas possíveis construções, tanto como fãs e consequentemente firmando lógicas de pertencimentos aos respectivos *fandoms*, quanto como homens gays ou “bichas” acarretando em possíveis processos de empoderamento identitário. Também foi observado alguns aspectos de disputas entre os *fandoms* e conflitos geracionais entre fãs mais antigos e fãs mais novos. Por fim, o último objetivo almejado na pesquisa era compreender como se daria’ m as lógicas de adoração dos fãs, assim como suas dinâmicas.

Sendo assim, acredito ser importante resgatar o que alguns autores evidenciaram acerca da relação entre consumo e fanatismo advinda de homens gays. Daniel Harris (1997) discorreu sobre a adoração de homens gays às atrizes de Hollywood no contexto anterior à revolta de Stonewall, marco da luta política pelos direitos de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (doravante LGBT) nos EUA e no mundo. No Brasil, James Green (1999) relatou que os fãs clubes das cantoras da era do Rádio no país eram grupos composto majoritariamente por homens identificados enquanto gays. Em ambos os casos, os homens desviavam das expectativas dos papéis sociais do gênero masculino e ao mesmo tempo que adoravam as mulheres que estavam em evidência da mídia. A nomenclatura utilizada para denominar essas mulheres em evidência na cultura da mídia seria o uso do termo “diva”. Como compreender o uso do termo, que se assimila à algo divino, acredito ser necessário contextualizar o surgimento da figura da “diva”.

Quando olhada a história da ópera no século XIX, é possível perceber a existência das senhoras cantoras que adquirem glamour, assim como uma mulher da nobreza. Heloísa Valente (2003) afirma que tais cantoras começam a agir com opulência, exuberância e ostentação de

riqueza e glamour. Tais atitudes desencadeiam a ideia de relevância e excelência de presença de voz, palco e vida invejável. É provável que esse comportamento estivesse ligado com o anseio de ser vista como uma mulher da nobreza. As cantoras tornam-se quase deusas. Suas atitudes causavam frisson em seus espectadores e ganhavam comentários em folhetos e jornais; elas se tornaram temas e desejo dos espectadores. Pode ser dito que surge nesse contexto, a diva. (FARMER, 2005)

No Brasil, a figura da diva surge através do rádio que se popularizava no país durante a década de 1950. Segundo James Green (1999), observou-se nessa época a emergência de alguns espaços de sociabilidade homossexual nos grandes centros urbanos. Um desses espaços eram as apresentações de cantoras nos estúdios da Rádio Nacional, como as divas Dalva de Oliveira, Emilinha Borba, Nora Ney e Marlene. Os fãs se organizavam em fã-clubes para “seguir a carreira da sua estrela, louvá-la, defendê-la contra seus detratores e sentir-se próximos dela” (Ibid. pag. 271). Essa relação, segundo Green (1999), era algo íntimo, quase familiar, às vezes com contato pessoal dos fãs com a sua cantora adorada. As cantoras chegavam a comparecer a eventos em sua homenagem e recebiam presentes dos membros dos fãs clube. Segundo Alcir Lenharo (apud Green, 1999), os fãs das cantoras, majoritariamente compostos por homens gays, veneravam sua diva não por se identificar com a história de vida dessas mulheres, mas pela sensação de compartilhar a fama da cantora. Lenharo ainda afirmava que esse contato com a fama, o luxo e a veneração no que ele aponta como desenvolvimento da cultura de massa no Brasil, se tratava de um adentrar simbólico do mundo da fama. (GOLDFELDER, 1980).

A ideia das divas surgidas da ópera musical esteve presente em momentos históricos posteriores. A figura da diva pode ser vista também no rádio, nas cena da moda fotográfica e de passarela, no cinema internacional sobretudo o francês e o estadunidense e no surgimento da Disco Music na década de 1970 (LACERDA, 2015; GREEN, 2000; SIMPSON 1998). A respeito do movimento Disco Music, é fundamental lembrar que foi durante esse período que músicas feitas e cantadas por mulheres expressavam sentimentos e vivências femininas, que iam desde temas triviais até assuntos vistos como tabu, como o orgasmo feminino. É também nesse período que surge um movimento de liberação gay⁵ que se utilizava tanto de estratégias de contestação política quanto cultural. Os grandes fãs dessas cantoras da Disco eram homens

⁵ Ainda não existia nesse momento uma visão que englobasse as diferenças dos grupos não-heteronormativos: Lésbicas, bissexuais, travestis/transsexuais. A categoria “gay” englobava tudo aquilo que não era vigente no sistema heteronormativos.

gays que frequentavam as boates para dançar o estilo musical Disco. Não por acaso a música “*I Will Survive*” da cantora negra Gloria Gaynor se torna um hino para o movimento gay (SIMPSON, 2007). Após um movimento reativo à música Disco Music, que se inicia na década de 1980 nos EUA, encabeçado por homens brancos, heterossexuais e de classe média que pregavam um ódio explícito a esse estilo musical, surge uma alternativa que juntava elementos caracterizados como “rock” e outros vistos nas Disco Music.

Essa alternativa era Madonna⁶, filha de imigrantes italianos radicados em Nova York. Madonna foi a primeira artista que usou as estratégias de marketing articuladas à imagem televisa e à música. Madonna dialoga através de sua imagem e música como ninguém antes fizera, e torna-se um exemplo de marketing bem-sucedido não apenas por garantir lucros grandes ao mercado fonográfico, mas por criar um grande grupo de fãs que consome seu produto musical e seu estilo. A moda de Madonna, suas roupas, seu estilo, seus acessórios, seu cabelo, tornam-se modelo dos jovens na década de 1980, e rapidamente lojas garantem todo aparato para suprir tal demanda de seus fãs. Encontros em shopping dos EUA entre jovens trajados em seu estilo “madonna” eram também afirmação de que as performances em seus vídeos cliques criavam receptores que reproduziam o que era ser Madonna (KELLNER, 2001; KELLNER, 2011; SOARES, 2013b).

A figura publicitária de Madonna tinha algo de inovador. Envolvia a abordagem de temas polêmicos, como a sexualidade e religião, questionamentos do desejo sexual da mulher e ao consumismo vivido na era Reagan (1981-1989). Madonna, como no próprio nome já se diz, era uma aproximação a algo divino, assim como a diva da ópera, exuberante, polêmica e com talento próximo ao sagrado. Entretanto, mesmo com as possíveis qualidades artísticas vistas como legítimas que a Madonna poderia possuir, o fato era que Madonna era divina em sua estratégia de marketing, em que dialogava com o uso das tecnologias e contexto da época, a TV a cores e a moda. Através da polêmica, ela construía também sua relevância musical e mercadológica. Madonna era a diva da sua época, era um produto autocriado de marketing da indústria fonográfica mundial, a Diva do Pop, mas também era a Diva da Publicidade. (KELLNER, 2001)

⁶ Madonna significa Nossa Senhora em italiano.

Kellner (ibid.) demonstra como a figura da Madonna se torna algo além da antiga ideia de artista. A cantora não era mais apenas cantante, era também uma interprete da dança, da coreografia, uma figura que ditava estilos de vestimentas e acessórios. Sua imagem se unia aos grupos periféricos de sua época pela primeira vez na mídia (como as pessoas negras e latinas).

A estratégia de Madonna em criar um estilo particular desencadeia um modelo estratégico de lograr lucro na indústria fonográfica. Ao decorrer dos anos 1980 e, sobretudo, na década de 1990, as “madonnas” se tornam modelos da indústria a serem reproduzidos. Surgem novas Divas, que ganham equipes, especialistas de estilos, empresas de outras indústrias para apoiá-las no sucesso de vendas. A diva pop se torna um modelo de estratégia a ser usado:

“De forma semelhante, jovens estrelas da música pop, como Britney Spears, Beyoncé, ou Lady Gaga, também implantam ferramentas do glamour da indústria e do espetáculo da mídia para se tornarem ícones da moda, beleza, estilo e da sexualidade, como fornecido em suas músicas” (KELLNER, 2011, p. 11)⁷

À vista dos apontamentos de Kellner é coerente perceber as divas da música pop contemporâneas como reflexos das estratégias de mercado utilizadas com Madonna. As novas divas aparentam tanto proximidades, como distanciamentos da figura polêmica da década de 1980. Todavia, as divas recentes continuam a ser modelos de comportamento, atitudes e consumo assim como outras divas da rádio, do cinema e da ópera o foram.

1.2 Incoerências das expectativas políticas e acadêmicas sendo um fã

Durante minha construção enquanto cientista social, procurei compreender as situações sociais que me cercavam e sobretudo aquelas que me atingiam individualmente, tentando realizar um dos exercícios sociológicos que acredito ser primordial para o desenvolvido do que seria “ser um sociólogo”, eu exercitava sempre que possível a “imaginação sociológica” (Wright Mills, 1969). Assim questionava sobre as religiões protestantes, as marginalidades econômicas produzidas pelo sistema, as identidades de gênero e sexualidade e também sobre a influência da mídia nas sociedades contemporâneas. Nesse processo, descobri que nossas buscas e interesses políticos e científicos são carregados de intenções e pulsões de cunho

⁷ Tradução própria

pessoal, assim como mencionado por Max Weber (1999). Percebi que parte dos meus desejos acadêmicos se voltavam para buscar respostas científicas às questões que vivi e que continuava vivendo, e entender o consumo cultural dos homens gays era uma dessas questões. Aprendi também que a busca por respostas não deveria ser dada através de opiniões pessoais baseadas no senso comum, e que apesar dos impulsos que me estimulavam em determinadas questões, as possíveis respostas não deveriam ser consideradas verdades absolutas e universalizantes. Investigar as identidades sexuais e o consumo cultural da música pop na sociologia acarretava alguns desafios que acredito que devam ser apresentados e brevemente desenvolvidos na introdução desse trabalho. Apresentarei, assim, algumas questões de área da sociológica e do saber científico junto a outras questões de perspectiva do ativismo político na esquerda e no movimento LGBT.

Assim como o fã da Britney Spears se tornou um “meme” ao ter sua atitude “viralizada” nas redes virtuais, em proporção muito menor e por razões diferentes, o meu trabalho de conclusão de curso em Ciências Sociais na UFPE repercutiu pelas redes sociais como Facebook e Twitter e em grupos de troca de mensagens instantâneas (WhatsApp). Uma foto que expunha o título da minha monografia de conclusão do curso “As Divas Gladiadoras do Pop: uma análise do discurso de Beyoncé, Britney Spears e P!nk” se tornou motivo de chacota por expor um suposto “baixo nível” da seriedade acadêmica e um gasto fútil do dinheiro público⁸. Por cerca de um ano, recebi milhares de mensagens de ódio através dessas redes e relatos de que a “chacota” havia chegado em grupos de discussões em vários cantos do país, e até em universidades dos EUA. As mensagens, as montagens e a repercussão depreciativa evidenciavam algumas questões que vivi durante a construção da minha trajetória acadêmica com esse tema de pesquisa. Percebia que o senso comum que a universidade tanto tentava se desvencilhar, estava mais presente do que aparentava. O ódio que recebi na internet tendia a focar na minha identidade sexual enquanto homem gay, na futilidade que seria estudar divas do pop e cultura pop num curso visto como “sério e culto”, e no fato de eu ser um militante de esquerda radical. As três questões englobavam razões e questões culturais de variadas dimensões, mas pretendo focar em duas questões que estão interligadas e que acredito sejam pertinentes de serem desenvolvidas aqui: a futilidade que seria o estudo de uma “cultura de

⁸ Essa questão também virou “um exemplo da futilidade da academia” para um docente das Ciências Sociais da UFPE. O docente utilizava a foto do tema da minha monografia durante as suas aulas para expor algo que seus discentes não deveriam “seguir.”

massa”⁹ e a questão aparentemente incoerente de ser um militante de esquerda e estudar uma questão supostamente “irrelevante” para a revolução da classe trabalhadora.

Apesar de vários pensadores terem abordado o tema da cultura de massa como objeto de estudo dentro da academia, estudar a cultura pop continua a ser visto como algo menos importante do que outros temas considerados como mais urgentes, sobretudo num país de desenvolvimento capitalista tardio, assolado por extremas desigualdades sociais e turbulento cenário político como o Brasil. Discutir sociologicamente sobre cultura pop seria seguir um caminho inverso àquele de um suposto compromisso do saber sociológico e acadêmico com as demandas sociais tidas como relevantes. O objeto do saber acadêmico deveria então ser algo “sério”, principalmente quando se falava da sociologia e das ciências sociais. Porém, percebia que a crítica continha uma maior carga de elitismo cultural do que imaginava, afinal via trabalhos na minha área que abordavam produções de Chico Buarque na música, produções da era do Super8, literatura brasileira e análises que tendiam a focar em temas das elites culturais brasileira. Pensar em uma cultura de massa, num estilo musical massificado como resultado da indústria cultural contemporânea seria uma perda de tempo, mesmo que este estilo de música fosse consumido por milhões de pessoas ao redor do mundo. Como não lembrar do depoimento da jornalista de extrema direita da rede aberta brasileira, Rachel Sheherazade ao considerar uma pesquisa de mestrado em antropologia sobre a funkeira Valesca Popozuda intitulado “Meu Pussy é o poder” de Mariana Gomes Caetano (2015) em que questiona a capacidade da profundidade científica de uma pesquisa sobre a cultura.¹⁰

No Brasil, não há trabalhos acadêmicos no campo da sociologia e das ciências sociais que abordem a construção de identidade de homens gays a partir do consumo de produtos midiáticos. A partir de uma rápida pesquisa realizada no portal de periódicos acadêmicos Scielo, foram identificados apenas dois trabalhos, ambos na área de comunicação, que relacionam a cultura de consumo entre homens gay com a construção de identidade. Entretanto, nenhum deles relaciona esse consumo com a indústria fonográfica, tampouco com a figura da Diva. No que se refere à figura da diva foi identificado apenas um trabalho, que usa o conceito

⁹ Tendo a não concordar com o uso do termo “cultura de massa” pelas razões mencionadas por autores como Stuart Hall e Douglas Kellner, acerca da carga elitista e mecanicista do termo. Em alguns momentos utilizo o termo para evidenciar o uso mais comum para se referir à cultura produzida na mídia. Sempre que possível, utilizarei o termo cultura da mídia.

¹⁰ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=QuKuI2edI8c>. Acesso em 07.08.2017.

de diva para relacionar o consumo com algumas escritoras da literatura (MARKENDORF, 2010). Dois trabalhos trataram sobre cultura pop, um explicando o conceito de pop (SALZSTEIN, 2006) e um escrito por Bettina Fritzsche (2004) que pesquisa o diálogo entre um grupo de garotas e o consumo de música pop.

Percebia, assim, que estudar algo tão comum, segundo os olhares que me cercavam, seria uma perda de tempo para a sociologia especificamente porque o sentido atribuído a esse comportamento de consumo era tido como “inferior”. Talvez porque esse tipo de produção cultural não fizesse parte do mundo de consumo de pesquisadores, ou porque as questões LGBTs e de cultura de massa tendiam a serem abarcadas em outras áreas do conhecimento, como a comunicação quando se pensa a cultura pop, e a psicologia e antropologia quando se almejava investigar as identidades dos LGBTs. Apesar disso, acreditava que a sociologia contribuiria para compreender as questões que se apresentavam como pertinentes para mim. Afinal, as estruturas sociais não apenas permitiriam perceber as produções culturais em escala global como estratégia de lucro do sistema capitalista, mas também a enxergar como as identidades se influenciariam a partir de novos paradigmas e instituições contemporâneas. Estudar a cultura e a identidade sob uma perspectiva sociológica não seria apenas viável, mas também uma contribuição para expandir os objetos sociológicos tidos como centrais na disciplina. É fato que a sociologia foi constituída enquanto disciplina com grande contribuição do pensador Karl Marx e que obras de cunho marxista contribuíram bastante para concepções fundamentais da sociologia. Sendo assim, acredito que parte da leitura comum aos marxistas sobre as identidades LGBTs e questões acerca da cultura influenciaram na visão da disciplina.

Apesar das excelentes contribuições que a Escola de Frankfurt¹¹ aportou para discussões sobre a cultura, as reflexões formuladas não permitiam ir além dos circuitos cibernéticos da comunicação; ou seja, as considerações a respeito da indústria cultural permitiam observar os comportamentos estruturais do sistema cultural, ao mesmo tempo que limitava a percepção dos consumidores como agentes unicamente reativos aos produtos culturais. A questão da cultura de massa tendia a ter as mesmas respostas sobre os indivíduos, que tinham agência limitada e repetiam as expectativas estimuladas ou permitidas pelas estruturas do sistema. Deste modo, análises que envolvessem a cultura e o consumo do estilo musical pop tendiam a não permitir

¹¹ Aponto que os principais representantes da Escola de Frankfurt são: Theodor W. Adorno (1903-1969), Max Horkheimer (1895-1973), Herbert Marcuse (1899-1979), Walter Benjamin (1892-1940)

aprofundar as questões e os sentidos atribuídos pelos consumidores a esse estilo musical. A resposta habitual era considerar consumo e a reação à ele como desdobramento do sistema capitalista, dando poucas aberturas para compreender os sentidos atribuídos no processo de consumo. Não refuto as questões econômicas e estruturais do sistema capitalista a respeito da indústria cultural e da sociedade de consumo. Entretanto, não vejo possibilidades de aprofundar os sentidos subjetivos do consumo e sua significação dos indivíduos sem expandir as perspectivas de análises de um objeto.

Outro aspecto que pode ser percebido como influência para essa concepção mais ortodoxa das ciências sociais está nas questões políticas mais pertinentes entre os marxistas tradicionais. As identidades LGBT tendiam a serem lidas como “desvios dos comportamentos burgueses” por parte dos marxistas e consequentemente dos comunistas no século passado. Corroboro com a visão de Dan Healey (2001) de que o processo revolucionário iniciado na Rússia em 1917 permitiu uma maior liberdade as identidades sexuais que desviassem das normas de gênero. Contudo, a ascensão de Joseph Stalin (1878-1953) trouxe consigo o conservadorismo e reafirmação de padrões comportamentais de gênero do período pré-revolucionário. Esse conservadorismo pode ser notado em uma das correntes de pensamentos marxista defendida por Leon Trotsky (1879-1940)¹². Um exemplo da corrente trotskista pode ser visto na obra “A Moral e a Atividade Revolucionária (Moral Bolche ou Moral Espontaneísta?)” do marxista argentino Nahuel Moreno que trata dos “desvios de comportamentos” das sociedades capitalistas:

“Os companheiros que captamos, são, principalmente, estudantes, veem de uma sociedade em falência, repugnante, com pais separados ou que traem um ao outro; com amigos ou conhecidos que relatam orgias sexuais reais ou imaginárias; com filmes que se divertem em descrever todas as variantes de perversão sexual, com a leitura diária sobre a quantidade de maconha ou ácido lisérgico que consome a juventude norte-americana ou europeia; com filmes pornográficos japoneses ou suecos que superam tudo o produzido na pré-guerra pelos franceses ou alemães; com pederastas ou lésbicas; com crimes ou assaltos vários; com delinquentes públicos transformados em grandes personagens que gozam de todos os favores e prestígio social; com uma escala aristocrática onde as artistas de cinema e televisão, rodeadas de playboys, são supra sumo da moda, dos costumes, da moral; com uma frieza entre os sexos nos países avançados, onde se está produzindo a liberação da mulher, que preocupa aos sociólogos; com a pílula como elemento fundamental na liberação da mulher. Estes companheiros chegam ao partido vindos de uma sociedade totalmente corrompida, sem valores de nenhuma espécie, onde a família, a amizade e as relações entre os sexos estão totalmente em crise. Isto não pode menos que refletir-se nas próprias filas partidárias, já que não vivemos enlatados a vácuo, mas sim dentro dessa

¹² Ainda que o “trotskismo” seja uma corrente de oposição as ideias de Joseph Stálin, as percepções acerca do gênero e sexualidade se aproximam do conservadorismo do “stalinismo”.

sociedade. Frente a esta situação se impõe a necessidade de precisarmos então que classe de moral temos, e inclusive se temos alguma” [grifo do autor] (Moreno, 2009, p, 3) .

Evidenciar o conservadorismo de certas correntes do marxismo não significa atribuir o equívoco de leitura das pessoas LGBTs apenas a essa perspectiva teórico-política, ou unicamente à esquerda. Tanto outras tradições da esquerda, a exemplo do anarquismo, e tradições políticas na direita possuem similaridades no que tange à percepção das pessoas que fogem as expectativas de gênero e de ato/desejo sexual.

Nesse contexto, ser um militante da esquerda radical e dialogar constantemente com tradições marxistas e anarquistas criaram expectativas externas ao meu objetivo acadêmico, e consequentemente, a respeito do meu objeto de estudo dentro da academia. Se por um lado a escolha do meu tema central ser visto como “uma escolha muito pessoal”, por outro lado, quando a escolha é resultado de uma questão política tida como “séria” essas expectativas são vistas como mais compreensíveis, ainda que existam tensões entre ser um “militante” e um “acadêmico”. Para a militância da esquerda e LGBT, meu objeto deveria, dessa forma, responder às questões materiais que influenciassem diretamente na vida das pessoas oprimidas da sociedade. No ano de 2015 após ser aprovado na seleção de mestrado ouvi de uma grande companheira de militância: *“Que pena, achei que você estudaria sobre os gays que estão sendo mortos todos os dias...”* De fato compreendo essas expectativas, muitas vezes utilitaristas sobre a produção acadêmica dos militantes. A dimensão da política, sob as perspectiva pragmática tende a perceber que o único meio de se fazer política é inferir a respeito dos sofrimentos causados pelo sistema econômico, do dia a dia, e abordar outros temas seria um *“desserviço a classe trabalhadora que não está preocupada com diva pop”* (mensagem enviada vinda Facebook por um militante stalinista de Recife).

Ao que parece, as revoltas nas ruas de Paris em maio de 1968 que abrangeram as práticas revolucionárias para outras esferas da vida moderna, como a cultura, não causaram modificações nas perspectivas de parte da esquerda. O exercício de ver a política da militância LGBT para além das questões como a nossa deficiência de direitos sociais e mortes na nossa sociedade e articular questões de nível subjetivo que o impacto do consumo cultural moderno tem causado, não se trata de uma busca para uma análise contemplativa da indústria cultural. Compreender os fatos não significa a retirada das questões críticas a respeito deles, e tampouco

adentrar em um relativismo extremo que tendem a apenas compreender os fatos e ausentar a criticidade latente num sistema atual.

"Compreender não significa negar nos fatos o chocante, eliminar deles o inaudito, ou explicar os fenômenos, utilizar-se de analogias e generalidades que diminuam o impacto da realidade e o choque de experiência. Significa a antes de mais nada, examinar e suportar conscientemente o fardo que o nosso século colocou sobre nós - sem negar a existência, nem negar humildemente o seu peso. Compreender significa, em suma, encarar a realidade sem preconceitos e com atenção resistir a ela - qualquer que seja." (ARENDT, 2012)

Por essa razão, tentei construir uma pesquisa que, ao mesmo tempo que compreendesse as sensibilidades dos fãs da cultura pop, considerasse também uma visão crítica do sistema capitalista que produz produtos culturais como símbolos e representação de uma cultura dominante e hegemônica. Sendo assim, tentei, sempre que possível, assimilar uma pedagogia crítica da leitura da cultura da mídia, tal como proposta por Douglas Kellner (2001), que formula perspectivas críticas da indústria cultural e tem como objetivo permitir uma melhor compreensão da mídia, a fim de possibilitar resistências políticas e inspirar novos produtos culturais que rompam com a lógica hegemônica do sistema vigente. Essa busca coaduna com meus objetivos pessoais e políticos em afirmar as potências que a cultura pode permitir no cotidiano político, e demonstrar que a cultura e a política não apenas estão interligadas, mas, por vezes, se fundem quando possuem um potencial de ruptura das variadas estruturas opressoras, como nas questões raciais, de gênero, de identidades sexuais e, sobretudo, naquela que interliga as demais, o viés econômico. A necessidade da criticidade nos estudos culturais é algo alertado por Keller ao afirmar que:

"Negligenciar a economia política, festejar o público e os prazeres do popular, deixar de lado questões de classe e ideologia e não analisar ou criticar a política dos textos culturais são maneiras de transformar os estudos culturais em apenas mais uma subdivisão acadêmica inofensiva e em alguma análise, favorável sobretudo a própria indústria cultural" (Kellner, 2001, p. 63)

Como militante de esquerda LGBT, acredito que as práticas revolucionárias devam ser cruciais em todas as esferas da vida contemporânea. Que a revolução não se fixe apenas na ruptura do sistema econômico, que as rupturas sejam também um horizonte político nas questões de gênero, da cultura, do desejo sexual, da prática sexual, nas relações raciais, geracional e religiosa. Que a busca pela utopia libertária seja abrangente e não limitada apenas

uma perspectiva. Assim como foi dito por Emma Goldman (2015) "Si no puedo bailar, tu revolución no me interesa."

Um dos maiores compromissos acadêmicos da profissão de sociólogo é a garantia de que a produção realizada no espaço acadêmico quebre com paradigmas que tendem a cristalizar o conhecimento e deixá-lo recluso à própria academia. Escrever sobre um consumo cultural tão presente na sociedade, como o da música pop, me fez refletir sobre o alcance da minha produção e desencadeando um desejo de que a pesquisa realizada não apenas conseguisse ampliar a voz e os sentidos de consumo cultural dos homens gays mas também que a academia conseguisse aprender com as reflexões dos sujeitos estudados, tal como eu aprendi. A escrita sociológica é um ofício primordial para a essa ciência, conseguir realiza-la, para mim se tratou de um esforço contínuo. Minhas limitações intelectuais e incapacidades de uma boa escrita foram barreiras que tentei atravessar durante o mestrado. A obra "Truques da Escrita" do sociólogo estadunidense Howard S. Becker (2015) se tornou fundamental para a conclusão desse trabalho. As reflexões críticas acerca do vício sociológico em realizar escritas rebuscadas e a utilização de palavras de difícil compreensão, se encaixaram como uma luva durante meus incômodos acadêmicos ao decorrer no mestrado. Outro pensador que usei como inspiração durante a escrita desse trabalho foi o sociólogo polonês Zigmunt Bauman (1925-2017).¹³ Em duas das suas últimas entrevistas, Bauman afirma que o seu sucesso perante o público estava na garantia do esforço fundamental da sociologia, a escrita para o povo: "O que eu sei que há 25 ou 30 anos eu parei de escrever para outros sociólogos. Eu eliminei o intermediário, então eu abordo diretamente os problemas que as pessoas comuns são confrontadas". Assim, acredito que pensar sociologia e escrever sobre temas sobre as perspectivas sociológicas possuem a necessidade de que seja algo compreensível e de interesse à população.

A dissertação se divide basicamente em quatro partes, o capítulo II que discute questões mais teóricas que refletem ao desenvolvimento dos estudos culturais, as sociedades contemporâneas e uma discussão a respeito das identidades tanto no aspecto de construção sob uma perspectiva sociológica quanto na constituição de identidades de gênero e identidade sexual. O aspecto da adoração das divas enquanto processo similar a religiosidade também está presente nesse capítulo, apesar de ser mais desenvolvido posteriormente. No capítulo III abordo

¹³ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=kM5p8DqgG80> > e em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702004000100015>

as questões metodológicas, e discussões sobre a escolha do método etnográfico e da entrevista narrativa autobiográfica. O método de entrevista influenciado pelo trabalho da pesquisadora alemã Bettina Fritzsche (2004) é discutido junto as perspectivas psicanalíticas da Gestalt. Também abordo sobre alguns casos específico durante o campo, meus sentimentos de pertencimentos as lógicas dos *fandoms*, conflitos entre as divas e apresento um quadro base para analisar os perfis entrevistados.

A segunda parte da dissertação está restrita às questões de análise dos materiais adquiridos no campo e nas entrevistas narrativas autobiográficas. No capítulo IV abordo os pontos de conexões entre características dos fãs com suas respectivas divas, processos ritualísticos, e proximidades com as lógicas religiosas no processo de consumo e devoção com as cantoras da música pop. Nesse capítulo, também abordo a substituição das divindades observadas no *fandom* Beyhive e um caso de incorporação e êxtase de um fã da cantora Shakira. O capítulo V procura abordar os processos mais subjetivos e identitários dos fãs, abordo questões comportamentais dos fãs, as suas respectivas assimilações de atitudes no cotidiano inspirado nas respectivas divas, e assim como questões que envolvem a descoberta do desejo sexual por outros homens, empoderamento enquanto homem gay ou “bicha”, e a performance de uma identidade sexual que foge as normas tradicionais de gênero.

2 VENERANDO A DIVA: DO ESCAPISMO AO FORTALECIMENTO IDENTITÁRIO

A reflexão sobre o papel da mídia na sociedade contemporânea não pode estar dissociada de uma discussão que englobe o sistema capitalista e sobre como este se organiza para garantir lucros dos produtos culturais. Muitos autores (GIDDENS, 2002 KELLNER, 1990, CHOMSKY, 2013) têm afirmado o quanto a contemporaneidade está carregada de uma avalanche de informações e o tanto que os produtos culturais têm sido determinantes nas dinâmicas sociais. De forma a compreender o papel da mídia, é preciso adentrar em como as estratégias do sistema capitalista tem constituído e apropriado noções de cultura a fim de gerar lucro na sociedade atual, e perceber qual é o resultado disso na sociedade, sobretudo na construção das identidades dos sujeitos sociais. Compreender quais elementos contribuem e influenciam nos indivíduos é um exercício sociológico fundamental para refletir sobre os impactos que o sistema social junto à mídia vigente tem constituído nas sociedades contemporâneas

Pensadores de tradições marxistas (ADORNO & HORKHEIMER; 2002; CAULDWEL, 1971) contribuíram significativamente para pensar a produção cultural e, conseqüentemente, a mídia, firmando o seu poder de influenciar as massas e sua dinâmica de geração de lucro estabelecido por uma lógica capitalista. O capitalismo não se restringiu apenas à mais valia advinda dos trabalhos na indústria; é preciso levar em conta outras formas de garantia de lucro, e uma dessas novas formas é a apropriação do tempo livre dos trabalhadores, o lazer. Como destacado pelos teóricos da chamada “Escola de Frankfurt”, na sociedade moderna, a arte, a música, a cultura como um todo tornam-se mercadorias com objetivo de garantir lucro ao sistema capitalista e não mais com a intenção artística unicamente contemplativa.

Theodor Adorno (2002), ao observar a sociedade do consumo cultural estadunidense, criticou a degradação dos produtos culturais produzidos pelo sistema capitalista. Ainda que sua visão se fixe em certo ideal saudosista e erudito da cultura e da arte, seus apontamentos críticos ajudam a compreender as lógicas de produção cultural dentro do sistema capitalista. A sua contribuição para pensar a construção de identidade no sistema contemporâneo capitalista se dá justamente pelas percepções das intencionalidades do sistema capitalista que tem como objetivo primordial a garantia do lucro por meio da produção de bens culturais e artísticos, em

detrimento da mera contemplação artística. Os produtos culturais não são feitos, produzidos e criados com a intenção de garantir as premissas artísticas de contemplação do belo. Essa produção é resultado de uma indústria cultural que produz mercadorias muito similares, com diferenças poucos perceptíveis. Segundo Adorno, a similaridade é a garantia de uma produção repetida daquelas mercadorias culturais lucrativas. Para o autor, essa dinâmica causa uma infantilização dos consumidores, que consomem mais do mesmo, consomem aquilo que é sempre habitual e estão pouco abertos e são pouco capazes de experimentar e consumir formas artísticas contemplativas. Entretanto, essa leitura sobre o comportamento dos consumidores não permite a compreensão de outras possíveis relações que os indivíduos possam estabelecer com os produtos consumidos culturalmente, uma vez que Adorno não abre a possibilidade para outras interpretações ou relações com os consumidores culturais (ibid.)

A contribuição de Adorno (ibid.) para pensar esta pesquisa se dá sobre a sua reflexão a respeito de como esses produtos culturais se organizam de modo sistêmico e intencional na indústria. A intencionalidade da indústria capitalista na produção de uma mercadoria cultural não significa que o seu consumo será tido como passível pelos seus consumidores. A negação da possibilidade de agência dos consumidores coloca-os como meros receptáculos de intenção dos produtores culturais em um sistema capitalista. Pensar que os consumidores são meros seres infantilizados em sua totalidade não leva em conta as possíveis significações dos sujeitos contemporâneos ao consumirem produtos da indústria cultural. A realidade é dinâmica e mais complexa do que aquela vislumbrada pelos autores da Escola de Frankfurt. Significados, signos, e leituras dos produtos culturais produzidos são construídas também pelos consumidores. Esses significados não são dados através de uma via de mão única, em que uma mensagem é dada e recebida numa transmissão determinada tal como um circuito fechado. A dimensão dos significados do consumo de bens culturais é contextual e relacional (KELLNER, 2001; HALL, 2003). Por isso se faz necessário pensar em autores que extrapolam o assujeitamento dos indivíduos que consomem produtos culturais e, conseqüentemente, refletir sobre as contribuições que outras perspectivas teóricas têm elaborado nos últimos tempos.

Exemplo dessas contribuições são os Estudos Culturais. Segundo Stuart Hall (2003), é durante a metade do século XX que obras de autores como Raymond Williams (1968) e Edward Palmer (E.P) Thompson (1978) iniciam uma concepção da cultura para além do determinismo econômico e superestrutural, algo advindo das análises marxistas que envolviam as ideias e

conceitos sobre cultura. Hall enfatiza com frequência, em um capítulo específico de análise sobre os Estudos Culturais, uma crítica ao determinismo economicista da teoria marxista hegemônica e a uma certa imposição de uma leitura sempre economicista (Hall, 2003, pp. 137, 142 e 204). Ao citar Williams, Stuart Hall aponta que a definição de cultura proposta por Williams não é fechada, e sim democratizada e socializada, ela pertence e é compartilhada por todos. A ideia de cultura é algo “primitivo” e se refere inicialmente às ideias, ou seja, modos de pensar, conceituar, abstrair comportamentos sociais. Entretanto esse conceito proposto por Williams não se restringe apenas a esse aspecto “primitivo”. Para Hall, a cultura é definida como “uma soma das descrições disponíveis pelas quais as sociedades dão sentido e refletem as suas experiências comuns” (Hall, 2003, p. 135) As concepções do que é a arte também é englobada por Williams como objeto de estudo. A arte é parte da sociedade, está imbricada nela, assim como comércio e a política, ela está presente para ser estudada e investigada.

“Dizia-se que se tratava de uma cultura de dominação de classe, restringindo, desse modo, deliberadamente, uma herança comum a uma classe pequena, e, ao mesmo tempo, deixando para as massas a pecha de ignorantes” (William, 1968, pág. 95)

O texto *Ordinary Culture* (1968) de Raymond Williams dá início ao que posteriormente será conhecido como estudos culturais. Segundo Stuart Hall (2003), o texto escrito na década de 1950 não tinha pretensões concretas ou objetivas de criar um novo paradigma de pensamento. O surgimento dos Estudos Culturais, assim como outros paradigmas e correntes de pensamento, não foi resultado de uma escolha intencional. *Ordinary Culture* torna-se um marco justamente por considerar elementos úteis da visão marxista, a exemplo da influência do sistema capitalista na produção da cultura, e por negar uma epistemologia marxista que põe o consumo e a cultura do proletariado enquanto algo inferior à uma cultura burguesa e elitizada. De acordo com Williams: “*O tempo livre conquistado pela burguesia nos legou muitas coisas de valor cultural. Mas isso não equivale a dizer que a cultura contemporânea é uma cultura burguesa, um erro que todos, de conservadores a marxistas, costumam cometer*” (WILLIAMS, 1968 p. 95)

Outro aspecto relevante aos primeiros debates sobre cultura e mídia que vieram a se tornar o que se denomina hoje os estudos culturais, está em uma citação de Williams que Hall compartilha no texto *Estudos Culturais, dois paradigmas* (2003) conceituando cultura:

Já que a nossa maneira de ver as coisas é literalmente a nossa maneira de viver, o processo de comunicação, de fato, é o processo de comunhão: o compartilhamento de significados comuns e, daí os propósitos e atividades comuns; a oferta, recepção e comparação de novos significados, que levam a tensões, ao crescimento e a mudança. (Williams, 1965 apud Hall 2003, pag. 135)

A citação destrincha brevemente o conceito de comunicação vista como a necessidade de comunhão das maneiras individuais de ver as coisas. Daí o compartilhamento de significados comuns, visões comuns, signos. Hall explica que o sentido de cultura estabelecido na definição de Williams está além do conceito antropológico de soma de práticas descritivas, costumes ou culturas populares; trata-se de uma cultura que resulta da soma do inter-relacionamento das práticas sociais, um padrão de organização, dentro e subjacente às práticas sociais. A proposta do estudo da cultura é compreender as interrelações dessas práticas sociais e não as analisar isoladamente. As interrelações dessas práticas culturais precisam ser pensadas como um todo, como algo estrutural.

Williams tece críticas aos marxistas de sua época, apontando um “elitismo cultural” que pensaria a cultura como algo fechado, específico e determinado conceitualmente, uma ilha no meio da sociedade, em que seria possível apontar o que é cultura e o que não é. Esse elitismo cultural também consideraria que todo consumo cultural mais legítimo é um consumo da cultura burguesa, ou seja o consumo cultural fruto da intencionalidade do sistema capitalista, da indústria cultural. Como já dito, essa visão colocaria os consumidores como meros receptores passivos dos produtos criados e formados pelo sistema.

O autor considera que a produção cultural e, conseqüentemente, artística é feita dentro de um sistema capitalista e é condicionada por suas intencionalidades lógicas. Porém, afirma que a leitura da cultura está para além disso, ao afirmar que tudo é cultura, incluindo não só a produção artística e estética, mas também a vida comum. Afinal, a produção cultural e muitos dos costumes e produtos culturais não são necessariamente resultado de uma produção burguesa. O proletariado produz cultura, a consome, assim como cria suas dinâmicas e produtos e o seu consumo não pode ser visto como algo cego, passível e sem possibilidade de crítica, e de contextualização.

A visão inicial da análise da cultura massificaria os consumidores e os veria como seres passíveis de uma estrutura maior, a do sistema econômico, nessa perspectiva a visão marxista

como bem pontua Williams (ibid.) e Hall (2011) representaria uma noção fechada do contexto e do funcionamento da cultura. Seria necessário refletir sobre como a indústria e o sistema capitalista produzem seus produtos dentro de um aparato ideológico do sistema capitalista, entretanto seria necessário perceber também as contradições que esse sistema produz no momento em que seus produtos ganham dimensões para além das intencionalidades iniciais da indústria cultural, ou seja, para além do lucro. Os consumidores não são, dessa forma, meros consumidores alienados, uma vez que suas relações com seus produtos causam identificação, aproximação e contradições, os consumidores reagem aos sentidos postos e isso não pode ser desconsiderado. Essa provável divisão sugerida por Williams (1968) de que existiria “a aparente divisão da nossa cultura entre, de um lado, uma sofisticação remota e complacente e, de outro, uma massa entorpecida” (ibid. pag. 100), pode ser percebida ao olhar o local e nicho de consumo que a música pop ocupa dentro do mercado fonográfico e também dentro dos estudos acadêmicos. O pop seria o produto consumido pela “massa entorpecida”, e ainda que o texto de Williams tenha completado mais de meio século, os estudos que tratam do consumo cultural massificado permanecem marginalizados dentro do campo da sociologia.

Tendo em vista a relação de consumo já apresentada, é necessário se debruçar sobre dois conceitos para compreender o problema apresentado nessa dissertação: os conceitos de consumo e comunicação. Sendo a comunicação um meio de se propagar a cultura, de garantir uma compreensão social, é fundamental pensar o conceito de comunicação, pois este está imbricado na estrutura social. A noção mais tradicional de comunicação afirma uma relação simples e reduzida entre comunicador e receptor, em que a informação é produzida e passada para outros. (STUART HALL, 2003). Os problemas oriundos da não assimilação da mensagem do receptor seriam vistos apenas como ruídos e falhas dessa transmissão de informações. Esse conceito tradicional e clássico da comunicação coloca o receptor como um elemento passivo desse sistema, desconsiderando a gama de possibilidade interpretativas e conexões culturais presentes nesses sujeitos que consomem. Outros dois conceitos citados por Stuart Hall (ibid.) garantem a percepção dos significados das mensagens, em que existe uma parcial aceitação da intenção inicial do discurso da mensagem e outra de total recusa da mensagem do emissor. Essas duas formulações sobre o processo de comunicação garantem uma análise sob uma perspectiva dos estudos culturais, afinal os sentidos dados aos consumidores/receptores das mensagens podem emergir através dessas perspectivas. Analisar os sentidos dados pelos

receptores às mensagens advindas dos processos comunicacionais é algo fundamental para compreender as dinâmicas dos fãs que consomem as divas.

No que se refere ao consumo, enquanto ação dos indivíduos na história da sociedade, foi, segundo Collin Campbell (2001), pouco estudado nas épocas pré-modernas, e como consequência disso, teorias que explicam o consumo na modernidade tendem a não aprofundar a reflexão sobre o porquê os indivíduos não se satisfazem com os produtos consumidos, sempre existindo a necessidade de consumir o novo, o que o autor denominou de ânsia pelo consumo insaciável. Para Campbell, as explicações teóricas formuladas até então sobre o consumo sempre tendiam a atribuir o consumo a afirmação ou busca de uma posição do status social e a necessidade individual de garantir prestígio social pelo consumo. Essa busca pelo consumo seria estimulada pela competitividade entre os consumidores, ou baseando-as em sentimentos como inveja e desprezo entre eles. Tratar-se-ia, desse modo, de uma relação entre ter a possibilidade de consumir algo enquanto o outro não teria, usando assim esse consumo como meio de afirmação de status social, no qual os indivíduos não conquistariam um provável padrão de consumo, ou simplesmente um produto. É justamente nessa busca por uma explicação que trate da vontade insaciável do consumo que Campbell propõe uma leitura de um espírito do consumismo moderno baseado na satisfação momentânea do devaneio do consumidor.

O conceito de devaneio apresentado por Campbell é estabelecido pelo consumo de produtos que permitem “viver” o que se sonha, e o momento do consumo é o desejo de experimentar, na realidade, algo sonhado pelo consumidor. É no mundo real que o devaneio ocorre, um sonhar acordado que causa frustração, já que o sonho perfeito não é jamais alcançável. Para o autor, os indivíduos possuem devaneios, desejos, sonhos em que a prática hedonista está fixada numa autoilusão da experiência; consome-se imaginando suprir um sonho que não é possível. A explicação não está unicamente na materialidade do produto, tampouco na sua utilidade ou simbolismo que carrega consigo, mas sim no sentimento do consumidor com produto. Sendo assim, o desejo do consumo não está apenas sendo estimulado pela imagem, pela publicidade e pelos aparatos da indústria que tendem a incentivar o consumo, mas também pelos sonhos dos consumidores. É presumível que as pessoas possuem sonhos distintos e desejos que atravessam suas histórias de vida e experiências. O convencimento do consumo de um produto se daria pela ilusão de garantir a vivência desses sonhos no plano real.

Não à toa os indivíduos reagem de modo diversificado aos produtos que consomem. Assim como ninguém lê exatamente do mesmo modo um texto ficcional, o consumidor tem reações diversas com o que consome. Essas reações estão diretamente ligadas à maneira como se constituem enquanto sujeitos e com suas biografias. Campbell, ao afirmar que a conexão do devaneio com os produtos culturais são um exemplo de que a relação de consumo não é, em si, material afirma, conseqüentemente, que o consumo cultural na modernidade existe justamente por, em suas palavras, “servirem de apoio a elaboração de devaneios” (Campbell, 2001, pag. 135). É justamente através da imagem e na identificação muitas vezes estabelecidas com personagens ficcionais que os consumidores estimulam, criam, vivem seus devaneios e consomem os produtos culturais. Campbell reitera que o sentimento pós-consumo é de frustração, afinal o sonho na realidade concreta não existiu. É necessário, então, para o consumidor consumir outro produto a fim de suprir essa necessidade própria do hedonismo contemporâneo.¹⁴

Ainda sobre o consumo dos produtos culturais, Campbell afirma que esses produtos têm importante papel para a manutenção do ciclo de devaneio, sonho e frustração, uma vez que romances, programas de TV, filmes, músicas por exemplo, se servem de apoio para a elaboração dos devaneios por parte dos indivíduos. O autor conclui que: “É por esse motivo que é mais apropriado conceber esses produtos culturais como capazes de proporcionar o material para os devaneios do que como sendo de devaneios.” (Campbell, 2001, p. 135). Dessa forma, ao pensar sobre os produtos culturais e sua relação de consumo pelos indivíduos, é fundamental perceber que o produto não é um sonho em si; consumir um produto cultural não garantiria o vivenciar do devaneio e sim o estimular devaneios. Em outras palavras, a provável identificação e posterior consumo pelos indivíduos com os produtos culturais se daria pelo estímulo de devaneios, e não sendo o devaneio em si, não resultaria então em frustrações imediatas. O produto cultural não frustra o sonho que não pode ser vivido na realidade; ele estimularia o vivenciar do sonho.

O consumo cultural, nesse caso das cantoras da música pop, se dá através da imagem publicitária e de todo seu aparato mercadológico de suporte, podendo causar uma identificação dos consumidores com as imagens das divas. Ou, como citado por Campbell ao falar sobre os

¹⁴¹⁴ O autor alternar o uso dos termos modernidade e contemporaneidade durante o texto, dando impressão de os dois termos são sinônimos.

produtos culturais, “[...] os indivíduos podem se identificar com personagens ficcionais, ou reagir com variáveis graus de emoções em passagens contrastantes da história.” (KELLNER, 2001, p. 135). A diva pop pode ser lida como uma personagem ficcional, uma vez que a sua imagem tem nítida intenção de garantir o consumo do produto cultural, e como proposto pelo autor, despertar possibilidades de devaneios. Sendo assim, a personagem ficcional, nesse caso a diva, pode resultar em duas possibilidades de consumo: uma identificação ou um reagir emotivo. As duas opções aparentam não serem excludentes, uma vez que uma opção pode complementar ou estar presente na outra. Entretanto, a fim de aprofundar as duas possibilidades de recepção, torna-se relevante refletir sobre as contribuições a respeito das identidades contemporâneas, seu construto e suas tensões dentro das estruturas sociais vigentes, e por fim, pensar a respeito das reações emotivas dos consumidores com suas respectivas figuras ficcionais, nesse caso a possível devoção das divas pop por seus fãs homens gays.

Diversos pensadores e pensadoras têm discutido nas últimas décadas sobre as identidades dos sujeitos modernos, contemporâneos e pós-modernos. A dedicação para refletir a respeito desse tema surge justamente pela aparente crise identitária dos sujeitos na contemporaneidade (STUART HALL, 2015). Alguns autores/as tentam legitimar essa tensão colocando os conceitos de identidade em dois polos distintos: a identidade do sujeito moderno e a identidade do sujeito pós-moderno. A aparente equação dessa tensão sugere que, enquanto a identidade moderna declina, a identidade pós-moderna ascende. (HALL, 2015; KELLNER, 2011, GIDDENS, 2002).

Segundo Stuart Hall (2015), durante um possível crescimento da individualidade na modernidade, o indivíduo não é visto mais de modo isolado, mas sim como um sujeito social que se encaixa na estrutura social, interagindo com o meio social através do Estado e da indústria. Deste modo, o indivíduo começou a ser visto como algo definido e localizado dentro das grandes estruturas e dos pilares que sustentavam a sociedade moderna. Hall (2015) afirma que mais dois acontecimentos aprofundaram a complexidade dos indivíduos: a teoria darwinista que “biologiza” o indivíduo e as ciências sociais que caracteriza as subjetividades e

sustentações dos indivíduos dentro das estruturas sociais através da crítica ao modelo dual do racionalismo proposto por René Descartes ¹⁵.

O declínio da concepção moderna de indivíduo ocorre em virtude de uma série de rupturas nos discursos do conhecimento moderno. Assim, cinco grandes fatores que contribuíram para esse deslocamento responsável pela crise de identidade, a saber: a) a releitura da obra de Karl Marx feita na década de 1960, que aponta uma negação da agência dos indivíduos; b) a percepção de que a formação da identidade dos sujeitos não advinha de um processo puramente consciente, mas sim de algo inconsciente, que está em contínua formação, e nunca está fechado ou completo, como proposto por Sigmund Freud e Jacques Lacan; c) a percepção de que a construção da identidade se dá através da diferenciação do outro, como elaborado pelo estruturalismo de Ferdinand de Saussure; d) o poder disciplinar das instituições modernas, tal como percorrido por Michel Foucault, que controlam o corpo a fim de produzir um corpo dócil e consequentemente aumentando a individualização e por último, e) a emergência do movimento feminista que, através da demanda por direitos sociais, desencadeou a politização das identidades sexuais e de gênero e questionando também a noção de humanidade colocando a diferença sexual como ponto a ser abordado. (HALL, 2015)

Dentro da tradição sociológica, o debate sobre identidade ganha destaque na obra de vários autores, a exemplo do inglês Anthony Giddens. A perspectiva sociológica de Giddens contribui para a reflexão sobre a identidade ao afirmar que na modernidade o “eu” é uma construção reflexiva entre variadas opções de possibilidades, dentro de um posicionamento local-global. Para Giddens, o “eu” não é uma entidade passiva determinada por influências unicamente externas, como a escola, a família e a religião; e nessa relação, a mídia tem um papel central na constituição da autoidentidade e das relações sociais no mundo moderno. A mídia se destaca, nesse contexto, por ser um aparato comunicacional presente e contínuo no cotidiano dos sujeitos sociais. A avalanche de informações na contemporaneidade pode ser vista como exemplo dessa relevância.

Apesar de Giddens apontar para a relevância da mídia na construção do “eu” nos sujeitos contemporâneos, é através de outro sociólogo, o estadunidense Douglas Kellner (2001),

¹⁵ A concepção de Rene Descartes apresenta o sujeito pensante quando ser separado da matéria, estabelecendo assim uma distinção entre matéria e mente. Na concepção da mente estava o sujeito individual, racional, pensante e consciente.

considerado um dos grandes nomes dos estudos culturais naquele país, que a mídia, e particularmente a cultura pop, se convertem em centro das análises das construções de subjetividades. Para Kellner, a mídia produz constantemente modelos de comportamentos, de identidades, e modos de viver, se vestir e agir no mundo contemporâneo. É nesse contexto que, segundo o autor, as ideias de identidades que se referiam a compromissos, escolhas morais, políticas e a questões existenciais na modernidade, são substituídas por identidades pós-modernas ou contemporâneas em que “a aparência, o jeito de ser e a imagem substituem coisas como a ação e o compromisso na constituição da identidade, daquilo que alguém é.” (KELLNER, 2001, p. 333).

Para Kellner (ibid.), as identidades atuais estão carregadas de contradições e tensões, e que a busca por uma identidade tanto em âmbito pessoal (estilo de vida, aparência e imagens particulares) e em âmbito coletivo (políticas de identidade racial, de gênero e sexualidades) são constantes e contínuas no mundo contemporâneo. Os indivíduos têm a possibilidade de construir e elencarem elementos identitários através da imagem, do estilo e do modo de agir. Ainda que para o autor essa viabilidade de construção identitária signifique uma identidade “rasteira” e “trivial”, a possibilidade de mudança identitária pode ser vista como uma aparente liberdade, uma não rigidez identitária, como já apontou Giddens (2002). Esse fenômeno é resultado da cultura da imagem, que cria identidades extremamente instáveis ao mesmo tempo em que cria aberturas para reestruturar a identidade pessoal (Kellner, 2001, pag. 330). É justamente através de imagens, ou de personagens ficcionais como sugeriu Campbell (2001) que têm sido apresentadas as possibilidades de construção identitária pela cultura da mídia. Kellner (2001) afirma que ícones da cultura da mídia têm demonstrado que a identidade é uma questão de escolha e ação individual, e que cada um pode produzir a sua identidade própria e também exclusiva. Sobre essa relação, o autor ainda afirma que:

“Em vez de construir algo parecido com um sujeito ou de interpretar indivíduos para que eles se identifiquem com sujeitos, a cultura da mídia tende a construir identidades e posições de sujeito convidando os indivíduos a identificarem-se com figuras, imagens ou posturas bem específicas, como o homem Marlboro, a mulher Virginia Slims, uma mãe de novela ou Madonna” (Kellner, 2001, p. 333)

É nítida a relevância dada à cultura da mídia para Kellner, tendo em vista que toda sua argumentação se centra na influência dessa indústria nos sujeitos. Na obra “Cultura da Mídia”

(2001), Kellner já exemplificava o poder de figuras da música, a exemplo da cantora Madonna, na construção identitária dos jovens consumidores da música pop. Nesse livro, o autor afirma ainda que: “Certas figuras da mídia, como Michel Jackson e Madonna, mostram que identidade é construído, que pode ser constantemente modificada, refinada, requintada, que a identidade é uma questão de imagem, de estilo, de aparência” (pag.331). Para Kellner, as artistas transitam entre distintas identidades e personagens; Michel Jackson era um negro que agora se tornou branco; Madonna era uma garota vestida com glamour e sendo desejadas por homens em um vídeo, e em outro ela apresenta uma devota que venera e se apaixona por um Jesus Cristo negro. As imagens passadas pelos artistas combinam diferentes características em distintos momentos de suas trajetórias.

A relevância dessas figuras da mídia para a construção das identidades dos sujeitos na contemporaneidade foi trabalhada por Kellner uma década depois no texto “*Cultural Studies, Multiculturalism and Media Culture*” publicado na obra “*Gender, Race and Classe in Media*” lançado em 2011, no qual aborda especificamente as divas da música pop. A importância dada às figuras da mídia, e nesse caso, as divas pop, tem resultado em trabalhos acadêmicos não apenas em países europeus e de língua anglo-saxã, mas também no Brasil, como os trabalhos recentes de Livia Boeschstein Santos (2017), Thiago Soares (2013a) e Simone Sá (2015). Apesar da relevância dada por sociólogos como Kellner e Giddens no que tange à influência da mídia nos sujeitos, a maioria das produções que engloba as influências dessas divas-figuras da mídia está concentrada no campo dos estudos da comunicação. Para compreender a importância dessas figuras do pop na cultura de massa, é essencial refletir sobre o surgimento das primeiras divas da música e como essas figuras foram sendo construídas ao longo da história.

É perceptível que os estudos culturais trazem reflexões importantes para compreender essas figuras da mídia no desencadear da sua formação até os dias contemporâneos. Autores como Kellner, Williams e Hall abrem a possibilidade de analisar as lógicas dos consumos culturais para além de intencionalidades do lucro do sistema capitalista e circuito comunicacional tradicional, possibilitando, dessa maneira, a percepção de uma gama de observações. Afinal, os consumidores culturais podem ressignificar e dar sentidos àquilo que consomem. Sendo assim, que sentidos são atribuídos pelos homens gays aos produtos culturais consumidos? E porque razão os produtos culturais consumidos pelos gays aparentam ser majoritariamente as divas pop? São os homens gays os que mais se destacam dentro dos

fandoms? Para entender essas questões, e não necessariamente respondê-las de modo definitivo, é necessário se debruçar sobre algumas reflexões já produzidas que relacionam adoração e consumo, e também o pertencimento das divas no que aparenta ser uma cultura gay ocidental.

No texto “*The Faulous Sublimity of Gay Diva Worship*” (2005), Brett Farmer afirma que as mulheres vistas como divas na mídia, são peça vital para a produção do que seria uma cultura gay, e a manutenção desse fato se dá para variedade de fontes de prazer que os LGBTs possuem. Farmer fala sobre ampla possibilidade de sentimentos, prazeres e desejos que os gays possuem e que podem ser expressados por essas figuras femininas. Outro autor que discute sobre a grande admiração dos homens gays com figuras femininas, é o estadunidense Daniel Harris. Harris (1997), assim como Farmer, usa parte de sua experiência pessoal de descoberta da sexualidade para explicar o fanatismo por figuras femininas. A vivência do autor em uma cidade interiorana na Inglaterra teria aumentado ainda mais seu processo de diferenciação com a heteronormatividade da sua comunidade, a qual ele denomina como uma cidade “caipira” e, conseqüentemente, repleta de normas heterossexuais. Paralelo a isso, as divas do cinema hollywoodiano se tornaram mulheres deslumbrantes. Os jeitos, os sotaques e suas delicadezas eram copiados e interpretados. Harris afirma que o desejo não era de ser uma diva do cinema, mas o desejo era o de viver em seu mundo de poder, de luxúria, de excentricidade sexual. Era um meio de contra-atacar o mundo homofóbico ao redor e ao mesmo tempo estabelecer demarcação de superioridade cultural e emocional, em que a delicadeza e a linguagem culta eram afirmação de uma diferenciação cultural, de pertencimento à uma utópica comunidade gay.

O envolvimento com as divas do cinema estadunidense se tornava um aspecto de aprofundamento psicológico e político para os gays, pois garantiria um fortalecimento da rede afetiva através de uma superioridade contra a “sociedade paroquial”. O culto às divas também seria capaz de garantir personas e estereótipos gays de alta estética, cultos e sensíveis. Daniel Harris apresenta o conceito de Estética do Desajuste, em que afirma que a adoração de gay pelas divas, não poderia ser explicada pela diva em si, mas pela experiência universal de ostracismo e insegurança dos gays. A Estética do Desajuste ocorreria justamente quando os gays buscariam na experiência da diva, nesse caso da diva cinematográfica, um modo para se elevar num ambiente antagônico. Esse processo seria duplo, segundo Harris, pois ao afirmar

essa superioridade, o homem gay simultaneamente expressaria o pertencimento à um submundo hedonista, cercado de prazeres, desejos e sentimentos assim como mencionado por Farmer.

A relação apresentada por Daniel Harris até aqui possui uma limitação temporal; o uso estratégico dessas divas enquanto escapismo¹⁶ ocorre antes da revolta de Stonewall. Para o autor, existe uma cisão na lógica de adoração dos gays para com as divas, o seu uso e sua utilidade é alterada. Se antes as divas eram usadas de maneira a incitar um senso de poder inexistente de uma minoria difamada, após Stonewall, a diva tornar-se-ia um mecanismo de fortalecimento e demonstração de poder dos gays. Para o autor, trata-se de um “modelo psicológico de militância” ajudando a radicalizar o sentido de sub-mundo gay.

Do mesmo modo, Francisco Lacerda (2015) afirma que diversos grupos LGBT aparentam possuir seu arcabouço cultural permeado por divas, sejam elas nacionais ou internacionais. Os homens gays parecem possuir suas preferências por divas, tal como os homens heterossexuais possuem seu time de futebol favorito. David Harris compara o antagonismo na relação de gays que almejam viver no mundo de poder das divas do cinema com homens heterossexuais sedentários fãs de futebol. Os dois grupos são fanáticos por realidades distintas das suas. Ambos aparentam lógicas de pertencimento e diferenciação entre grupos. Os debates acerca de tais temas são disputas inegavelmente acirradas. Os desempenhos de suas divas nos chats¹⁷ para homens gays parecem estar como para a tabela de campeonato de futebol para homens heterossexuais. Arlei Damo (2002) demonstra bem essa rivalidade entre grupos de homens heterossexuais, assim como o pertencimento ao grupo e a lealdade dos homens que pertencem a esses grupos. É fato que dentro da gama de possibilidades de divas no mundo contemporâneo, e dentro das possibilidades de vivências sexuais e identitária não consideradas socialmente como heteronormativas, existe um leque de possibilidades entre esses dois grupos: LGBTs e divas da música.

O consumo pode contribuir para uma possível identificação dos sujeitos contemporâneos com determinados modelos de identidades, e, no que se refere às identidades sexuais e de gênero, alguns processos de identificação se afastam de padrões hegemônicos, nesse caso, da heteronormatividade. O termo heteronormatividade pode ser definido como uma

¹⁶ Termo utilizado por Daniel Harris em que o autor pretende afirmar que existiria uma “fuga” da realidade.

¹⁷ Desempenho através de *ranking* em vendas de singles, CDs, videoclipes e execução de músicas/clipes via internet, ou seja todo produto cultural vendido. Em todo mundo existem, revistas e site especializados em construir esses quadros comparativos de vendas. (SOARES, 2013)

norma que pressupõe a heterossexualização do desejo para todos os corpos, como citou Judith Butler (2014). A heteronormatividade decorre de uma divisão binária e assimétrica entre masculino (macho) e feminino (fêmea), na qual corpos vistos como masculinos devem seguir a norma de se relacionar com corpos femininos, e vice-versa. A respeito da relação entre o sexo (biológico) e gênero (cultural), Butler afirma que existe uma hipótese da relação mimética entre sexo e gênero “na qual o gênero reflete o sexo ou é por ele restrito” (2014, p. 24). Assim, os corpos vistos como masculinos devem possuir o gênero masculino e se relacionar sexual e afetivamente com o seu oposto, os corpos femininos que conseqüentemente devem carregar o gênero feminino.

A paixão pelas divas ou a simples existência de um fanatismo no consumo, é geralmente apontado como algo patológico por críticos da mídia. Autores como Brett Farmer (2005), David Harris (1997) e Daniel Cavicchi (1998) refutam as concepções desses críticos, que acabam por seguir um padrão moralista e centrado numa concepção de normalidade. Farmer afirma que esses fãs são normalmente rotulados como homens histéricos, ou seja, gays excessivos, irracionais e efeminados. Por sua vez, Daniel Cavicchi, em pesquisa feita com fãs do cantor estadunidense Bruce Springsteen, demonstrou que os próprios fãs achavam que o comportamento fanático era um comportamento esperado de garotas adolescente, ou de mulheres. Durante toda a sua obra, Cavicchi repudia a visão crítica de alguns autores da mídia, que a todo custo tentam patologizar o comportamento da audiência, aproximando a existência de *fandoms* com características geralmente femininas depreciativas. Ser fã aparentava ser alguém incapaz de possuir equilíbrio emocional, e de ter ciência de sua própria razão; seria uma pessoa afeita a devaneios e a fantasiar relações sociais artificiais com figuras da mídia. Por vezes as explicações para essa possível patologia eram justificada por questões hormonais, biológicas e como já dito, próximas à feminilidade. Não por acaso, esses mesmos atributos são postos para os homens gays. A negação de uma possível masculinidade hegemônica é tida como uma aproximação à feminilidade, num jogo social e estrutural de dicotômico. Na medida em que não ser um homem hegemônico heterossexual torna-o um homem próximo à feminilidade, a explicação para a veneração das divas por homens gays se nutre dos mesmos sentidos dados aos críticos da mídia ao pensar sobre o fenômeno dos fãs. Os fãs gays teriamas mesmas características patologizantes usualmente dadas às mulheres, são gays histéricos. O fanatismo e a veneração aparentam ter uma relação tautológica, em que a feminilidade é patológica por ser simplesmente feminina nas concepções binárias e antagônicas da sociedade.

Se por um lado, os críticos da mídia citados por David Cavicchi viam os fãs como um resultado perigoso da “cultura de massa”, por outro lado, a existência desses fãs seria um fenômeno da indústria capitalista ocidental iniciada em 1700. O comportamento da audiência perante os produtos culturais, desde as divas da ópera até os dias contemporâneos, era percebido por Cavicchi como uma adaptação e reação do público com esses produtos do sistema. Seria um meio de agir e entender a dinâmica do capital dentro do âmbito cultural. É através do comportamento desses fãs que Cavicchi expôs a vasta complexidade e idiossincrasias da relação entre esses sujeitos e seus ídolos, ao ponto de ser possível comparar essa veneração com a adoração religiosa.

Adorar, venerar, endeusar, e enaltecer, são sinônimos usualmente religiosos, e utilizados nas comunicações entre fieis de diversas religiões. Esses verbos exemplificam, de certo modo, uma relação de proximidade entre o consumo cultural e a religiosidade. A percepção do comportamento de adoração, a efusão desses grupos e a verbalização de conceitos tão religiosos, direcionaram alguns pesquisadores a aprofundarem suas análises sobre *fandom* através da obra clássica “As Formas Elementares da Vida Religiosa” do sociólogo francês Émile Durkheim (1996). O livro traz consideráveis contribuições para refletir a respeito do comportamento social das sociedades industriais, através de umas das constatações mais notórias do autor, que afirma que toda sociedade é estruturada com elementos sociais e lógicas culturais que descendem das mais “primitivas” e elementares religiões. Esse fato possibilitaria ver as dinâmicas desses *fandoms* como desdobramentos de aspectos religiosos vistos como mais “primitivos”. Para Durkheim, vários fenômenos do cotidiano podem possuir elementos vistos nas religiões mais antigas de nossa sociedade.

Apesar das excelentes contribuições que o livro de Émile Durkheim pode trazer à essa pesquisa, a presença das contribuições de outros autores baseados numa visão durkheimiana demonstram ser mais úteis para o objetivo desse trabalho. A obra “*Tramps Like Us*” de David Cavicchi (1998) e o texto “*Fandom as a religion form: on the reception of pop music by Cliff Richard fans in Liverpool*” da pesquisadora alemã Anja Löbert (2012) trazem algumas aproximações das dinâmicas dos fãs que se assemelham com aspectos da religiosidade. Cavicchi, a princípio, afirma a existência de semelhanças dos fãs de um cantor estadunidense com alguns aspectos religiosos do protestantismo estadunidense, mas considera que as equivalências não condizem com uma completa conformidade, refutando assim, a ideia de que

os grupos de fãs constituem de fato uma religião. Essa afirmação do autor pretende negar possíveis atribuições ao comportamento de consumo cultural como a dimensão transcendental da religiosidade junto a todo um significado construído ao decorrer da história das religiosidades. Ter características comportamentais e organizacionais semelhantes às lógicas religiosas não torna os *fandoms* um tipo de religião. Trata-se, portanto, de características embrionárias da religião percebida em relações sociais contemporâneas. Cavicchi ainda afirma que:

“O uso da linguagem religiosa pelos fãs para explicar e pensar sobre os *fandom* e deixar nítido os paralelos entre o seu comportamento com os cristãos não significa que os *fandoms* sejam uma religião; em vez disso, eles, eles apontam para o fato de que o *fandom* e a religião estão abordando questões de preocupações e envolvimento semelhantes.”

(CAVICCHI, 1998, p. 187)

Sendo assim, é possível elencar alguns pontos-chaves apresentados por Cavicchi e Löbert ao estudar grupos de fãs. Uma das primeiras observações pontuadas pelas autoras é dicotomia entre sagrado e profano para os fãs. As regras que estabelecem essa separação estão presentes em várias situações comportamentais, seja no momento de dividir a audiência de um/a determinada/o ídolo, para firmar quem realmente seria fã ou quem seria um “fã qualquer”, seja no momento de estabelecer o que se pode ou não fazer em situações rituais, como show, compra de produtos, ou simplesmente assistir a figura midiática no meio de comunicação. As regras que estabelecem o sagrado e o profano, e a permissividade de determinados rituais é estabelecida pelo próprio grupo de fãs. Um exemplo notório é a presença de fãs em shows, o posicionamento do público em relação ao palco se fixa de acordo com o grau de seriedade e devoção dos fãs presentes. Seria esperado que fãs mais devotos ficassem mais próximo ao palco e, conseqüentemente, se esforçassem mais para estarem mais próximo do ícone midiático, enquanto os menos devotos deveriam ficar mais afastados, tendo um comportamento adequado com o ambiente, dando espaços para quem de fato adora seu artista, os fãs reais. Um exemplo citado por Löbert era o ato de “profanação” ao falar alto durante um show, ou simplesmente tomar bebida alcoólica ou se retirar para ir ao banheiro. Para alguns fãs, a presença de pessoas que não sejam fãs, ou a ideia de levar cônjuges a um show, que não seja fã do artista em específico é vista como uma demonstração de profanação do show.

É também durante os shows que tanto Cavicchi quanto Löbert, notaram os momentos de maiores efusões emotivas dos fãs. A experiência não se tratava de uma simples apresentação teatral ou mecanizada; os fãs percebiam cada detalhe do show, cada situação no palco tinha uma explicação e uma razão para acontecer, sobretudo quando os fãs seguiam em caravanas para assistir shows de uma mesma turnê por várias vezes. Para os fãs, cada show era diferente e tinha uma razão para tal. A experiência durante o concerto era tão forte que Cavicchi coletou entrevistas de fãs comparando a vivência no show como algo quase religioso. Os efeitos segundo o autor eram similares às experiências espirituais do protestantismo estadunidense. Para os autores, o show seria um ritual coletivo de maior importância para os fãs. Justamente pela capacidade de vivenciar uma experiência quase espiritual e ser um ápice da expectativa dos fãs, que a quebra de algumas regras, essas estabelecidas de acordo com cada público de fãs, quando infringidas são vistas como profanas.

Os rituais dos *fandoms* possuem algumas características gerais, enquanto o show é o ápice da vivência de um ritual coletivo, o encontro pessoal com a/o ídolo¹⁸ seria o ápice de um ritual individual. Outros rituais são elencados pelos autores, como a compra de um novo álbum na loja, que pode ser feita junto a outros fãs, ou individualmente, como ouvir uma canção especial sozinho em casa, sendo esta última denominada como um ritual individual de veneração do artista. Situações das mais diversas do cotidiano são postuladas enquanto sagradas e profanas pelos fãs. Cavicchi afirma que enquanto o show é uma apresentação musical que se encerra de fato ao término do show para as pessoas comuns, para os fãs o show é apenas um ápice de uma série de rituais diários, e que o fim do show é apenas a conclusão de uma etapa ou fase da adoração continua dos fãs. A respeito das questões ritualísticas estabelecida pela lógica dos fãs, e que se aproximam as proposições de religiões embrionárias descritas por Émile Durkheim, Löbert propôs um quadro de referência para categorizar os rituais dos fãs:

Tabela 1 Correlação de rituais individuais e coletivos

	Presença da/o ídolo	Ausência da/o ídolo
Presença de fãs colegas	Interação primária do ritual	Interação secundária do ritual

¹⁸ *Meet and Greet*: encontro pessoal entre um fã e um ídolo musical possível através do pagamento de um ingresso específico e limitado durante as vendas.

Ausência de fãs colegas	Ritos especiais	Culto individual
--------------------------------	-----------------	------------------

Fonte: (LÖBERT, 2012, p. 136)

Outro fenômeno apontado por Cavicchi é o da acumulação de objetos e materiais físicos, CDs, DVDs, recortes de jornais, revistas, sacolas de compra, boletos, crachás, pulseiras e etc. Objetos e coisas mais comuns ganham significado sagrado para os fãs; cada material possui um sentido, narrativas e principalmente sentimentos. Coletar esses objetos enquanto sagrados significa também usá-los de forma ritualística, esperar momentos certos e especiais para utilizá-los, observar, tocar e vivenciá-los trazendo consigo toda lembrança acumulada naquele objeto. As reflexões durkheimianas de totens e estabelecimentos de objetos sagrados nas religiões, assim como seu uso em situações ritualistas é um exemplo da aproximação do comportamento religioso com as dinâmicas dos fãs.

Ser fã pode ser visto como uma patologia como já dito acima por alguns críticos da mídia, porém ser fã para os *fandoms* significa um processo gradual da assimilação de valores, gostos e comportamentos. Se tornar um fã não é simplesmente consumir o produto cultural; é preciso vivenciá-lo, dar sentido a esse consumo, venerar de fato o artista, é necessário ser legitimado pelo *fandom* enquanto fã, tal como passar por um processo de conversão religiosa, algo apontado por David Cavicchi em sua obra. Na conclusão de seu livro, o autor resume a respeito da relação entre cristianismo (nesse caso, o protestantismo estadunidense) e o *fandom* do cantor Bruce Springsteen que:

“Conectado a essa conversão existe o fato de que o cristianismo e o *fandom* envolvem um particular tipo de orientação moral em que as pessoas derivam significado e valor não através de uma comunicação direta com o outro, mas sim com sinais e representações; Enquanto a vida dos cristãos em curso, a devoção a Deus envolve uma interpretação da Bíblia e também pensando em como a vontade de Deus é revelada em suas vidas, então os fãs ao seu modo, no seu cotidiano de devoção à música se envolvem com a interpretação das músicas de Springsteen e se embaraçando sobre como a música aborda suas experiências pessoais.” (Cavichi, 1998, pág. 186)

O autor ainda afirma que esse compartilhamento de características das comunidades cristãs e o *fandom* se baseiam por uma estrutura semelhante, fundada em um específico, porém amplo, leque comportamentos de devoção, rituais e tradições que acabam por perpetuar a

adoração. É na presença desse compartilhar de valores e de comportamentos dentro da comunidade, muitas vezes desterritorializada do espaço geográfico, haja vista as experiências via internet, redes sociais e novas mídias; que Cavicchi aponta que por muitas vezes os fãs possivelmente constituem suas identidades. Ao decorrer da obra de Cavicchi relatos sobre as experiências em grupos de fãs e adoração desembocaram em elementos constitutivos de uma imagem pessoal. Segundo o autor, foi relatado que os fãs usavam as suas relações e experiências nos *fandoms* para pensar a respeito de sua identidade e sobre a constituição do seu eu. Os fãs também afirmaram que as letras das canções do Bruce Springsteen seriam usadas como um espelho para observar e pensar sobre si mesmo, existia também um processo de reconhecimento dos fãs com o seu ídolo.

O reconhecimento dos fãs com seu ídolo, segundo Cavicchi, era mediado por questões de níveis social-estrutural. Muitos fãs relatavam que questões como a de gênero, nacionalidade, classe e raça poderiam ser catalisadores para uma conexão mais rápida tanto com as obras do cantor quanto com a figura em si do artista. Como já dito anteriormente, os entrevistados na pesquisa de Cavicchi tendiam a acreditar que o nível de fanatismo e, conseqüentemente, de adesão à adoração do cantor era algo mais frequente entre mulheres mais jovens, portanto vistas socialmente como mais imaturas ou ainda sem o pleno desenvolvimento da razão. Em suma, a ideia de que ser fã é algo de garotas adolescentes.

É com a utilização dos conceitos fundamentais dos estudos culturais que se torna possível adentrar na subjetividade dos indivíduos que consomem os produtos culturais produzidos pela cultura da mídia. Nesses sentidos dados pelos receptores que se tornam consumidores, pensadores que repercutem as discussões durkheimianas como Cavicchi se tornam fundamentais para perceber as atribuições de significados no sentido religioso e elementar dos membros dos *fandoms*. Nesse aspecto, o processo reflexivo de construção identitária apontadas por Giddens junto as questões de normas de gênero e identidade sexuais pensadas por Judith Butler e Daniel Harris surgem como basilares para analisar os dados colhidos nessa pesquisa.

No capítulo seguinte, apresentarei minhas estratégias metodológicas para coletar dados durante o campo e meios para garantir relatos que expressem questões identitárias e subjetivas dos homens gays que consomem três divas pop.

3 CAMINHOS PARA OS *FANDOMS*

Como toda pesquisa acadêmica, os percalços pautam todo o processo de construção do trabalho. Existem diferentes problemas e situações no caminhar da pesquisa sociológica. Particularmente nesta pesquisa, duas questões apresentaram-se como desafios para a sua realização: o fato de o pesquisador se identificar enquanto homem gay e enquanto fã de uma cantora pop¹⁹. A priori, as duas características pareceram contribuir mais do que atrapalhar a pesquisa, uma vez que o contato prévio do pesquisador com o campo de análise possibilitava melhor descrição e recorte do campo. Contudo, compatibilizar essa familiaridade com o tema e a necessidade de “estranhamento” por parte pesquisador às vezes parecia se tornar algo difícil de ser alcançado. Esse capítulo discute as estratégias metodológicas escolhidos para garantir a viabilidade da pesquisa e algumas considerações de cunho pessoal que julguei relevante para a problemática do trabalho de campo.

É através do método científico que a ciência ocidental e, particularmente, a sociologia, pretende alcançar possíveis respostas aos problemas e questões surgidos na sociedade. Com a intenção de utilizar meios para garantir respostas e validação científica, e nesse caso dentro do espectro sociológico, foram elencadas a etnografia e a entrevista narrativa autobiográfica como métodos de investigação. Para isso, é necessário observar não apenas as singularidades das questões sociológicas postas, como também perceber a dinâmica do campo a ser estudado. As escolhas metodológicas tentam, assim, coadunar com as especificidades do campo almejando responder sociologicamente o problema elaborado, garantindo os objetivos apontados.

A pesquisa buscou compreender lógicas de consumo culturais e como essas lógicas influenciam a construção de identidades sexuais de homens que se auto identificam como gays; para tanto, a pesquisa adentrou no campo das percepções desses consumidores culturais e as conexões por eles estabelecidas entre consumo e subjetividade. A pesquisa qualitativa é um

¹⁹ Durante o começo da adolescência, me tornei fã da cantora estadunidense de pop (um pop mais próximo ao rock), a P!nk. Trabalhei no site de fãs brasileiro como colaborador e webmaster por 2 anos, o Pinkbrasil.com, e organizei um evento na Boate Metrópole em homenagem à cantora no ano de 2012. Sempre fui reconhecido pelos *fandoms* das demais cantoras, como um fã da P!nk. Em 2013 fui notícia na Rádio Jovem Pan e no site Popline (portalpopline.com.br/fa-brasileiro-rouba-a-cena-durante-show-da-pnk-na-alemanha/) por ter presenteado a cantora durante um show na cidade de Hamburgo – Alemanha, isso consolidou ainda mais visão de outros fãs de cantoras pop como um fã da P!nk.

meio para perceber esse consumidor cultural. Estudar a cultura é adentrar nos sujeitos, a respeito desse estudo Raymond Williams (1965) afirma:

“[cultura significa] um modo específico de vida que expressa determinados significados e valores não apenas na arte e na educação, se não também nas instituições e no comportamento cotidiano. Analisar a cultura consiste segundo essa definição, em elucidar os significados e valores implícitos e explícitos num modo de vida concreto, uma cultura concreta” (Williams, 1965, p.19)

3.1 Etnografia

Assim sendo, a etnografia surgiu enquanto meio de adentrar nessa cultura singular de consumo. A etnografia se situa num jogo de identificação e diferenciação, em que é necessário se familiarizar com o outro quando existe uma diferença cultural, e buscar alteridade quando existe uma aproximação. É nesse jogo apontado por Telmo Caria (1999) que o trabalho pretendeu traduzir os contextos dos *fandoms* à uma linguagem científica e, conseqüentemente, à uma reflexão sociológica. É importante ressaltar o exercício de distanciamento cultural para perceber alteridade cultural visto no objeto de estudo.

A etnografia auxilia na compreensão das estratégias de construção das identidades, através da percepção de signos e significados dos contextos culturais. Nesse processo de adentrar ao campo foi possível observar o comportamento dos *fandoms* de duas cantoras pop dentro dos espaços de sociabilidade de homens gays na cidade do Recife. Vale ressaltar que esse processo de consumo aparenta causar disputas entre os fãs, explícitas sobretudo nas performances realizadas pelos fãs nas boates. Os fãs incorporam as coreografias e assumem as corporalidades das suas respectivas divas, afirmando disputas de dança e coreografias entre si.

O campo escolhido para a realização da etnografia centrou-se nas boates direcionadas ao público LGBT da cidade do Recife. No período da pesquisa, existiam na cidade três boates especificamente direcionadas ao público LGBT, com evidente recorte de classe: A Boate Metrópole (voltada para o público de classe média e setores das chamadas “classes populares”), o Santo Bar (frequentada majoritariamente por um público alternativo de classe média) e a boate MKB - Meu Kaso Bar (voltada para o público das classes populares).

Realizar uma pesquisa sociológica, sobretudo de cunho analítico que envolva as questões culturais e identitárias dos LGBTs, com o uso da técnica etnográfica aparenta a

princípio um estranhamento. Através do texto “Em defesa da etnografia”, a antropóloga Mariza Peirano (1992) explica que com a disseminação da etnografia no Brasil, a sociologia e a ciência política começam a ver a prática como uma ameaça, por supostamente ser uma técnica com pouco rigor científico. A etnografia tenderia a fragilizar o compromisso teórico das ciências sócias e causaria um relaxamento do rigor metodológico em uma pesquisa de cunho sociológico por exemplo. Em defesa ao uso da etnografia em nas áreas sociológicas e da ciência política a autora responde que:

“As diferenças entre as ciências sociais não resultam de uma disposição sistemática e generalizante da qual a antropologia está excluída. Somos todos cientistas sociais, herdeiros de uma tradição que remonta Durkheim (que não distinguia a sociologia da antropologia) e Weber (para quem a interpretação era uma das características das ciências da cultura).” (Peirano, 1992, p. 3)

Acredito que não apenas minha formação acadêmica enquanto cientista social seja a razão para conseguir realizar esse tipo de técnica. O cerne da questão não está na capacidade da realização da técnica; mas sobretudo, na crença de que o bom exercício sociológico está em observar bem o seu campo e seguir os caminhos que surgem durante a pesquisa. Caminhos que sugerem respostas às problemáticas da pesquisa sociológica, e caminhos que causam mais questionamentos sobre os nativos, ou “objetos” estudados. Dessa forma, acredito que os conhecimentos adquiridos pelas ciências sociais, nas três esferas, não devem ser utilizados apenas como base de formação acadêmica teórica, mas também como meio para aprofundar qualquer uma das áreas específicas quando necessário. Afinal, a ciência social é um todo, em que a antropologia, sociologia e a ciência política se conectam. Cabe a nós, pesquisadores e cientistas sociais, utilizar quando oportuno e como resposta ao campo, aquilo que mais é adequado para encontrar as possíveis respostas ou novas questões para o objetivo de nossas pesquisas. É preciso estabelecer um diálogo, voltando muitas vezes aos conceitos e formulações mais elementares das três disciplinas quando o campo nos sugere tal prática reflexiva.

Na mesma obra, Peirano afirma que o campo serviria para uma construção do conhecimento através do contraste, da diferença, assim como na diferença entre os conceitos teóricos e do senso comum que formariam o processo de construção antropológico. Para a autora, o “fazer o campo”, de acordo com pensadores vistos como clássicos pela antropologia, requereria uma imersão na vida do nativo, através da solidão e isolamento a fim de viabilizar a sensibilidade com os nativos, ou seja, através da busca de uma familiaridade com a cultura

nativa. Outra característica seria o ato de deixar se afetar psicologicamente pela vida local, se vulnerabilizar para, assim, ser capaz de pensar e sentir alternadamente como um nativo e como um membro da sua própria cultura. O estudo no campo estaria concluído quando os significados de alguns conceitos chaves estivessem sido concluídos pelo pesquisador. Entretanto, nós brasileiros aparentamos ser menos ortodoxos e mais inclinados a improvisações do que os modelos sugeridos pelos grandes nomes da antropologia clássica. Seria, portanto, um hábito brasileiro (Peirano, 1992), o uso de mais criatividade na imersão do campo como maneira de superar a falta de disciplina e a carência de um *ethos* científico.

O trabalho de campo é visto como uma técnica que não resulta apenas em ver dados, ou se restringir a categorizar os dados de pesquisa, que seriam apenas “observados”. Para Peirano (ibid.) o campo permite:

“ [...] revelar, não ao pesquisador, mas no pesquisador, aquele ‘resíduo’ incompreensível, mas potencialmente significativo, entre as categorias nativas apresentadas pelos informantes e a observação do etnógrafo, inexperiente na cultura estudada e apenas familiarizado com a literatura teórico-etnográfica da disciplina.” (Ibid. p. 7)

A pesquisa etnográfica não incidiria apenas no intelecto do pesquisador, mas também como impacto no pesquisador, culminando, assim, nas culturas se comuniquem através de uma única pessoa. A antropóloga também menciona que esse impacto pode culminar até em processos de conversão no aspecto religioso, citando como exemplo as conversões de Edward Evans-Pritchard, Mary Douglas e Victor Turner ao cristianismo. O exercício de campo poderia ser visto como algo que re-estruturaria a visão de mundo do pesquisador, assim como os dados que apareceriam nesse processos etnográficos podem garantir novos indícios, dados que falarão mais que o autor e que permitirão abordagens distintas e plurais.

Por fim, uma contribuição relevante da autora está quando afirma o diálogo existente entre a teoria e o campo, junto ao pesquisador. Apesar da necessidade de se aproximar e se familiarizar com a cultura do nativo, é preciso buscar as diferenças entre teoria e o campo. A descoberta se dá não através do diálogo pesquisador e indivíduos, mas entre a teoria e a realidade confrontada, garantindo também um “estranhamento teórico” nesse exercício. É preciso que o pesquisador deixe seu campo falar e se permita ouvir o que ele tem a dizer. É através da escuta em confronto com as teorias e formulações pré-concebidas pelo pesquisador as descobertas e os resultados da pesquisa aparecerão. No que tange à escuta dos indivíduos

nativos, outra técnica foi utilizada para complementar e aprofundar as coletas de dados para a pesquisa, a entrevista.

3.2 Entrevista

A entrevista, segundo Poupart (2008), seria um meio de acesso às realidades sociais, entretanto a linguagem e os contextos para compreender esse acesso não são facilmente coletados. Através da entrevista seria possível uma apreensão mais profunda da realidade social e das questões vistas no campo de pesquisa, abrindo possibilidades de compreensão das lógicas internas ao objeto de estudo. É com o uso das experiências dos sujeitos entrevistados que ocorreria a elucidação dos fatos sociais observados. Ainda segundo Poupart (Ibid.), o método qualitativo é um meio de dar conta do ponto de vista dos entrevistados, de como os atores compreendem e interpretam a sua realidade. É através da entrevista que alcançamos a compreensão do sentido dado as ações dos atores.

O narrar, segundo Bauer e Jovchelovitch (2002) seria o ato de trata de algo universal, comum e está presente em muitos espaços, afinal praticamente todas as pessoas tem essa capacidade através da fala. Existe uma auto-capacidade dos indivíduos em narrar, afinal de contas a narração está presente em tudo: “a narrativa está presente em cada idade, em cada lugar, em cada sociedade, ela começa com a própria história da humanidade e nunca existiu, em nenhum lugar e em tempo nenhuma, um povo sem narrativa. ” (BAUER & JOVCHELOVITCH, 2002, apud Barthes, 1993: 251-2.). Existe em todas formas humanas a necessidade de contar a descrever, independente de fatores linguísticos de desempenho. Logo essa escolha metodológica garante o uso de capacidades comuns e simples dos entrevistados.

Para Bauer e Jovchelovitch (Ibid.) a escolha pela entrevista narrativa dar-se-ia por duas razões principais: a primeira seria a busca por superar as limitações da uma entrevista individual semi-estruturada/estruturada na qual o entrevistado responde a algo já predeterminado pelo pesquisador, anulando assim a percepção de elementos inesperados na pesquisa. O método existe por uma crítica ao modelo pergunta-resposta tendo como objetivo aumentar a validade das pesquisas. Existe uma preocupação em ouvir o informante sem influenciar e estabelecer expectativas da resposta. “Ela [narração] emprega um tipo específico de comunicação cotidiana, o contar e escutar história, para conseguir esse objetivo” (Ibid , pág. 95.). A segunda razão estaria na necessidade de compreender uma lógica de um grupo subcultural com linguagens e lógicas distintas. A respeito disso, Bauer e Jovchelovitch afirmam:

“Comunidades, grupos sociais e subcultura contam histórias com palavras e sentidos que são específicos à sua experiência e ao seu modo de vida. O léxico do grupo social constitui sua perspectiva de mundo, e assume-se que as narrativas preservam perspectivas particulares de uma forma mais autêntica. Contar histórias é uma habilidade relativamente independente da educação e da competência linguística; embora a última seja desigualmente distribuída em cada população, a capacidade de contar história não o é, ou ao menos é em grau menor.” (Bauer e Jovchelovitch, *ibid.*, pág. 91)

No tocante à entrevista narrativa, outra autora relevante para discutir essa técnica é a da socióloga alemã Gabriele Rosenthal no texto: *História de vida vivenciada e história de vida narrada* (2014). Segundo a autora, essa técnica permite perceber como as construções sociais surgem, se reproduzem ou mudam através de experiências concretas dos agentes e discursos sociais em diferentes momentos. É também através da narração que foi possível observar impressões subjetivas dos entrevistados, como sentimentos, percepções sensoriais, e físicas ou componentes muitas vezes não mencionados na própria narração.

Através do método de entrevista narrativa foi possível acessar a visão que os sujeitos possuem em relação ao seu produto consumido, bem como perceber lógicas de construções da identidade sexual desses fãs. A entrevista narrativa possibilitou adentrar nos processos subjetivos do desenvolvimento da identidade sexual relacionando-a com consumo de determinadas cantoras pop. Contar a história de vida é contar sobre si, sobre o que é, e como acha que se é; uma vez que os narradores olham para o passado, o simbolismo e as significâncias subjetivas emergirão nos discursos. O trabalho de construção dessas lógicas e percepções de identidades se aproximaram da pesquisadora alemã Bettina Fritzsche cujo trabalho relacionou a apropriação do feminismo entre adolescentes consumidoras do grupo de música pop britânico *Spice Girls* (2004).

Segundo Bauer e Jovchelovitch (2002), a entrevista narrativa deve seguir algumas fases, de forma a garantir sua maior potencialidade. São elas:

Fase 1 Preparação: a(o) pesquisador(a) deve conhecer o campo de pesquisa e formular perguntas exmanentes²⁰, ou seja, adentrar nas lógicas de consumo dos fãs a serem entrevistados, conhecendo a fundo o que fora produzido por cada diva.

²⁰ O termo se refere às lógicas, sentidos e contextos externos ao momento da entrevista. Tudo aquilo que não será explicado nas entrevistas. Um exemplo disso são as citações das siglas e nomes de premiações internacionais da música, como VMA, AMA, Grammy e etc. que eram necessários para compreender os sentidos dos relatos nas entrevistas, sem que o entrevistado precisasse aprofundar sobre o tema. Afinal, eles pressupunham que eu sabia todas as siglas mencionadas.

Fase 2 Iniciação: a(o) entrevistador(a) elabora um tópico para garantir interesse do informante, ao ponto que a(o) entrevistado(a) se interesse com a entrevista afim de narrar informações válidas. Esse tópico necessita incentivar a(o) entrevistado(a) a contar sua história de vida.

Fase 3 Narração Central: a(o) entrevistador(a) deve deixar a(o) entrevistado(a) narrar uma história sem realizar comentários ou perguntas, sem porquês, apenas demonstrar incentivo a continuidade da fala do narrador. Esperar o momento de encerrar que será dado pelo narrador, indagar se de fato não gostaria de falar mais nada.

Fase 4 Questionamentos: a(o) pesquisador(a) deve fazer com que as perguntas exmanentes se tornem imanentes, ou seja, aproximar o contexto pessoal da(o) narrador(a) com questões da pesquisa usando a linguagem do informante. Não usar “por quê?”. Não mostrar ou apontar contradições.

Fase 5 Conclusiva: a(o) pesquisador(a) deve encerrar a gravação e atentar para as falas finais da(o) entrevistado(a), apenas nesse momento é possível realizar os “porquês”.

A narração é o recontar de uma história permeado por simbolismos e significados, construído pelo narrado de maneira argumentativa. Para tanto, Bauer e Jovchelovitch (2002) sugerem uma separação entre uma ordem cronológica narrada e uma sequência episódica. Tal proposta se aproxima da sugestão de método. Como já indicado no título do seu artigo, as técnicas de tratamento dos dados coletados deveriam também seguir uma separação binária: uma narrada e uma vivenciada.

Dessa maneira, os caminhos para uma análise consistente precisam ser categorizados a partir de duas perspectivas: 1 - História narrada: o pesquisador deve realizar uma apresentação de significados tidos quando o narrador olha para o passado; é importante lembrar que esse passado é construído no presente e que a significância simbólica e as comparações são construídas, de modo contínuo, na consciência do entrevistado; 2-Historia vivenciada: o pesquisador deve elaborar uma ordem cronológica, com sequência objetivas e relatando contextos históricos relevantes para a pesquisa de acordo com a vida do entrevistado e de fatos

históricos externos. No caso da presente pesquisa, elenquei fases das carreiras artísticas das cantoras.

Partindo das reflexões de George Mead (1969) sobre a relação do passado versus presente, Rosenthal (ibid.) propõe algo além do pensamento do passado pelo presente: “As perguntas dirigidas ao passado não se desenvolvem só no contexto atual do ato de perguntar, mas por sua vez, também surgiram a partir do passado” (Rosenthal, 2014, p. 229). O passado contraposto com o presente, no ato da pergunta, é um passado novo, se torna um passado diferente. Perceber o passado durante o presente permite que o narrador avalie e resignifique suas experiências do passado. Trata-se de um processo de recordação em que o fato ocorrido está sujeito “[...] de acordo com as condições e exigências do presente da situação recordada e do futuro antecipado, a uma modificação constante” (ibid.; p.229). Sendo assim, cada entrevistado recordará de momentos vividos que podem relacionar com sua identidade do que seria ser homossexual. O revistar do passado conseguiria criar laços de experiências passadas com a subjetividade percebida no presente.

3.3 No Campo

As visitas ao campo foram iniciadas em maio de 2015, ainda no primeiro semestre do mestrado. A volta ao espaço após a construção do pré-projeto de pesquisa trouxe novas considerações e mudanças consideráveis nas pretensões e objetivos da pesquisa. A princípio, foi notado que a dinâmica no local de sociabilidade chave da pesquisa, a Boate Metrópole, havia se alterado. O espaço físico onde os homens gays integrantes dos *fandoms* faziam performances e disputas de dança havia deixado de existir. Também não existam mais disputas de dança durante toda noite no novo palco da boate. O local de performance e de possível competição passou a ocorrer na pista de dança. Muitas vezes, para garantir a dinâmica da performance, um círculo se abria no meio da pista de dança para que aqueles dispostos a dançar conseguissem performar as coreografias de suas divas.

Os locais de sociabilidade escolhidos inicialmente para a pesquisa não apenas se alteraram internamente, como no caso da Boate Metrópole, mas também outros locais foram retirados do roteiro etnográfico. Localizada no bairro de Setúbal, na Zona Sul do Recife, a boate San Sebastian, voltada ao público LGBT de classe média alta, encerrou as atividades em

dezembro de 2016²¹; já a boate MKB, voltada ao público das classes populares e localizada no bairro da Boa Vista, no centro do Recife, foi retirada da pesquisa por não ter apresentado nenhuma noite temática dedicada às divas da música pop, além de não ser frequentada pelos integrantes dos *fandoms*, objeto do presente trabalho. Deste modo, a pesquisa de campo foi focada na Boate Metrópole e no Santo Bar, ambos localizados no bairro da Boa Vista. A região no entorno da Boate Metrópole tem aglomerado, nos últimos anos, bares e espaços de sociabilidade direcionados ao público LGBTs, sinalizando uma formação mais consolidada de um “point LGBT” frequentado pela classe média.

A ida ao campo no ano de 2015 e 2016 ocorreu geralmente em festas temáticas de divas pop promovidas pela Boate Metrópole e pelo Santo Bar. Foi através de grupos organizados no aplicativo de mensagens eletrônicas Whatsapp e na rede social Facebook que o primeiro contato entre o pesquisador e os fãs ocorreu. Apesar de ter conhecimento dos nomes e dos contatos de fãs reconhecidos como “chaves” entre os integrantes dos *fandoms*, para a presente pesquisa, achei oportuno tentar entrar em contato com nichos de fãs que não fizessem parte do meu ciclo de contato e amizade. Criar novos contatos demandava paciência e cuidado com as novas relações propostas, afinal de contas eu era uma pessoa “de fora”, que não era fã das divas estudadas e não participava das atividades do grupo. Já para os fãs chaves, eu era visto como um pesquisador, militante LGBT de esquerda e fã da cantora P!nk. O período da pesquisa e de inserção no campo foi oportuno para a criação de contatos, uma vez que os novos álbuns da Britney Spears e Beyoncé foram lançados nesse período. Era perceptível o restabelecimento da rede de fãs, e o fortalecimento dos contatos entre eles no momento em que ocorria o lançamento de novidades musicais e da vida privada das cantoras na mídia. A coincidência desses momentos foi muito positiva para o desempenho do campo, afinal as festas temáticas, os encontros dos fãs e os eventos de lançamentos dos CD, só ocorriam porque as redes haviam sido reativadas. Nas minhas idas ao campo, percebia que esse momento era também um meio de reencontro de amigos e colegas dos *fandoms*, de reconexão com a obra das suas divas e fortalecimento das práticas de adoração/veneração entre seus integrantes.

O contato com fãs das cantoras Beyoncé e Britney Spears, apesar de difíceis em alguns momentos, resultou em troca de informações e abertura para compartilhamento das dinâmicas de cada *fandom*. Existia uma curiosidade dos fãs em relação a minha pesquisa; em alguns

²¹ <http://blogs.ne10.uol.com.br/social1/2016/01/14/san-sebastian-fechou-mas-sera-reaberta-em-novo-endereco/>

momentos senti que o fato de eles serem “sujeitos da pesquisa” demonstrava uma relevância e importância para as suas respectivas divas. Cheguei a ouvir de um fã: “*Olhai, Beyoncé é tão foda que estão até pesquisando [sobre] ela na universidade*”. Nos momentos em que mencionei que também iria estudar fãs da Lady Gaga, ouvi piadas de que seria difícil acessar os fãs da cantora devido ao seu perfil comportamental, já que esses fãs eram fanáticos demais ao ponto de serem considerados “loucos”. “*Cuidado com os o Little Monsters!*” era uma frase recorrente quando eu explicava o foco da pesquisa. A partir de observações preliminares, observei que os fãs da cantora Lady Gaga eram, em geral, mais jovens, com idades entre 16 a 23 anos. Possivelmente, essa diferença geracional explique o diagnóstico de “infantilidade” e “fanatismo” elaborado pelos fãs das cantoras Britney Spears e Beyoncé.

A escolha em priorizar grupos de *fandoms* na internet e pessoas desconhecidas do meu ciclo de amizade ou de “conhecidos da cena gay” na cidade, também foi utilizada como estratégia para iniciar a pesquisa com os fãs da Lady Gaga. Iniciei uma busca por fãs nas redes sociais, mas sem sucesso; tentei entrar em um grupo na rede social Facebook restrito a fãs, por meses, porém sem sucesso. Pedi para amigos integrantes do grupo para solicitar que fosse permitida minha presença no espaço virtual, porém não obtive qualquer retorno. Sendo assim, tentei encontrar fãs do meu ciclo de amizade dispostos a contribuir com a pesquisa, mas uma vez a tentativa foi frustrada. Tentei realizar algumas entrevistas, mas as mesmas não ocorreram porque os contatos iniciais nunca se mostravam disponíveis para realizá-las. Ainda que apresentasse flexibilidade de tempo para realizar as entrevistas, inclusive me dispondo a fazê-las durante a madrugada para um fã que ficava mais ativo durante a noite, as tentativas foram em vão. Decidi me empenhar com os outros *fandoms* e esperar que em algum momento as tentativas lograssem em algum resultado. Acredito que o fato de a cantora não ter lançado nenhum trabalho musical durante as tentativas iniciais da pesquisa, também contribuíram para a não adesão dos fãs à pesquisa. Após alguns meses de tentativas, fui sugerido pelo orientador a retirar o *fandom* da Lady Gaga da pesquisa. Acredito que a exclusão desse *fandom* permitiu um maior e melhor aprofundamento da análise dos *fandoms* das cantoras Beyoncé e Britney Spears (Beyhives e B-Army, respectivamente). Como explicado na introdução, foi escolhido como recorte o coletivo de fãs denominado de *fandom*. A palavra é uma junção do termo em inglês para ‘fã’ (*fan*) com a terminação ‘*dom*’, que advém da terminação da palavra *kingdom* (que significa reino em inglês). Portanto, na palavra, o *king* (rei) é substituído por *fan* (fã) afirmando o poder e o glamour da figura adorada. No Brasil, alguns fãs usam o termo “fã-base”

ou “fãs de verdades”²², costumam atribuir esse termo para consumidores fanáticos e fieis aos artistas. É característico que os *fandoms* possuam nomes próprios, que estabelecem relação com sua diva e com alguma característica coletiva do agrupamento. Um exemplo já citado é o *fandom* da Lady Gaga, denominados de “*Little Monsters*” pois a sua diva seria a “*Mother Monster*” em referência ao single “*Born This Way*” (lançado em maio de 2011) em que a cantora declama uma história ficcional em que ela, a “Mãe Monstro”, daria luz aos “monstrinhos”, essa nova “raça de pessoas” seria mais humanista e sem preconceitos.

3.4 As Entrevistas

Realizar as entrevistas seguindo o método narrativo autobiográfico se mostrou um desafio inesperado para mim. A princípio, achei que instigar o entrevistado a falar sobre sua história de vida não seria algo tão difícil; acreditava que as dificuldades do método estariam restritas às análises. Entretanto, o campo e meus informantes me demonstraram situações contrárias à minha expectativa. Além das dificuldades iniciais para conseguir marcar as entrevistas, realizá-las sobre o argumento de que eu queria ouvir a história de vida dessas pessoas causava estranhamento aos meus informantes. Era perceptível que as pessoas convidadas esperavam uma lista de perguntas diretas, com indagações mais elaboradas, e com linguagem possivelmente acadêmica. Um dos entrevistados relatou que estava preocupado com o que iria dizer, e que tinha tentando elaborar coisas “mais bonitas e acadêmicas” para me relatar. Em todos os casos, expliquei como funcionava a pesquisa, tentei deixar os entrevistados confortáveis, por vezes tentava tornar a conversa mais descontraída, a fim de criar mais segurança no diálogo. Alguns entrevistados também citavam o fato de eu ser fã da P!nk, realizando comparações e perguntas sobre a relação com minha diva. Por vezes, as entrevistas chegavam em uma informalidade que eu tentava buscar, afinal meu objetivo era que detalhes minuciosos das histórias de vida emergissem sempre que possível, e que situações íntimas fossem relatadas sem receios, para que assim eu tivesse o máximo de elementos para traçar perfis analíticos. Em alguns casos, os estímulos tiveram que ser frequentes, sendo assim, tentava sinalizar temas que fizessem parte das vidas pessoais dos fãs. Categorizei temas para esses estímulos no andamento da entrevista pela ordem: (1) Origem (2) Infância, (3) Família, (4)

²² O termo fã-clubes não é mais utilizado, tendo em vista que a palavra denomina um grupo existente através de uma filiação, com o uso de carteirinhas por exemplo.

Escola, (5) Vida sexual, (6) Vida religiosa, (7) Momento de conhecimento da diva. Seguindo posteriormente para a segunda fase.

Como já mencionado, na segunda parte das entrevistas, realizei estímulos para temas não abordados, e pedia para os entrevistados desenvolverem mais sobre algum relato específico como “Me conta mais sobre esse dia que você conheceu a Britney...”. Como última pergunta da segunda fase, questionava sobre alguma possível relação entre a sexualidade e o fato de ser fã da respectiva cantora. Metade dos entrevistados sinalizaram espontaneamente suas identidades sexuais com a cantora que amavam; já outros, quando estimulados, tendiam a afirmar que já haviam pensado sobre isso ou já tinham uma ideia mais desenvolvida sobre a questão. Das sete entrevistas, cinco foram realizadas na praça de alimentação de shopping centers na cidade do Recife, uma no campus da UFPE e outra no hall da empresa em que um dos fãs trabalhava. Geralmente me coloquei a disposição para estar presente em qualquer local em que os contatos preferissem realizar os depoimentos, por mais que acreditasse que fazer as entrevistas em uma sala fechada, ou até na residência (minha ou do entrevistado) propiciariam um maior conforto para expor mais informações durante a coleta. Apesar disso, essa possibilidade não se tornou viável, devido à relação de possível flerte que era sempre trazida como uma dúvida ou possível possibilidade pelos meus primeiros informantes.

Assim como é sugerido por Rosenthal (2004), as transcrições não foram terceirizadas, desse modo seria possível lembrar situações e entonações de voz que contribuiriam para uma análise mais rica das entrevistas. Realizei categorizações temáticas durante a análise, similares aos temas estimulados durante as entrevistas: (1) Origem, (2) Infância, (3) Família, (4) Aceitação da sexualidade/Saída do Armário, (5) Sexualidade, (7), Religião, (8) Experiência Religiosa, (9) Culpa, (10) Descoberta da Diva, (11) Política, (12) Consumo de Mídia, (13) Identidade/Subjetividade. As divisões temáticas, tanto nas análises quanto nas entrevistas, foram construídas como uma síntese dos conteúdos mais frequentemente abordados nos depoimentos, observações durante o campo e das minhas intenções objetivas para a pesquisa. Através da divisão temática, consegui traçar perfis a partir das histórias de vida narrada (com elementos simbólicos e de significados atribuídos ao passado vivido) e da história de vida vivenciada (cronológica, com fatos marcantes na história de vida). Após a construção de todos os perfis de análise dos entrevistados, consegui assimilar semelhanças, aproximações e distanciamentos de acordo com os perfis dos fãs, transversalizando temas como classe, raça,

iniciação sexual, relação religiosa e presença em shows das respectivas divas. A média de faixa etária dos entrevistados foi de 27 anos, quando dividido por *fandoms*, os membros das Beyhive tinham média de 23,5 anos e da B-Army de 27 anos. Dois entrevistados eram negros, e cinco eram brancos. A maioria dos fãs era de classe média, entretanto quando dividido por grupos de fãs, a maior parte dos entrevistados da Beyhive era de classes populares e todos os fãs do *fandom* da Britney Spears eram de classe média, um em específico de classe média alta. Como era esperado, garanti total anonimato para os entrevistados, dessa forma atribuí nomes fictícios para assegurar a privacidade dos depoimentos. Em alguns momentos das análises algumas informações sobre os entrevistados não foram explicitadas para não ferir o anonimato, tendo em vista que se tratando de grupo de fãs numa mesma cidade seria possível de identificar algumas fontes. Em alguns casos de conflitos, também evitei expor algumas situações que presenciei para não ocasionar em desdobramentos negativos para os *fandoms* e nos espaços de sociabilidade LGBT que realizei campo.

3.5 Um caso Excepcional

Durante a noite de tributo à Beyoncé na Boate Metrópole, presenciei um grupo de homens dançando numa roda aberta pelo público na pista de dança. Entre esses homens, notei que Fábio (35 anos), que acabou se convertendo em um caso excepcional nessa pesquisa, dado que a sua desenvoltura na performance me deixou atônito com a semelhança com cantora Shakira. Ao ver Fábio dançando com tamanha perfeição, como a cantora colombiana, eu indagava se eu de fato presenciava apenas uma dança e imitação de um fã. Tentei, sem sucesso, encontrá-lo no meio da multidão durante a noite para pegar o seu contato. Após dois meses de buscas, consegui encontrá-lo numa rede social e marcar uma entrevista. Durante a entrevista não mencionei sobre a noite na boate, apenas expliquei sobre a pesquisa, e Fábio começou a relatar sobre ser fã da Britney Spears. Seguindo o método da pesquisa narrativa autobiográfica, deixei o entrevistado falar até o momento em que ele sinalizaria um término para realizar perguntas. Apesar de saber que a sua “diva de verdade” ou “diva número um” era a Shakira, esperei o decorrer de sua história de vida trazer à tona essa diva em específico. Em determinado momento, cerca de 20 minutos após o início da entrevista, Fábio mencionou a sua diva, e começou a expressar facialmente uma emoção ao cita-la. Quando ele sinalizou não querer falar mais, indaguei porque seus olhos mudavam quando ele falava da Shakira. O entrevistado respondeu repentinamente, declarando sua admiração e adoração a cantora, afirmando que ela

de fato seria sua diva e não a Britney Spears. Por fim, finalizo esse capítulo com uma tabela de referência para identificar os entrevistados a partir de seus perfis socioeconômicos.

Tabela 2 Referência dos Entrevistados

Nomes Fictícios	Idade	Raça	Classe Social	Religião	Escolaridade	Fandom
Lucas	18	Negra	Popular	Ex-evangélico	Cursando Ensino Superior	Beyhive
Rafael	23	Negra	Popular	Ex-evangélico	Ensino Médio Completo	
André	35	Branco	Classe Média Baixa	Ex-evangélico	Ensino Superior Completo	
Pablo	23	Branco	Classe Média Alta	Ateu	Cursando Ensino Superior	B-Army
Jonas	30	Branco	Classe Média	Não Informado	Ensino Superior Completo	
Diego	28	Branco	Classe Média	Ateu	Cursando Ensino Superior	
Fábio	35	Branco	Classe Média	Não Informado	Ensino Técnico Completo	Shakifans

4 UM ESTUDO DOS *FANDOMS*: DEVANEIOS E A VENERAÇÃO DAS DIVAS

O presente capítulo pretende expor as dinâmicas iniciais dos consumidores culturais, traçando seus perfis de história de vida concomitante às lógicas de construção dos *fandoms*, assim como a descrição desses grupos (Beyhive e B-Army). São apresentados nesse capítulo os processos iniciais de consumo que ocorrem através determinados aspectos em comum entre os consumidores e as respectivas artistas, como as questões da raça e desenvoltura na dança. Durante um consumo que se confunde com uma veneração, os fãs apresentam similitudes com experiências religiosas, passando por rituais, ritos de passagens e êxtases que serão detalhados ao decorrer desse trabalho. Também é notado um processo de substituição de figuras divinas e características de devaneios durante a prática do consumo cultural.

As entrevistas foram realizadas em uma estrutura que garantisse a maior autonomia possível aos sujeitos da pesquisa. A técnica de entrevista narrativa autobiográfica foi utilizada com a intenção de garantir depoimentos dos sujeitos entrevistados de modo que houvesse o menor estímulo à resposta. Como já dito no capítulo II, a técnica parte do pressuposto de que os estímulos às repostas, ou seja, o método pergunta-resposta, resulta em um pedido intencional de respostas por parte do pesquisador (ROSENTHAL, 2004). A entrevista autobiográfica é resultado de uma crítica a essa relação pesquisador-sujeito, num processo que vai moldando o entrevistado e tornando entrevista como uma coleta direcionada em que se pergunta apenas o que o pesquisador quer ouvir. Isso privaria os sujeitos entrevistados de exporem elementos inesperados ao pesquisador (Ibid.). Esse aparente libertar ou fuga de intencionalidades por parte do entrevistador garantiria uma maior autonomia dos sujeitos entrevistados, apontando para uma possível voz mais legítima e vista como possivelmente mais verdadeira.

A escolha do método de entrevista narrativa autobiográfica também visou neutralizar eventuais influências do pesquisador na coleta dos dados. Isso se deve ao fato de eu ser fã de uma diva pop e conhecer alguns desses fãs ao longo do meu desenvolvimento enquanto jovem LGBT. Esse envolvimento extrapolaria os possíveis limites do “EU fã” *versus* o “EU pesquisador”. A familiaridade com os grupos de fãs foi fundamental para a construção do objeto de pesquisa, assim como o acesso aos entrevistados. No entanto, havia o inconveniente de que a minha familiaridade com o campo empírico pudesse resultar em dados advindos de uma

perspectiva puramente pessoal e subjetiva de minha parte. No processo de seleção dos entrevistados, senti o receio de que minhas perguntas tivessem cargas mais pessoais e que pudessem moldar os entrevistados em suas respostas. Dessa forma penso que a escolha da técnica de entrevista narrativa objetivou garantir maior autonomia aos homens gays entrevistados, e a validade científica à pesquisa. Apesar do uso da técnica de entrevista narrativa, em alguns momentos foi preciso estimular os entrevistados. Isso decorreu, sobretudo, por muitos deles estranharem esse modo não convencional de fazer entrevistas. Por vezes, os fãs se inibiram em apresentar suas experiências, pois achavam que não falavam “bonito” ou utilizando jargões científicos que demonstrasse uma eloquência acadêmica. Nesse jogo de interação entre o pesquisador e o entrevistador haviam tentativas dos fãs de analisar criticamente o que se estava dizendo, e certo receio em se abrir sobre alguns temas aparentemente muito íntimos. Era perceptível um auto-estranhamento após a verbalização de alguns sentimentos; estes possivelmente compartilhados apenas com outros fãs, jamais com um pesquisador. Segundo Rosenthal (2004), a entrevista narrativa autobiográfica causa uma reflexão, um recordar de memórias do passado que se reconstroem no presente. O movimento de reflexão resultava em falas indagativas sobre si mesmo, ao ponto de alguns fãs se considerarem “loucos” ou pessoas aparentemente problemáticas por serem “fãs demais”. Um exemplo marcante pode ser visto na fala de um fã da Britney Spears. Durante a entrevista, o fã da cantora expõe uma reflexão sobre si mesmo, após relatar a emoção ao ver sua cantora em uma apresentação ao vivo em uma importante premiação nos EUA: *“eu não sei, eu gosto muito dela, gosto muito dela, fico muito feliz quando ela consegue as coisas, muito feliz quando ela está feliz, não sei porque uma coisa meio de doida né? Acho que eu preciso de um psicólogo...[risadas]... aiaiai”* (Entrevista com Pablo, 08/06/2016). Essa fala foi dita minutos depois do entrevistado chorar ao expor sentimentos de ver a Britney nessa apresentação.

As análises das entrevistas narrativas autobiográficas demandam a construção de dois planos analíticos iniciais: um primeiro que discorra sobre o desenvolvimento mais genérico do sujeito entrevistado (história de vida vivenciada) e um segundo, que aprofunde mais com a relação subjetiva e conseqüentemente com o objetivo da pesquisa (história de vida narrada). O segundo passo é conectar esses dois esquemas de análise para traçar situação e relações que apontem possíveis conclusões e afirmativas que supram a busca do objetivo das pesquisas. No processo de análise, foi realizado um agrupamento por fãs: fãs da Beyoncé, fãs da Britney e um fã da Shakira. Com a intenção de construir um perfil de cada grupo e, conseqüentemente,

perceber algumas semelhanças não apenas do perfil dos fãs mas também do processo de consumo, foram notadas algumas características. Todos os fãs da Beyoncé possuíam relações diretas e/ou via família com religiões protestantes, os três fãs eram de classe média baixa e possuíam histórias de vida de ascensão social citando superação de barreiras sociais e econômicas em relação à trabalho e conquista de desejos pessoais. Dentre os fãs da cantora Britney Spears, foi percebido um perfil econômico de classe média e classe média alta; todos os fãs entrevistados eram brancos, tinham um bom conhecimento da língua inglesa, e iniciaram seu primeiro contato sexual com meninos ainda na infância. Essas percepções serão aprofundadas ao decorrer deste capítulo, cabe nesse momento perceber a diferença da relação cor/raça e classe social entre os grupos de fãs da Beyoncé e da Britney Spears afim de contribuir com o início das análises.

4.1 Os dois *fandoms*

4.1.1 *Beyhive*

O *fandom* da Beyoncé é denominado de Beyhive e significa (em inglês) a Colmeia da “Bey” de Beyoncé. Os fãs seriam então uma colmeia de “abelhas trabalhadoras” em que a sua diva é a abelha rainha, a quem chamam de Queen B (Rainha B). Importante lembrar que esses nomes e analogias são escolhidos e atribuídos pelos próprios fãs. A cantora Beyoncé Knowles começou a ganhar notoriedade na mídia em 1997 em um grupo de R&B²³ nos Estados Unidos o *Destiny's Child*. O grupo era formado por mulheres negras que interpretavam composições musicais sempre acompanhadas de coreografias características do estilo R&B. Aos poucos, Beyoncé ganha destaque no grupo e inicia carreira solo internacional em 2003, através da parceria com marido Jay-Z. Ao invés da divisão de holofotes com outras cantoras, ela divide a atenção no seu primeiro clipe e primeiro *single*²⁴ com um rapper e empresário musical. É importante lembrar que, no mundo da música, o Jay-Z é visto como um grande magnata cujo poder de produzir e promover artistas é quase incontestável. E, por conta do poder financeiro do cônjuge, muitas vezes (principalmente pela audiência comum e fãs de outras cantoras) o

²³ O estilo musical R&B (Rythim and Blues) identifica-se pela junção de elementos do Blues junto à uma sonoridade mais rítmica. Uma junção entre o antigo Blues advindo da cultura negra junto à rima e às notas musicais agudas. Esse som é predominantemente feito por artistas musicais negros.

²⁴ Single é a música em trabalho de um artista, ou seja, música enviada para divulgação nos meios de comunicação, como rádios e com divulgação de videoclipe nas plataformas online como Youtube e canais de TV, como MTV, VH1 e Multishow.

sucesso e ascensão da Beyoncé no cenário musical e sua aproximação ao estilo de música pop são atribuídos ao poder masculino de seu marido. (BEYONCENOW, 2015).

A trajetória musical da Beyoncé não é homogênea em relação ao seu estilo musical; apesar de começar no cenário fonográfico como uma cantora de um estilo musical específico dos negros, o R&B, ela começa a demonstrar cada vez mais uma influência do estilo pop. Essa mudança, ou mistura entre estilos musicais, é algo comum entre as cantoras pops²⁵. Tal alcance não afasta ou repele, contudo, algumas características musicais e performativas do R&B. Mas ao perceber a sua carreira, fazendo um apanhando do seu estilo, pode-se observar que seu estilo R&B sofre rupturas gradativas de elementos vistos como característicos da música pop, ao ponto de, no decorrer da carreira da cantora, os elementos pop tornam-se mais presentes que os elementos da música negra. Cabe refletir a respeito da afirmativa do que seria característico do Pop. No mundo contemporâneo nenhum estilo ou conceito está fechado ou sólido, as barreiras musicais aparentam ser tão contingentes quando as ideias de identidades fluídas e ou forjadas. (BEYONCENOW, 2015).

Foi através das novas mídias sociais que foi possível obter a maioria das informações sobre encontros, e festas do *fandom* da Beyoncé. Entrar nos grupos do Facebook e seguir páginas específicas contribuíram para saber da realização de festas e encontros e perceber as rivalidades existentes entre diferentes *fandoms* e até entre os fãs de uma mesma cantora. Desse modo, tive a informação da realização de um ensaio de fãs para performar o novo single da Beyoncé, “*Formation*” (lançado em fevereiro de 2016). Entrei em contato com meu informante chave e pedi autorização para assistir a um dos ensaios, feito em uma escola pública no bairro do Engenho do Meio, localizado na Zona Oeste do Recife. Eram cerca de 40 participantes, a maioria composta de homens e pessoas negras. A ideia dos organizadores do evento era realizar um “*flashmob*”²⁶ na área histórica do Recife Antigo. Aparentemente, o vídeo seguiria o mesmo modelo do outro *flashmob* realizado em janeiro de 2012 pelo mesmo grupo de fãs. A repercussão²⁷ que havia sido não apenas nacional, mas também internacional, foi bastante

²⁵ Taylor Swift iniciou a carreira cantando country e migrou para o pop, P!nk iniciou a carreira performando R&B, depois assumiu uma características mais rock e costuma mesclar entre pop e rock, Madonna produziu trabalhos com influências do country e da música eletrônica durante a década de 1990, Rihanna iniciou a carreira interpretando R&B e foi para a música pop, depois mesclou com a música eletrônica.

²⁶ *Flashmob* é uma interpretação coreografada em espaço público. A simulação remota a um musical, em que as pessoas que transitam pela rua começam a dançar de maneira sincronizada, sugerindo uma espontaneidade inexistente.

²⁷ O vídeo teve cerca de 240 mil visualizações na plataforma do Youtube e é apontado pelos fãs como algo de tremendo sucesso: https://www.youtube.com/watch?v=IGm_VsuXeTI

satisfatória segundo os fãs da cantora. O fato de uma das dançarinas da Beyoncé ter comentado sobre o vídeo na rede social Twitter era apontado como um sinal de que a cantora poderia ter visto a homenagem. Durante os momentos em que os fãs mencionavam isso, eles demonstravam um certo orgulho e satisfação. O objetivo do *flashmob* era uma homenagem, ou uma retribuição à sua diva, e fazer com que ela assistisse o vídeo era o objetivo principal do *fandom*.

Durantes os ensaios, conheci um grupo de fãs da Beyoncé mais antigo, criado na última turnê da cantora no Brasil em 2013. Os fãs organizaram uma caravana para viajar até um show da cantora em Fortaleza, e mantêm contato frequente desde então. O informante principal contou que era um grupo bastante coeso e que se encontravam sempre que podiam, por serem mais próximos, durante o ensaio eles sempre permaneciam mais juntos, e conversando. Também possuíam grupo no WhatsApp separado dos demais fãs. Conversei com uma das garotas do grupo, vista como principal, expliquei para ela sobre a pesquisa e pedi que não informasse para as pessoas ainda sobre isso. A fã se dispôs a ajudar no que fosse possível, porém informou que o acesso ao grupo fechado não seria possível, pois pelas regras do grupo não faria sentido adicionar alguém sem que todos o/a conhecessem. Achei a resposta esperada, afinal eu não era um fã, e iria entrar num espaço privado do *fandom*, em que mensagens são trocadas quase que diariamente. Assisti o ensaio sem me identificar enquanto pesquisador; eu era apenas “um amigo” do meu contato chave para a pesquisa. Acreditei que caso informasse que estava fazendo uma pesquisa, eu traria mais atenção a minha presença no espaço e estimularia os fãs a se comportarem de acordo com expectativas criadas por eles mesmo, de como deve ser “um fã”, ou ainda que eles se sentissem mais retraídos por estarem sendo observados por alguém da universidade enquanto dançavam num domingo à tarde. As interpretações poderiam ser múltiplas, assim, o melhor seria agir como outras pessoas que estavam assistindo o ensaio.

Era notório que a minha presença no local trazia um estranhamento, não apenas no aspecto físico, por ter uma barba grande e ser peludo, mas pelo jeito despojado de me vestir. Fui de short curto, camiseta com um coração LGBT e sandálias havaianas. Enquanto a maioria dos fãs estavam de sapatos, sem barbas, e até depilados (percebi esse traço quando vi alguns dançavam e deixaram as axilas depiladas aparente) eu estava aparentando ser um típico estudante universitário de humanas. Essa reflexão da minha parte não foi imediata. Apenas no

segundo encontro com o *fandom* num tributo à Beyonce na Boate Metrópole em 12 de março de 2016, a festa era uma comemoração ao lançamento do novo álbum da cantora: “*Lemonade*”. Durante o campo, percebi que meu jeito de vestir destacava a alteridade existente entre mim e os integrantes do grupo. Fui à boate com calças compridas, sandálias de cor, camisa listrada e barba grande, enquanto a maioria dos frequentadores da boate calçavam sapatos ou tênis que exibam as marcas caras, calças apertadas, camisas chamativas, cabelos cortados e com barbas aparadas ou retiradas. Andava pela boate e sentia olhares estranhos e pessoas apontado para mim. Fazia muito tempo que não frequentava aquela boate, tinha esquecido do comportamento do público em relação às roupas. Nos últimos quatro anos que estive presente no local, foi apenas para debater ou tratar de questões do movimento LGBT em que participo ativamente. Assim senti, por conta da minha roupa, que me encaixava na visão mais estereotipada de um antropólogo visitando uma comunidade afastada da civilização ocidental, como se eu estivesse com um chapéu e bermuda com bolsos laterais de cor caqui, e uma camisa branca no meio dos nativos. Afastei-me e tentei ficar mais distante observando o grupo de fãs da Beyonce mais coeso, o mesmo que conheci no ensaio. A minha informante continuava me ajudando, se dispondo em qualquer coisa e marcamos de conversar no dia seguinte pela internet sobre os homens que se identificavam enquanto gays no grupo.

Assisti a fãs dançando na pista música de várias cantoras pop; presenciei um garoto interpretar de maneira visceral a cantora Shakira em meio a uma roda que se abriu na boate, minutos antes da apresentação da cantora cover da Beyoncé. Nos últimos 8 anos, era comum haver tributos às divas com a presença de covers das cantoras. Entretanto, a cena ou “mercado” (palavras do entrevistado Fábio²⁸ durante a entrevista), “caiu”²⁹ devido à baixa remuneração dada pela boate. A apresentação da cantora cover da Beyoncé era algo um pouco rara nos dias atuais, tendo em vista que poucas covers atuam na cidade do Recife. Assisti a performance da cover, pertencente ao *fandom* e a esse grupo mais restrito de fãs, aos gritos do público da boate.³⁰ Os fãs cantavam, pulavam e gritavam como se a cover de fato fosse a própria cantora Beyoncé dentro da boate. Imaginei como presenciar uma sócia, ou uma imagem próxima a uma respectiva diva, causava uma comoção do *fandom* e de que modo essa comoção num show

²⁸ Todos nomes dos entrevistados são fictícios, de forma a garantir seu anonimato.

²⁹ O termo sugere uma “queda do mercado” de covers na cidade do Recife.

³⁰ Durante a escrita desse trabalho, essa cover realizou uma apresentação no Programa do Raul Gil no canal brasileiro aberto SBT.
<https://www.facebook.com/jullyana.franca/videos/vb.100000416255982/1650741911616335/?type=2&theater>

cover simulava um provável comportamento perante um show real da cantora. Vi olhos analíticos de muitos fãs, que comentavam detalhes das roupas que eram similares a apresentações da cantora, ou coreografias específicas. O ápice do show cover foi a performance da música mais familiar e mais recente naquele momento, “*Formation*”, a música lançada no ano de 2015 era o primeiro single do CD “*Lemonade*”.

Depois do show da cover, os fãs se encontraram na parte aberta da boate, fora da pista de dança onde estava o palco que ocorreu a apresentação. Fiquei observando os comentários dos fãs, elogiando a amiga pertencente ao grupo, abraços e euforias sendo compartilhadas, seguido com avaliações e considerações sobre o quanto a apresentação se parecia com a diva. Em um determinado momento, dois garotos me olharam e perguntaram quem eu era, me apresentei, e a garota que me ajudava afirmou que eu era amigo dela. Perguntaram se eu era fã da cantora, afirmaram que era estranho eu estar sempre perto deles, e sempre olhando o que eles estavam fazendo. Indagaram se eu era um fã e demonstravam querer conversar e trocar informações sobre o momento em que eles viviam. Apesar da minha tentativa em mudar de assunto e tirar as indagações a meu respeito do foco do grupo, eu preferi me apresentar como pesquisador e explicar rapidamente sobre minha intenção no local. Me senti “descoberto”, de certo modo, “descoberto pelos nativos”, e preocupado com os olhares de avaliação. Também vi feições positivas, e o comentário de que a diva deles era tão incrível que estavam estudando numa universidade, em um mestrado de sociologia. Pensei como era interessante ver que um estudo sobre os fãs por alguém da universidade era algo quase prestigioso para esse *fandom*. Entretanto, em alguns espaços da universidade quanto dos espaços políticos que frequentava na cidade, essa importância era inversa. Estudar esses fãs era algo que diminuiria a importância da universidade, ou como foi dado como exemplo por um docente, seria uma “demonstração de gasto do dinheiro público por algo inútil”. Esses mesmo olhares também demonstravam um pouco de frustração e desconfiança do que fazia naquele espaço, um momento do grupo, uma convivência antiga de fãs que se encontravam para coletivamente adorar a sua diva. Permaneci com poucas palavras, tinha receio de iniciar a conversar e falar algumas informações que poderiam atrapalhar o caminho da pesquisa. Como resposta ao meu silêncio, e minha feição constrangida, respondi que iria procurar alguns deles para fazer entrevistas caso quisessem e que iria explicar sobre a pesquisa quando estivesse pronto.

Durante o momento em que fui “descoberto” pela Beyhive, senti um incomodo como pesquisador. Pensei na devolutiva para que traria para esses *fandoms*. Lembrei das críticas tão comum dos movimentos sociais que afirmavam por vezes, serem “usados” como laboratórios para universitários estudarem, ganharem título e depois sumirem. Tive receio de tratar aqueles fãs como um “objeto” de pesquisa, “inanimado”; ao mesmo tempo, tinha receio de ser muito aberto e misturar as relações entre pesquisador e também fã de uma diva pop. Minhas opiniões pessoais sobre a Beyoncé, sobre o *fandom*, as minhas críticas pessoais e minha admiração quase que exclusiva por apenas uma cantora pop poderia ser algo que, se descoberto, atrapalharia ou causaria a desconfiança do *fandom*. Sempre assisti e de fato vivi a rivalidade dos *fandoms* das cantoras pop, discussões nas redes sociais, debates acalorados nas festas sobre quem seria melhor a melhor diva, e a verdadeira autenticidade sempre foram situações comuns na minha vida de homem gay. Pensava tudo isso, enquanto me calava e acendia um cigarro com receio de me abrir demais e atrapalhar a fase seguinte das entrevistas. Nas semanas seguintes, conversei com uma fã que estava me dando suporte. Ela havia me enviado os contatos de todos os homens que se identificavam enquanto gays e faziam parte do grupo mais antigo do *fandom*. Nesse momento da pesquisa, eu já caracterizava o *fandom* composto por uma grande quantidade de fãs que se comunicavam via internet e mensagens instantâneas de textos, e atribuía esse grupo de fãs, como um grupo mais restrito e mais fechado dentro do *fandom*. Eu tentava buscar fãs que mais se destacassem ou que mais fossem vistos como “fã de verdade” ou “muito fã” dentro da Beyhive.

Apesar do esforço, nenhum dos fãs desse grupo aceitou realizar entrevistas. Geralmente a resposta ao convite não era um “não taxativo”, mas uma sequência de desculpas sinalizando a falta de interesse em contribuir com a pesquisa. Decidi, então, expandir o recorte feito, e tentei entrevistar fãs que estavam participando dos ensaios. Em um dos casos, a entrevista foi marcada, e o fã não comparecia. Após alguma insistência, recebi mensagem de um fã dizendo que ele não tinha interesse em “ficar comigo” e que eu estava usando a pesquisa como “desculpas para ficar com ele”. O flerte e a troca de olhares durante meu campo muitas vezes se misturavam com um provável interesse afetivo-sexual, mesmo quando reforçava que a entrevista tinha caráter acadêmico e por vezes sinalizava que tinha um companheiro para reforçar que o interesse era estritamente acadêmico. Percebi que os homens que eu tentava investigar, estavam apenas reagindo as expectativas do próprio ambiente, no caso da boate, ou até da cultura do flerte entre os homens gays. Lembrei dos olhares de frustração ao “ser

descoberto” como fã, talvez não teria sido apenas pelo fato de eu não ser fã da Beyoncé, mas porque meus olhares eram investigativos e não intencionais.

Com a frustração das minhas estratégias iniciais, tentei entrar em contato com fãs que conheciam a cantora, e pedi alguns conselhos do meu informante central do *fandom* na cidade, André. Fui em mais uma festa temática da Beyoncé, dessa vez no Santo Bar, localizado ao lado da Boate Metrópole. Vi pessoas mais jovens do que na noite na boate, e uma quantidade considerável de pessoas negras, algumas delas, em grupos. Um grupo em específico me chamou atenção. Era composto por garotos com roupas que lembravam as vestimentas da cultura afro-americana dos EUA. Os garotos vestiam camisas enroladas na cintura, boné com nomes em inglês, tênis do estilo “basqueteira”, e mulheres com cabelo afro, colares grandes, e acessórios coloridos. Identifiquei o grupo como pessoas aparentemente oriundas das periferias da cidade, algo que fugia da regra do local. Os estilos apresentados pareciam demonstrar uma adesão a “cultura do tombamento”³¹, esse estilo estava ganhando adeptos entre pessoas negras da periferia e era comum nas grandes cidades da região sudestina e também na cidade de Salvador. A mistura simbólica de elementos culturais e ancestrais africanos, mesclados com estilos dos afro-americanos e discursos politizados em relação à identidade racial, inclusive pondo a questão de raça como pauta central desses discursos, era uma das características dessa geração recente e contemporânea. Lembrei que na noite de março de 2016 na Boate Metrópole também percebi pessoas com essas características. Durante a festa, percebi que o público agia de modo mais descontraído, e dançava mais sem manter um desdém ou expressões faciais de soberba tão comum entre os gays, algo próximo do que Susan Sontag (1964) afirmou ser a *Estética do Camp*.

Durante essa homenagem à cantora Beyoncé no Santo Bar, conheci um fã que posteriormente seria entrevistado. Ele era um dos convidados da noite para a festa, e apesar de não fazer cover da Beyoncé, era uma atração negra no espaço. Durante toda noite, o via sendo requisitado, tirando várias fotos e poses, abraçando e cumprimentando pessoas. Esperei até o momento em que ele estivesse mais livre, e percebi a forma como ele se tornou a Beyoncé na

³¹ Cultura do “Tombamento” ou da “Lacração” são termos usados atualmente para denominar performances de comportamento e vestimenta que “arrasem” em espaços de convívio social. A estética do aparecer, se mostrar, se afirmar e chamar atenção para si mesmo, carregado de sentidos políticos identitários. É comum que as críticas direcionadas a esse tipo de performance cultural-política atribua o comportamento como algo pós-moderno pelo fato de não sugerir uma ruptura do sistema maior e mais relevante, que seria o econômico.

feita de tributo. Ele era a atração gay e negra no espaço, alguém não habitual no Santo Bar, como já dito. Consegui conversar com ele, trocar telefones e sinalizar uma entrevista. Ouvi que havia interesse sexual nesse encontro e falei que iríamos conversar sobre isso depois. Posteriormente, expliquei que qualquer tipo de relação afetiva-sexual iria atrapalhar minha pesquisa, disse que com o fim da dissertação talvez isso fosse algo viável, nesse momento, não tinha mais a desculpa de ter companheiro.

Durante o andamento a minha pesquisa, soube que os ensaios para o *flashmob* foram cancelados. Segundo alguns fãs, começaram a ocorrer disputas entre dois projetos de *flashmob*. Fui investigar sobre esse conflito e percebi que alguns fãs apontaram um outro projeto como algo profissional e não algo de “fã de verdade”. Apesar de ninguém afirmar que o organizador do outro projeto não ser fã, ele acabou sendo mencionado como alguém que tinha outros interesses, voltados para dança por exemplo. O primeiro projeto, segundo os fãs, teria a intenção de descontrair os fãs, não se tratava de uma superprodução técnica. O evento seria feito para inicialmente homenagear e agradecer a diva Beyoncé; era uma maneira de “retribuir o que ela faz por nós”. Existia um sentimento de agradecimento à diva, uma maneira de adorar e venerar como um retorno pelo simbolismo atribuído à figura da cantora. O outro projeto não possuía essas intenções, apesar de os organizadores sempre serem mencionados como pessoas boas, ótimos profissionais, o projeto não era de fãs, era algo técnico, sem a paixão e o sentimento verdadeiro dos fãs.³² Notei que existia uma disputa pela legitimidade do “ser fã” por esse *fandom*, e que as práticas similares ao *fandom* que não intencionassem a veneração ou expusesse uma paixão verdadeira, eram algo desconsiderado enquanto algo próprio de “ser fã”. Era algo artístico, profissional, técnico e não algo amador.

Em geral, percebi que os fãs da cantora atribuíam grande importância para a dança e a coreografia, a observação dos detalhes e a performance nos espaços de dança sinalizavam uma intensidade e sedução. A presença de mulheres foi algo inesperado, mesmo nos espaços em que majoritariamente homens gays e bissexuais costumam frequentar como a Boate Metrôpole e Santo Bar, havia uma proporção considerável de mulheres. O público que aparentava ser da

³² Tendo em vista possíveis conflitos entre os fãs ou repercussões que possam desencadear com esses apontamentos, prefiro não especificar nenhum dos projetos ou nomear nenhuma das pessoas envolvidas nos *flashmobs*.

faixa etária de 18-25 anos, sendo majoritariamente composto por pessoas negras³³. Devido à percepção da presença da negritude, num espaço habitualmente visto como de sociabilidade de classe média, pressupus que a presença dessa negritude misturava o convívio dessas duas classes. Afinal de contas, as dimensões de raça e classe econômica no Brasil, atribuem às classes populares majoritariamente às pessoas negras e a classe média majoritariamente às pessoas brancas.

4.1.2 *B-Army*

O nome dado ao *fandom* da cantora estadunidense Britney Spears é B-Army, ou exército B, em tradução livre para o português. O nome do *fandom* é uma atribuição simples, de um grupo de fãs em defesa da sua diva, comparando-a com uma líder do exército. Conhecida pela mídia como a “princesa do pop”, a cantora Britney Spears é vista como o principal ícone da música pop após Madonna, considerada a “rainha do pop”. Spears é de fato um produto midiático da década de 1990 e sua carreira tem, de acordo com relatos de muitos fãs, três fases: a fase “ninfeta”, a fase de “transição” entre ser garota e mulher e a fase de “assimilação” da sexualidade enquanto uma mulher. Não é por acaso que as suas três fases são ligadas à sexualidade feminina; seu discurso é quase sempre reverenciado à erotização da mulher para com o homem. (X-BRITNEY, 2015).

A carreira da cantora se inicia ainda na infância, em 1993, quando Spears participou de um programa infantil da Disney chamado de “Mickey Mouse Club”. É importante lembrar que esse programa também deu início a carreira de outros dois artistas do pop: Christina Aguilera e Justin Timberlake. Timberlake seria mais tarde o namorado mais relevante da carreira da Britney Spears, essa relevância se dá pelo status e importância que o relacionamento tem na mídia e na publicidade de ambos. (X-BRITNEY, 2015)

Britney Spears lança seu primeiro álbum ainda aos 16 anos com uma característica juvenil, inocente nas interpretações e performances em seus vídeos e performances ao vivo. Ela adquiriu uma personificação de uma colegial pura, seu olhar ingênuo se torna uma marca ao

³³ Nessa pesquisa não utilizo distinção entre pretos e pardos. Assimilo a categorização do IBGE que considera negritude como pardos e pretos no Brasil. Sendo assim, todas as pessoas não-brancas, com exceção dos descendentes dos asiáticos foram enquadradas enquanto negras. Acredito que essas categorizações são complexas, sobretudo no Nordeste brasileiro, por acreditar que muitas etnias indígenas são lidas enquanto negras nessa categorização. Entretanto, penso que aprofundar essa questão poderia desviar o foco da análise da presente pesquisa, que é a relação entre consumo e construção de subjetividade entre homens gays.

declarar publicamente sua virgindade. A personagem publicitária era a de “ninfeta”. (X-BRITNEY, 2015)

Seu segundo álbum “*Oops!... I Did It Again*” afirma que o produto Britney Spears era bem maior do que se esperava. Ela tem a maior venda de cópias de CDs durante a estreia, ou melhor dizendo, ela tem o melhor *debut* da história da música para uma cantora. É nessa fase da carreira que a artista começa a se aproximar de uma sensualidade mais madura e a se afastar da imagem de ninfeta. O vídeo do seu último single *Don't Let Me Be The Last To Know*, expõe uma Britney sensual com corpo à mostra. (X-BRITNEY, 2015). Ao lançar sua primeira música de trabalho do seu terceiro álbum, a cantora demonstra que, de fato, estava entrando nas performances da sensualidade. A música *I'm a Slave 4 U* é interpretada no Video Music Awards³⁴ com um misto de sensualidade fálica³⁵ e elementos de um mundo selvagem. Ela dança com uma cobra gigante sob o corpo, suspirando “*Eu sou escrava... para você*”. Ainda durante a divulgação desse CD, o single “*I'm Not a Girl, Not Yet a Woman*” deixa claro que ela não era uma garota, mas ainda não uma mulher. Ela estava num limiar, num entrelugar, entre uma possível dualidade de ser garota e ser mulher. (X-BRITNEY, 2015).

Iniciei minha pesquisa de campo com o B-Army indo a uma festa temática da cantora no Santo Bar e contei com a disposição de fã da cantora, conhecido da minha adolescência durante os conflitos entre os *fandoms* da Britney (B-Army) e da cantora P!nk (Underdogs). Na primeira ida ao campo, antes da pista de dança começar a funcionar, sentei em uma cadeira e comecei a fazer anotações. Fui indagado por um rapaz branco de cerca de 22 anos sobre o que eu estava fazendo, se eu era um jornalista. Respondi que fazia uma pesquisa sobre fãs gays da Britney Spears, ouvi uma resposta de modo imediato: “Nossa que bom! Eu sou gay por causa dela!”. Visivelmente alcoolizado, o fã começou a contar que desde de pequeno ficava em frente à televisão imitando as coreografias da cantora, e que sabia que era gay por gostar da diva. Ele tentou envolver os seus amigos na conversa, afirmando que todo gay tinha uma diva pop. Explicou que um deles não gostava de diva pop, gostava de diva da MPB, algo como Maria Bethânia ou Gal Costa. A conversa encerrou após alguns minutos, com troca de telefone e

³⁴ Também chamado de VMA. Se trata de uma premiação promovida pela MTV dos EUA. O evento conta com várias apresentações de artistas e garante uma audiência grande nos EUA. O VMA também é exibido nas filiais da MTV ao redor do mundo.

³⁵ Uso esse termo por acreditar que a performance com uma cobra nessa apresentação carrega um simbolismo do desejo fálico atribuído às mulheres heterossexuais.

expectativa de que eu entrasse em contato com ele para uma possível entrevista. Após algumas mensagens, o fã afirmou que não queria mais se encontrar para dar entrevista e que seria melhor eu procurar outra pessoa. Nesse primeiro tributo, percebi que o público habitual do Santo Bar se mantinha, homens na faixa dos 20-27 anos, brancos, com roupas vistas como mais alternativas, dançando de modo contido e comportado. Notei poucas diferenças com os dias comuns no espaço.

O Santo Bar organizou, aproximadamente 6 meses depois, uma outra festa tributo, no mês de junho de 2016, em que chamou fãs da Britney Spears para serem DJs. A ideia de um dos organizadores surtiu efeitos; os fãs convidados para serem DJs chamaram seus amigos pertencentes ao *fandom* no Recife, o que garantiu a lotação do espaço e a presença de um perfil nítido dos fãs da cantora. A grande maioria dos fãs na festa era de homens brancos, na faixa etária de 24-30 anos. Uma parte considerável dos fãs tinham porte físico musculoso, e corpo depilado, o que no mundo gay é geralmente denominado de estética “barbie”. Na pista da dança, notei uma performance sempre contida nos gestos, e expressões corporais, quando eles tendiam a realizar alguma simulação da coreografia usavam apenas as mãos sugerindo saber as ordens da coreografia. O público contido apenas extravasadas em refrãos das músicas mais famosas, e voltavam toda sua expressão para o rosto, simulando um “carão”³⁶ ou uma face de intensidade, que parecia uma repetição das feições de sofrimento intensos que a cantora exibia em alguns clipes. Durante a noite, conversei com alguns fãs, sobre como eles se tornaram fãs e falando sobre as suas respectivas vidas. As justificativas acerca do momento difícil da cantora, o fato de ela não cantar ao vivo nos shows e seu simbolismo para a música pop do fim da década de 1990 e início dos anos 2000 eram defendidos e explicados com veemência pelos fãs. A experiência foi interessante, e a necessidade de comparação com outras divas foi apresentado como argumento para legitimar a Britney Spears como única diva pop. Os fãs questionaram meu gosto, e ao falar que eu era fã da P!nk, o tom da conversa foi alterado. Por ser fã de uma cantora apontada como rival da Britney Spears, tive receio que isso pudesse atrapalhar na tentativa de estabelecer contatos posteriores com os fãs. Entretanto a conversa se aprofundou, e todos os fãs que estavam próximos continuaram argumentando quão incrível, e icônica a Britney Spears era em relação a outras cantoras.

³⁶ Gíria LGBT que significa uma performance facial de desdém, apatia e um ar blasé de olhar. O “carão” geralmente é utilizado como maneira de se firmar como superior dentro de uma suposta rivalidade entre os homens gays para se tornarem ao centro das atenções ou serem notados em algum espaço de convívio social.

Apesar dos diálogos durante a festa, os fãs não apresentaram tanta disposição em participar mais profundamente da pesquisa. Fui para outro campo, dessa vez na Boate Metrópole. Fui convidado, via Facebook pelo perfil da Boate, a participar de uma festa em homenagem à cantora Britney Spears. E, ao ler a descrição do evento, notei que ocorria uma discussão entre os fãs e uma chamada para um boicote ao evento. A festa tinha uma foto da cantora em uma fase, vista pelos fãs como “ruim” da sua carreira, sendo frequentemente usada como piada por outros *fandoms* para desmerecer Britney Spears e atribuir a carreira da cantora como um “flop”³⁷. Como atração na noite a Boate colocou um DJ que era fã de uma outra cantora pop, a Beyoncé para tocar durante a festa e garantiu uma performance de um dançarino conhecido também conhecido como membro da Beyhive. O uso da foto que não respeitava a boa fase da cantora e a presença de pessoas que não eram vistas como fãs, ou seja, não faziam parte do *fandom* B-Army resultou num boicote organizado dos fãs da cantora à festa. A mobilização do *fandom* contra o evento surtiu efeito, o público durante a noite foi pequeno, mas ainda assim percebia que existiam fãs da cantora na boate. Os fãs também demonstravam estar mais contidos, apenas mexendo os braços para gesticular coreografias e em grande parte eram homens mais fortes e depilados, as “barbies”. A faixa etária aparentava ser um pouco maior que o evento com o mesmo tema no Santo Bar, entre 25-30 anos. A atração da noite, um dançarino vestido com trajes colegiais estadunidenses, interagiu com montagens projetadas na parede, simulando estar junto à Britney Spears numa sala de aula. Também simulou interagir com uma famosa cover da cantora no Nordeste, a Thammy Spears. A reação do público era de admiração com poucas manifestações de euforia ou gritos durante a performance.

Assim como com o *fandom* Beyhive, dentro do *fandom* B-Army existia um grupo de fãs mais coeso e mais “fiel” à cantora. Meu contato de referência dentro do *fandom* realiza informes de possíveis encontro de fãs que aconteceriam na casa de um deles, para assistirem premiações da música internacional em grupo. Apesar das tentativas de encontro desse grupo terem falhados, consegui conhecê-los durante o lançamento do álbum “Glory” da cantora numa livraria na cidade do Recife. Esse episódio será aprofundado nos capítulos seguintes. Contudo, é importante mencionar que o grupo se mostrou articulado e reconheci algumas pessoas da convivência em espaços LGBTs no fim da adolescência. Conversamos um pouco sobre a pesquisa e peguei o contato de alguns deles. Consegui realizar entrevistas com três pessoas

³⁷ Flop, termo original do inglês, significa, cair, não ter o sucesso esperado. No Brasil, a palavra é usada como um adjetivo, e foi estabelecido um coloquial, o flopar. Assim como o uso do delete e deletar.

desse mesmo grupo, os três já me conheciam de outras ocasiões da minha vida pessoal. Os outros fãs que não tinha contato anterior não tiveram interesse em contribuir ou não dispunham de tempo para realizar as entrevistas.

Percebi que em geral o *fandom* B-Army tinha membros de uma geração mais velha que a da Beyoncé³⁸, e era composto por uma maioria de homens gays brancos, muitos deles universitários e alguns poucos vistos como “barbies” na cena gay. As diferenças de comportamento dos fãs nos espaços de sociabilidade eram consideráveis. Enquanto os fãs da Beyoncé tendiam se expressar com intensidade, os fãs da Britney Spears mantinham um comportamento corporal pouco expressivo. Os fãs de Britney Spears tendiam a serem mais expressivos e demonstrar intensidade com a repetição em coro dos refrãos das músicas, enquanto os fãs da Beyoncé se preocupavam mais com olhares cativante e sérios. A presença de mulheres na Beyhive também era significativa, já que eu vi praticamente nenhuma mulher no *fandom* da Britney Spears. As percepções em relação à raça e suposições sobre as classes sociais dos dois *fandoms*, tendiam a confirmar as expectativas de que os fãs da Britney Spears tendiam serem brancos de classe média, enquanto os fãs da Beyoncé eram majoritariamente negros e classes populares.

4.2 Conhecendo a diva: início do processo de consumo e veneração

Em geral as entrevistas relatavam inicialmente os momentos recentes de encontro dos entrevistados com as divas, suas vivências e declarações genéricas de adoração. Falar sobre a história de vida pessoal às vezes aparentava ser difícil, trazendo estranhamentos e reflexões dos entrevistados sobre como as vivências pessoais do passado se conectavam com o que se era e se vivia no presente, uma relação de passado e presente mencionado por Rosenthal (2004). Os relatos dos entrevistados sobre suas respectivas vidas por diversos momentos se entrelaçavam com momentos das vidas e carreiras de suas respectivas divas. Essa interconexão entre a vida dos fãs e das divas aparecia tanto em situações da vida pessoal das cantoras quanto em momentos específicos de suas carreiras. Algumas falas, por exemplo, remetiam à idade ou ao

³⁸Um dos entrevistados denominava os fãs mais novos da cantora de “fã *Single Ladies*”. Segundo o depoimento dado, os fãs mais novos geralmente eram mais imaturos e achavam que a cantora se resumia a dançar e dar close, não percebendo um lado mais refinado e sério da cantora Beyoncé.

período escolar com a divulgação de um álbum, turnê ou período de crises pessoais e gravidez das cantoras.

O primeiro contato com o produto das suas respectivas divas relatado por cada fã geralmente era descrito como uma narrativa inesquecível, e como momento de recordação detalhada. A volta ao passado trazia lembranças e esse revisitar do primeiro momento em que se conheceu a diva, não aparentava ser algo raro de se refletir, haja vista o grau de detalhes e até a correção do momento em que se viu ou ouviu pela primeira vez a sua diva. Essa “correção” do momento do primeiro contato foi descrita por Pablo (23 anos) fã da Britney. Durante a entrevista ele contou inicialmente a história “oficial” em que conheceu a cantora através de um colega de colégio durante a 5ª série e através dessa recomendação, Pablo começou a assistir o programa Top 10 da emissora internacional MTV³⁹. A história “real” aconteceu ainda mais jovem, assistindo a TV do porteiro do seu prédio:

“O engraçado é que antes, depois de muito tempo... eu sempre falava essa história como uma história oficial de como conheci Britney Spears mas depois de muito tempo eu lembrei que um dia em que estava no meu prédio e estávamos de noite, todo mundo brincando ali embaixo do prédio, aquela coisa de jogar bola, enfim, brincar de espão, essas coisas assim. E a gente abusava muito o porteiro, e teve um dia que o porteiro tava na televisão, e ele tinha mudado de canal e estava passando Toxic [videoclipe]. E todo mundo ficou olhando, todo mundo parou e ficou assistindo, e todo mundo dizendo: “ahh como ela é gostosa, como ela é massa”. E eu lembro que eu olhei ela de um jeito: “caralho que tudo, essa mulher... ela arrasa, muito, muito”. Mas esse foi o primeiro contato, eu não sabia nome dela, não sabia de música, eu não sabia porra nenhuma, tá ligado? isso eu lembrei depois de muito tempo e depois foi que [amigo do colégio] foi e me apresentou, essa história [oficial] que te contei” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016)

O primeiro contato de Jonas (30 anos) também ocorreu assistindo um programa de *charts* de videoclipes, no canal RedeTV, a descoberta ocorreu através do clipe “*Sometimes*” no ano de 1999. O relato com elementos detalhados sinaliza esse episódio como um momento marcante em sua vida:

“Então eu cheguei da escola, não sei se eu tinha treze ou se eu tinha doze, foi em 1999, final de 1998, era o clipe de Sometimes, o segundo single dela, eu cheguei da escola na casa na minha avó e a TV tava passando, tinha TV Manchete [na verdade a

³⁹ A MTV no Brasil fazia parte do grupo Abril de Comunicações, e apesar da marca e do conteúdo exibido serem norte-americanas, o canal era considerado brasileiro. O programa TOP 10 (anteriormente chamado de DISK MTV) seguia a lógica dos *charts* da indústria da música pop, eram rankings de lançamentos musicais estabelecidos de acordo com os pedidos dos fãs para as emissoras. O formato de programa existia na maioria dos países que tinham filial da MTV e também de outros canais de TV que exibiam videoclipes, como Vh1, Multishow e Play TV.

RedeTV, a emissora estava em fase de transição] tava passando aquele vídeo dela, eu fiquei: “caralho que mulher linda!” Na Manchete tinha um programa lá que era só vídeos, de seis horas da noite que era com Sabrina Parlati, maravilhoso, ai tipo eu vi aquela mulher maravilhosa assim, eu sempre fui louco por loiras, ai eu disse: ‘meu deus que mulher linda incrível!’ E eu fiquei assim sem ter... Eu nem tirei a roupa da escola, e fiquei olhando assim... eu... e todo dia quando dava esse horário eu chegava na frente da televisão e sentava pra ver até a hora que ia passar!’ (Entrevista com Jonas, 09/09/2016)

É possível que esse episódio fosse visto como despercebido dentro dos acontecimentos do cotidiano, entretanto como Rosenthal (2004) sinaliza, o passado é construído pela lógica do momento vivenciado no presente. Se tornar fã e consumir a sua diva no decorrer das suas trajetórias de vida causou um significado para o momento do primeiro contato. Esse contato tenderia a existir na lembrança por se permanecer fã da cantora. Sendo assim, o acontecimento não se tornaria marcante por si só, enquanto fato isolado, ele é marcante porque ainda se permanece cotidianamente consumindo a cantora e venerando suas produções e sua imagem na mídia.

Diego (28 anos), também fã da Britney afirmou que seu gosto musical se alterou depois de conhecer o canal MTV no Brasil, iniciando seu contato com a música internacional e consequentemente com a música pop: “[...] no começo eu ficava em dúvida se gostava de pagode só, essas coisas do Curado IV [bairro da periferia de Jaboatão dos Guararapes-PE] que todo mundo gostava, eu só comecei a gostar de música internacional quando veio a MTV Brasil e veio Hanson⁴⁰ ai eu comecei a gostar e ir pro outro lado”. (Entrevista com Diego, 09/09/2016). A MTV também foi um fator catalisador para André (30 anos), fã da Beyoncé, apesar de não ter tido seu primeiro contato com a música pop através da rede televisiva, foi através dela que o consumo cultural pode ser intensificado. No relato, André e Jonas apresentam uma relação geracional com fato de ser telespectador do canal:

“[...] a MTV trouxe essas coisas, eu passava o dia assistindo MTV quando eu podia, então assim, trouxe muita referência também musical, conhecimento mesmo que eu não teria de outra maneira né? Eu acho que na verdade a minha geração que não tinha acesso à internet, não tinha computador nessa época, bebia dessa fonte mesmo que era a MTV” (Entrevista com André, 22/08/2016)

“O acesso à internet era muito ainda... não era tão fácil. Então tinha os fãs clubes, essa revista [da Britney] tinha umas dicas de fãs clubes, onde eu escrevia carta pros fãs clubes e eles retornavam as cartinhas também pra mim. [...] depois quando

⁴⁰ Trio musical de irmãos estadunidenses que ficou conhecido internacionalmente com a música "MMMBop" em 1997.

chegou a MTV.... A gente foi tendo aquele acesso [...]” (Entrevista com Jonas, 09/09/2016)

O conteúdo trazido por André aponta duas questões pertinentes para compreensão do acesso ao consumo dessas divas pop: a expansão da MTV em uma escala global e os meios de comunicação disponíveis de acordo com um recorte geracional. A MTV (sigla do inglês Music Television) é uma empresa de telecomunicação norte-americana que possui filiais ao redor do mundo, agrupando regiões de fronteiras nacionais e linguísticas. A empresa, fundada na década de 1980, é geralmente citada como responsável pela expansão de figuras da música pop dos EUA. As carreiras de Madonna, Michel Jackson e assim como da Britney Spears e Beyoncé tiveram sua ascensão atrelada à divulgação do canal em vários países, incluindo o Brasil. A MTV atua como aparelho catalisador da música pop internacional e foi considerada precursora da junção de música e imagem, exibindo videoclipes. O canal propagava em escala mundial produtos majoritariamente produzidos pela indústria cultural estadunidense, esse fato não é mero acaso, se trata de uma consequência do sistema capitalista e sua relação centro-periferia.

“[...] a MTV era a porta de entrada principal na época, não tinha internet...assim tinha internet mas não era tão popular, a gente via as coisas pela MTV, tinha a parada de clipes, lançamento, entrevista com os artistas, e ela é uma artista da MTV, ela cresceu dentro da MTV americana e a brasileira importava o material, ela é a definição de artista da MTV, ela e Justin, tudo dele saía na MTV. Então pra mim é a referência assim. Ela, é... a MTV dava a introdução e dava o suporte a todo o resto, a gente assistia um clipe num lugar e depois tinha um especial, final de semana só dela, tinha um especial com entrevista só dela, eles davam o suporte a todo o produto...” (Entrevista com Diego, 09/09/2016).

Um autor útil para pensar a respeito do papel desempenhado pela MTV é Nestor Canclini (1999). O sociólogo argentino coaduna com a concepção de produção cultural num centro econômico dominando um local subdesenvolvido economicamente. Como consequência disso, o senso de pertencimento das identidades é menos localizado em uma lealdade local e nacional e mais ligado a um pertencimento em comunidades transnacionais e desterritorializadas de consumidores, a exemplo disso o consumo do rock e de canais internacionais como a MTV. Esse senso de pertencimento à uma identidade local menos localizada pode ser percebido no relato de Diego ao questionar se seu gosto musical se

limitavam aos produtos culturais consumidos na periferia da Região Metropolitana de Recife, em que ele morava.

Uma vez que os critérios culturais se tornam econômicos, ou seja, o lucro é a lógica vigente da produção dos conteúdos da mídia, o ordenamento global desterritorializa os conteúdos culturais e as formas de consumo. Assim ocorre uma aproximação entre os produtos culturais dos países centrais e periféricos. Canclini (1999) põe os países periféricos como “subúrbios culturais estadunidenses”, advinda de uma via unilateral das políticas culturais. Por fim o autor conclui que:

“As mudanças na oferta e no gosto dos espectadores que analisamos indicam que o controle econômico dos EUA se associa ao apogeu de certos traços estéticos e culturais que não são exclusivos desse país, mas que encontram nele um representante exemplar: o predomínio da ação espetacular sobre as formas mais reflexivas e íntimas da narração, o fascínio por um presente sem memória e a redução das diferenças entre sociedade a um multiculturalismo padronizado em que os conflitos, quando são admitidos, se resolvem de maneira por demais ocidental e pragmática” (CANCLINI, 1999, p. 64-65).

A reflexão de Canclini contextualiza o consumo cultural de músicas produzidas fora de realidades regionais, e sobretudo dos contextos latinos. Produtos hegemonicamente advindos dos EUA que são consumidos em países periféricos tornam –se regra para os consumidores. Perceber a readequação e ressignificação do produto gerado pela mídia por esses grupos caracteriza o exercício sociológico de apreender o diálogo entre os sujeitos e as estruturas sociais vigentes, uma vez que o produto midiático reproduz e muito diz sobre a lógica estrutural da sociedade.

O meio de comunicação mais citado entre os entrevistados era a televisão, mas cabe perceber que o acesso aos videoclipes das divas está relacionado com o recorte geracional, como bem pontuou André (35 anos). Seu primeiro contato com a música internacional veio através de uma emissora de rádio, a extinta Rádio Cidade da Região Metropolitana de Recife, uma das pioneiras da transmissão da música pop/rock internacional na capital Pernambucana. Enquanto para o entrevistado com a menor faixa etária, Lucas, de 18 anos, teve seu primeiro contato com a Beyoncé através da internet, ainda no começo da adolescência:

“[...] aí como não tinha atividade [em casa], só tinha internet, aí eu ficava pesquisando as coisas, aí eu sempre tive um prazer com dança, aí eu um dia no youtube, aí passou ela lá, aí eu vou ver, aí eu vi ela cantando... nossa que voz, aí eu vi ela dançando... Eitaa. Gostei! Aí eu passei ‘comoéqueénome’, a escutar o álbum

dela, comecei a acompanhar ela, eu acho que eu tinha uns doze anos, já.” (Entrevista com Lucas, 23/09/2016).

A relação da indústria fonográfica tem sido alterada de acordo com as dinâmicas tecnológicas e meios de comunicação de massa no decorrer dos anos, consequentemente o acesso e o contato inicial com as divas tem se modificado. Se antes os fãs conheciam as divas através das apresentações de ópera no teatro no século XIX, na metade do século XX os fãs surgiam através das rádios, como bem pontou James Green (2000). Com o surgimento da televisão a cores e a criação do videoclipe concomitante com o surgimento da MTV, a televisão se torna um meio mais massivo na década de 1980 propagação das figuras mídia. É estratégico perceber a consequência de um país com desenvolvimento tardio do capitalismo, no que tange à indústria cultural no Brasil, afinal o acesso a MTV e mais massivamente aos vídeos ocorre cerca de 10 anos depois do “boom” na década de 1980 nos EUA. Já no século XXI, com acesso à internet sendo mais massificado nos países periféricos, e consequentemente com as novas mídias, o contato com os produtos culturais ocorre em sua grande maioria com sites/plataformas de reprodução de vídeos como Youtube e Vimeo, assim como através de canais dentro dessas plataformas, como o Vevo. É durante a ascensão da internet como acesso a vídeos que a MTV Brasil entra em falência e sai da lista dos canais abertos disponíveis no Brasil. Segundo os empresários que comandavam a empresa, não faria mais sentido ter um canal que exibisse vídeos quando a qualquer momento a audiência poderia assistir o vídeo que quisesse via internet.

Não à toa, Lucas (18 anos) é o único entrevistado que não cita em nenhum momento a MTV ou qualquer premiação relacionada à emissora⁴¹ durante a entrevista. Ele teve seu primeiro contato com indústria pop via Youtube durante o tempo livre que passava em casa. O ócio era consequência da proibição de seus pais de sair de casa durante toda sua infância e parte da adolescência. Segundo Lucas, ele cresceu “preso em casa” devido à violência na periferia do Recife. O tempo livre em casa era gasto consumindo repetidamente a série de filmes “Harry Potter” e vendo vídeos de dança na internet. Durante toda a entrevista, Lucas relatava não apenas sua paixão pela Beyoncé, mas principalmente sua paixão pela dança, afinal foi através

⁴¹ A MTV possui premiações internacionais à nível regional em várias partes do mundo, como Europa, América Latina, Brasil, Austrália, Japão e EUA. No Brasil, a extinta premiação era denominada de VMB (Video Music Brasil), enquanto nos EUA, país sede da empresa, o evento era chamado de VMA (Video Music Awards).

da admiração da dança e da coreografia que ele começou a conhecer a sua diva. Durante a obra de Daniel Cavicchi (1991) é possível observar variados relatos sobre o processo inicial de identificação da audiência com os artistas. Como dito no Capítulo II dessa pesquisa, alguns fãs do Bruce Springsteen apontavam predisposição da audiência em se tornar fã do cantor. A raça/etnia, a classe social, o gênero (e por que não a identidade sexual?) e gostos pessoais seriam características da audiência que aproximavam e conectavam com determinados ídolos.

As características políticas e raciais, assim como os gostos pessoais, podem ser vistos como pontos de conexão dos consumidores com as figuras das divas. Características em comum como a raça/etnia e capacidades técnicas vista como dons ou esforços, como possuir carisma e ser uma excelente dançarina, eram pontos de conexão ou pontos em comum citados em todas as entrevistas. Não apenas Lucas (18 anos), mencionava a aparente perfeição de Beyoncé dançando como atributo para venerar a artista, Fábio (35 anos) também expressava sua admiração por Britney Spears pelas mesmas razões.⁴² Lucas é dançarino e participa de um grupo de dança pop na cidade do Recife enquanto Fábio após participar durante alguns anos de grupos de dança de música pop, diminuiu a frequência do seu hobby. Fábio também mencionou ter se apresentado em vários nas boates LGBTs da cidade do Recife, e também trabalhou coreógrafo de “covers” de divas pop⁴³ na cena da capital. O ex-coreógrafo, ao tentar se definir e falar sobre quem era, pontuou a relação com a dança como uma saída da rotina cotidiana:

“Eu lido com a atividade de dança como um passatempo, como uma coisa que me relaxa, que me deixa tranquilo, é onde tiro meus estresses, vou muito pra balada, encontro com o pessoal de antigamente, do grupo de dança e nisso a gente vai lá e dança horrores ate... sair... sair.. Assim do cotidiano, é um, uma meio de escape pra minha vida assim, é o que eu gosto de fazer [...]” (Entrevista com Felipe, 10/09/2016).

Se para Lucas (18 anos) e Fábio (35 anos) o gosto dela dança pode ser vivenciado através de grupos de performance, para André (35 anos) o gosto pela dança foi reprimido ainda na infância quando vivia na cidade de São Paulo. A repressão marcante ocorreu através das críticas de uma tia por seu comportamento afeminado quando criança. Durante a infância relatou

⁴² Como veremos ao decorrer desse capítulo, a cantora Britney Spears diminui seu desempenho na dança após as turbulências pessoais que passou no ano de 2007. Segundo os fãs, ela não consegue voltar a dançar como antigamente como consequência dos traumas e tratamentos que passou.

⁴³ No final da década de 2000 e começo da década 2010, ocorreu no Recife uma fase “boom” de dança e performances, sobretudo na Boate Metrôpole. Era comum existirem apresentação de “covers” de divas pop durante os fim de semana na boate. Segundo alguns entrevistados, os grupos de dança e covers foram responsáveis por lotar as noites na boate, porém com a baixa renda do cachê a cena de covers foi se extinguindo.

realizar interpretações de cantoras infantis como Xuxa e Angélica, a quem ele denominou de “*divas infantis*”. As imitações eram vistas como demonstrações de feminilidade para sua família. Essas críticas às “*pintas dadas*” contribuíram para manter um comportamento mais próximo à uma provável masculinidade hegemônica e a focar apenas no seu gosto pela música. É interessante notar que a dança foi vista como um exercício da feminilidade por alguns entrevistados. A feminilidade se expressaria através da imitação das divas e interpretação das coreografias dos shows ou videoclipes. Ainda sobre esse da sua infância, André relata:

“Tipo eu tinha uma tendência a ser muito afeminado naquele momento ali sabe? E aí eu lembro como, enfim eu tava lá nas minhas pintas e tal a minha tia fez um comentário assim, eu tava andando e ela falou: “Anda feito homem!” Aí eu nunca esqueci isso tá ligado? Assim eu não mudei o meu comportamento de afeminado por conta daquele comentário, foi uma construção, e aí eu não sei se hoje eu não seria afeminado tá ligado? (Entrevista com André, 22/08/2016).

A partir dessa mudança de foco, André (35 anos) começou a exercitar atividades relacionadas à música na igreja em que frequentava, instrumentos e canto se tornaram um possível escape para seu desejo musical, sem atingir o espectro da masculinidade rígida e ao mesmo tempo frágil imposta pela sociedade. O não desenvolvimento das expressões corporais via dança, aparentava ser uma frustração durante a entrevista e as visitas de campo: “*eu sei todas as coreografias [da Beyoncé] na verdade, mas eu não tenho habilidade mais pra dançar então eu sou frustrado*” (Entrevista com André, 22/08/2016). Essa frustração era aparente ainda que o foco na música tivesse garantido um sucesso profissional para o fã. Nas conversas durante o campo André reiterava seu conhecimento das coreografias, detalhes minuciosos em posições difíceis mas afirmava ser incapaz de reproduzi-las. Ele se tornou um excelente profissional da música, capaz de memorizar as coreografias da sua diva, porém incapaz de reproduzi-las como os outros fãs. André foi um dos responsáveis por organizar o *flashmob* mais conhecido da Beyoncé na cidade do Recife. O fã é visto como uma das figuras principais do *fandom* na cidade, para a pesquisa ele era uma peça chave para compreender a dinâmica dos fãs da Beyoncé. Durante as pesquisas de campo, enquanto André organizava, mobilizava e gerenciava todo o aparato e estrutura para que os ensaios para um vídeo do *fandom* ocorressem, os demais membros do *fandom* dançavam, interpretavam e decoravam coreografias ditas por ele. Vale lembrar que o ensaio contava com a ajuda de um outro fã, dançarino profissional, para executar as coreografias. Durante o campo, André comentou: “*Eu não sei dançar, não consigo, eu sei os passos todos mas fico aqui só falando, haha*”. (Entrevista com André, 22/08/2016)

4.3 Identificação Identitária e por gostos: Adorando a diva

O gosto pela dança é um dos motivos apresentados para iniciar os primeiros contatos com a diva, os pontos de conexão entre as figuras midiáticas e a audiência. A raça/etnia aparenta ser um outro fator que corrobora com esse primeiro contato. Dois dos três fãs da Beyoncé entrevistados são negros e durante a entrevista citaram o fato do empoderamento e o uso do discurso político identitário do álbum “*Lemonade*” como motivos para venerar a cantora. André (35 anos), visto socialmente como branco, também fã da cantora Beyoncé, citou durante as pesquisas de campo a importância do álbum da cantora para os fãs negros do *fandom*. Durante os ensaios era perceptível a maior quantidade de fãs negros da cantora, o mesmo foi percebido durante as festas temáticas em homenagem à cantora que ocorreram na boate Metrópole e no Santo Bar. Se a admiração de André pela Beyoncé não está fortemente atrelada pela identificação de sua raça, ela aparentemente estava conectada pelo seu gosto musical. André afirmou ser fã do estilo musical R&B, ritmo musical negro derivado do blues, ser fã da Beyoncé não era apenas ser fã do estilo pop, afinal o ritmo mais interpretado pela cantora no começo da carreira era o R&B, sobretudo no antigo grupo musical que projetou Beyoncé na indústria da música o Destiny Childs.

A identificação com a cor/raça não foi vista apenas nos fãs negros da Beyoncé, um dos fãs da Britney Spears citou o fato da cantora ser loira como um atributo físico para admiração e identificação com a cantora: “*aí tipo eu vi aquela mulher maravilhosa [Britney] assim, eu sempre fui louco por loiras, aí eu disse, meu deus que mulher linda incrível*”. (Entrevista com Jonas, 09/09/2016). Durante a segunda parte da entrevista, ao responder ao meu pedido sobre os motivos de gostar da Britney, Jonas respondeu sobre sua admiração ao fenótipo caucasiano da cantora, caracterizando-o como um estereótipo de beleza padrão:

“[...] na verdade eu fiz uma análise como se fosse assim, um estereótipo que acho, assim o estereótipo de loira padrãozinho que eu sempre admirava antes, sabe? A uma época atrás, o padrão de artista que eu admirava era realmente esse, loirinha, magrinha, branquinha então era bem isso [...] é que me chamava atenção [ser loira] pra, pra... aí porra que perfil bonito!” (Entrevista com Jonas, 09/09/2016)

A característica do gosto pela música era citada pelos entrevistados geralmente em três atributos: ritmo musical, voz e letras das canções. Diego (28 anos), ao iniciar a entrevista descrevendo quem era, afirmou ser fã do estilo musical pop, só então citou as figuras da mídia como Michel Jackson, Madonna e Britney Spears. Além do estilo música interpretado por sua diva, a voz da cantora apontada identificação do gosto:

“Eu não gosto do primeiro CD dela, porque eu acho muito infantil... a voz dela é muito infantilizada... só comecei a gostar no segundo CD, foi o Ops I Did It Again que ela mudou a voz né? Está mais anasalada que é o que eu prefiro e é mais sexy por isso eu gostei, o outro é muito... tem gente que prefere porque é mais cantora mas eu não gosto, eu gosto da falsinha mesmo” (Entrevista com Diego, 09/09/2016).

Durante a entrevista de Jonas, a característica de voz infantil era mencionada como uma das grandes qualidades da sua diva:

“Inclusive um dos motivos de eu amar [a canção] “Baby One More Time” é a vozinha dela, aquela vozinha gostosinha de minininha de 15 anos, acho que ela tinha 14 quando ela gravou, aquela vozinha super... patinho rouco mesmo, muito fofa, muito fofa, eu amo muito Baby One More Time.” (Entrevista com Jonas, 09/09/2016).

“Mas é um dos motivos que eu gosto, acho que é a voz dela. Que não é aquela voz de P!nk⁴⁴ sabe? Por isso quando falam da voz de Britney eu digo, ‘vai tomar no cu’... porque pra mim é um dos diferenciais, é um dos motivos de eu amar ela.” (Entrevista com Jonas, 09/09/2016).

Para Diego, outro fã da Britney, o momento seguinte da carreira da cantora com o single “Oops I Did It Again” é mais sexy. A voz anasalada para ele daria essa sensação: A ênfase dada a voz de Britney Spears pelos fãs aparenta ser uma resposta tabu de que a cantora não consegue cantar ao vivo. [...] *ela [Britney] nunca se colocou como um exemplo de cantora com potência vocal que vai destruir tudo quando fizer um live, nunca falou isso...*” (Entrevista com Jonas, 09/09/2016). Durante toda carreira da cantora, a incapacidade de performar ao vivo é motivo para outros *fandoms* deslegitimarem e criticarem a artista, piadas que atribuem a artista como

⁴⁴ Cantora pop norte-americana com voz grave. P!nk é conhecida como uma diva mais pop/rock dentro do cenário das divas internacionais. Na entrevista com André a cantora foi citada como exemplo de um tipo de pop que não gosta de ouvir: “Sobre Katy Perry é o seguinte, eu não gostava de Katy na época que ela lançou o primeiro álbum, porque ela fazia um som parecido com P!nk, tinha muito rock tá ligado? E aí eu não gosto muito de rock [...]”

uma “cantora muda” são comuns nos espaços virtuais de fãs de música pop. Apesar disso, Diego relata não se importar com os comentários negativos a respeito da sua diva:

“[...] mesmo que seja um fiapo de voz, a gente gosta, até porque ela nunca se vendeu como cantora, ela mesma fala, ela se vende como performer, ela não se vende como cantora. Eu entendo que é bizarro que ela duble e tal, mas é aquela questão, você aceita ou não. Tem porque ficar debatendo porque ela dubla ou não. Ela dubla e pronto, 20 anos dublando.” (Entrevista com Diego, 09/09/2016).

O relato de Diego responde a ideia de que os consumidores da Britney Spears seriam enganados, uma vez que até sua capacidade de cantar é questionada pela mídia internacional. Para isso, ele retira o status de cantora da sua diva, deslocando sua relevância enquanto artista para a de performer, retirando assim consequentemente a necessidade de saber cantar ao vivo. Diego também deixa explícito que a sua escolha e a do seu *fandom* de ter a performer Britney Spears como uma diva, é de fato uma escolha consciente, o fato de não saber cantar ao vivo não se torna basilar para retirar a admiração pela diva, tampouco para parar de venerá-la. Há a conveniência, portanto, de aceitar essa característica da artista. Esse fato pode ser lido como exemplo dos variados significados que os consumidores dão ao conteúdo que consomem, significados estes que fogem das expectativas esperadas ao se consumir uma cantora. Afinal, segundo o próprio fã, ela seria uma cantora que dubla por 20 anos. E isso não é um problema, é uma escolha.

Outro fato mencionado como catalisador da paixão pela diva, ou como justificativa para afirmar o estado de ser fã da diva, é o conteúdo das músicas. As letras, os sentidos, as composições foram usados por Lucas (18 anos) para comparar a sua diva com outras cantoras: *“ai tipo tem gente que compõe sabendo de tudo que acontece pela internet mas ela não, ela faz questão de visitar de conhecer, de saber, de escutar a história dos outros, e assim compor a música”*. (Entrevista com Lucas, 23/09/2016). Para outro entrevistado, Rafael (23 anos), o primeiro contato com a Beyoncé não desencadeou o “se tornar fã”. Apesar de já conhecer alguns singles da cantora, como o “*Crazy in Love*” e “*Naughty Girl*”, apenas com a música “*Irreplaceable*” ele afirma ter iniciado seu processo de se tornar um fã:

“Eu acho que a partir de 2006 com “Irreplaceable” eu comecei a ser fã mesmo pra caralho de Beyoncé, eu fiquei tipo apaixonado [...]”

“Quando eu ouvi ‘Irreplaceable’ eu achei aquela letra muito forte, ela não tava nem aí pro cara sabe? Aquilo me representou mesmo que eu não me comportasse naquela época, naquela época era como eu queria me comportar, tipo... ela fala na música que ele não sabe nada sobre e ela pode conseguir um igual a ele em um minuto tipo, isso é muito amor próprio isso é muito colocar você em primeiro lugar antes de qualquer outra pessoa” (Entrevista com Rafael, 24/09/2016)

Autores como Daniel Cavicchi (1998) e Bettina Fritzsche (2004), ao estudar os fãs do cantor Bruce Springsteen e Spice Girls, respectivamente, constaram uma correlação entre a vida pessoal dos artistas e a letra das músicas. Segundo Cavicchi, as músicas conectavam os fãs com momentos e sentimentos passados, transportavam os sentidos para ocasiões específicas das suas histórias de vida. Já Fritzsche relacionou os discursos das Spice Girls com o empoderamento de garotas adolescentes alemãs em suas percepções e vivências enquanto mulheres. Algumas fãs se reconheciam nas letras das músicas e tornaram o grupo pop como possíveis fontes de empoderamento feminino. O conteúdo da música pode ser utilizado de diversos meios pelos consumidores, durante as entrevistas, as músicas e os videocliques cumpriam o papel de conquistar os fãs e ser um dos elementos para a transformação um simples consumidor da audiência em um fã devoto. Um dos fãs da Beyoncé ao explicar o porquê de não parar de ouvir a cantora desde o começo de sua adolescência quando teve o primeiro contato com ela afirma:

“ela [Beyoncé] faz música... não só música que seja animada pra pessoa dançar [...] geralmente as pessoas que estão escutando essa música quando vê a tradução, vê que se encaixa totalmente com a vida dessa pessoa, mesmo ela tendo escrito relacionado a vida dela [Beyoncé] mas sempre está espelhando a vida de outras pessoas, como por exemplo [a música] ‘Flawless’, ela é uma música bem pra animar a pessoa, dizendo que a pessoa é perfeita, não importa o que aconteça, a pessoa acorda perfeita a pessoa precisa, ela não precisa se maquiar, ela não precisa produzir cabelo, ela é perfeita do jeito que ela é!” (Entrevista com Lucas, 23/09/2016)

4.4 Rituais e conversões

Assim como dito por Daniel Cavicchi (1998), existe uma diferença entre a audiência de determinado artista e o seu *fandom*. O consumo para os fãs tem um significado, é dado um sentido para aquilo que é ouvido. Assim como ocorreu com Rafael que já consumia Beyoncé, entretanto não era um fã da cantora até o momento em que a música “*Irreplaceable*” o conquistou. Depois de conhecer essa música, Rafael relata que sua conexão com a artista foi modificada através de um “encanto” da cantora:

“[...] eu fiquei encantando assim, eu disse porra ela é foda mesmo, ai pronto eu fiquei encantado, eu fiquei enlouquecido, eu baixava todos os álbuns, eu baixei os álbuns anteriores, eu pesquisei muita coisa sobre ela, e depois fui para o show [...]”
(Entrevista com Rafael, 24/09/2016).

O relato de Rafael aponta um processo de transformação do fã, entretanto cabe refletir sobre a sua afirmação a respeito do que ele denomina de “encanto”. Esse sentimento que impacta o fã, ao ponto dele se sentir encantado, seduzido e influenciado pelo discurso de uma música da cantora⁴⁵, o leva a consumir os outros produtos da Beyoncé. A busca por mais produtos culturais da cantora aparenta suprir, desse modo, uma ansiedade pela aquisição do mundo da cantora. Rafael, ao se encantar por uma música que sinaliza um amor próprio, reproduz a um comportamento de consumo cultural sinalizado por Colin Campbell (2001), uma vez que ele se vê estimulado a consumir mais produtos culturais. Campbell afirma que os produtos culturais tendem a estimular o ciclo de manutenção de devaneios, ou seja, os produtos culturais estimulam que os consumidores criem mais expectativas e sonhos durante o processo de consumo, seria quase uma capacidade de encantamento ao consumi-los. Para Campbell quando um produto é consumido através da expectativa do devaneio, dessa forma, num processo em que os consumidores supõe que a aquisição de produtos supra seu desejo de viver no mundo sugerido pelo produto, existe uma frustração. Entretanto para o autor, com os produtos culturais não haveria uma frustração, por esses produtos especificamente tendem a garantir essa manutenção, estimular mais devaneios, mais vontades e ânsia pelo consumo, ao invés de frustrar. Esses produtos “encantam” tal como mencionado por Rafael ao consumir uma música da Beyoncé.

Daniel Cavicchi (1998) assemelha o momento de “se tornar um fã” como um processo similar à conversão protestante. Apesar de sempre enfatizar que os *fandoms* não são uma religião, as aproximações entre as lógicas religiosas e as lógicas dos fãs aparentam ser bastantes pertinentes para compreender as dinâmicas sociais desse agrupamento de consumo. Se tornar um fã é um processo, tal como um rito de passagem, no aspecto antropológico do termo. Nas entrevistas as dinâmicas de se tornar um fã não aparentavam ser imediatas, se tratava de uma

⁴⁵ Mais adiante esse momento do relato será aprofundado. Rafael atribui o seu encantamento à uma música específica da cantora que demonstra um amor próprio como dito no parágrafo anterior.

composição de práticas de consumo que vão do simples fato de ouvir uma música até o colecionar objetos e materiais como sacolas.

Durante o processo de se tornar fã, era comum que os entrevistados relatassem sobre a busca por informações das suas divas via internet ou revistas. Existia uma necessidade de aprofundar mais o conhecimento sobre as cantoras, e apesar de muitos deles terem acesso limitados à rede na época do primeiro contato com as divas, todos relatavam o acesso via internet para conhecer mais sobre as produções das artistas e também a respeito da suas respectivas vidas pessoais.

“[...] Britney Spears tinha um site oficial em inglês, então eu pedia pra minha mãe sentar do meu lado e ficar traduzindo as coisas pra mim, eu queria saber o que ela gostava, eu adorava o site dela. De noite, era o dia inteiro. É... depois que eu fui me aperfeiçoando, então eu consumia diariamente: notícias de Britney Spears, tipo eu ia pegava uma revista e queria saber se tinha alguma coisa de Britney, as vezes aparecia, aí eu cortava e guardava, depois foi se aperfeiçoando... começou a ter internet banda larga, entendeu?? Aii... minha página inicial [homepage] era xbritney⁴⁶, todo dia eu consumia coisas da Britney Spears” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

Pablo apresenta elementos também apontados por Daniel Cavicchi (1998), como o consumo frequente e cotidiano da sua diva, via um ritual sagrado e uma acumulação de objetos. Acumulação essa que começa a ganhar significado simbólico para além da utilidade comum de um objeto. Afinal, não é apenas uma pulseira, é a pulseira do primeiro show da Beyoncé; não é apenas um recorte de revista informativa, é um recorte da sua diva numa revista. De modo que a revista não tinha a sua diva em uma matéria, e sim a diva era uma matéria numa revista qualquer. Com o passar do tempo, Pablo conseguiu ter um acúmulo considerável de recortes de Britney Spears:

“[...] aí eu comecei a fazer pastas, eu botava todas as notícias de Britney Spears que eu tinha dentro da minha pasta e eu levava pro colégio, todos os dias minha pasta. Então, eu era conhecido como o menino que ama Britney. Os mais velhos passavam e falavam: ‘Que pasta é essa?? É de Britney Spears, aí o povo ficava olhando altas notícias, tá ligado?’”. (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

⁴⁶ Fansite da Britney Spears mais popular do mundo. O site era alimentado por fãs brasileiros diariamente e era visto como a principal referência de fansite no cenário dos *fandoms*. Um dos entrevistados fã da cantora colaborou durante anos com o site.

Outro entrevistado, ao contar sobre sua experiência na ida à Las Vegas para assistir um show da Britney, descreveu a importância atribuída pelos fãs da Britney a uma sacola de compras:

“[...]trouxe algumas lembrancinhas da loja dela [Loja da Britney Spears em Las Vegas – EUA] , mas teve gente que queria até as sacolas, ficaram no meu juízo pedindo as sacolas da loja, hahaha. Só por ter sido de lá, tem gente que guarda com o maior carinho do mundo, só por ser da loja dela” (Entrevista com Fábio, 10/09/2016).

Daniel Cavicchi (1998) e Anja Löbert (2012) ao utilizarem uma perspectiva inspirada em Émile Durkheim nas análises dos *fandoms* pontuaram brevemente sobre a importância dada aos objetos nas dinâmicas dos fãs. Enquanto Cavicchi resume a prática de coleção de objetos como uma retirada do sentido original do seu uso, Löbert cita que alguns objetos são tidos como sagrados pelos fãs. Nesse contexto, Durkheim traz uma contribuição mais pertinente e profunda. Ao discorrer sobre a prática elementar do culto, Durkheim aponta que a religiosidade estabelece um sentido aos objetos e às coisas. Não obstante, para que essa adoração ocorra é preciso que esse objeto emane força, e, principalmente, que ele penetre na mentalidade dos indivíduos, faça parte do cotidiano, se misture à “vida interior” (1998. pág. 460). Ao explicar isso, Durkheim também alicerça o culto como uma reiteração do poder desse objeto. Essa relação com o objeto através do culto resulta em sentimentos percebidos pelos indivíduos, como o da alegria e da paz. O culto é a reafirmação do poder que emana para com o objeto. É pertinente observar que o culto e a adoração são convencionados como sinônimos, uma vez que o ritual do culto estabelece uma majoritária adoração ou veneração a um objeto. As características em comum desses fãs de música pop ocorrem justamente por adorar uma mesma figura, uma diva específica.

Pablo foi um dos entrevistados que mais deu ênfase ao consumo frequente dos produtos da sua diva. Ouvir, dançar e interpretar a diva era algo exibido frequentemente no colégio. O consumo se tornou característica de reconhecimento no colégio, ao ponto de ser conhecido como o “menino que ama Britney”. Sobre a frequência de consumo, Pablo afirmou:

“[...] o tempo todo escutava Britney, discman, eu só queria ter um discman, para botar o meu CD de Britney, eu botava e escutava no colégio, que era tudo pra mim..... Eu ficar dançando Britney, eu ficar fazendo a coreografia, nananan, a partir do momento que eu consumia muito, muito, muito assim aí eu comecei a criar as coisas,

eu comecei a cortar as coisas, aí eu comecei a fazer pastas”(Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

A exposição da adoração da sua diva realizada cotidianamente por Pablo aparentava não apenas ser um meio de expressão de sua devoção. O hábito de andar com a pasta da cantora pelo colégio, sugere uma demarcação e afirmação de sua condição de fã, não bastava ser fã para si, ela sentia a necessidade de mostrar para as pessoas que conviviam com ele que ele venerava uma diva. Durante as pesquisas de campo, estive presente no dia do lançamento do álbum “Glory” da Britney Spears. O lançamento foi recheado de informações e detalhes que serão pertinentes mais a frente nesse capítulo, entretanto, uma atitude foi marcante nesse evento: a necessidade de “enaltecer o trabalho da Britney”. Ouvi com frequência frases que relacionavam os verbos enaltecer e divulgar a nossa diva, e na prática os fãs presentes foram para a porta da livraria para informar para os clientes que chegavam ao local que o novo CD da cantora havia sido lançado e que eles deveriam comprar.

A divulgação ou enaltecimento da cantora poderia ser vista como uma reação aos sentimentos proporcionados pelos produtos culturais produzidos pelas artistas, assim como a necessidade de garantir uma boa posição no ranking nacional de vendas. Não por acaso, após dois dias de lançamento do álbum, vi os fãs da cantora comemorando o disco de ouro conquistado pelo recente trabalho. Os mesmos fãs que estavam divulgando o CD na livraria comemoravam nas redes sociais o certificado “Olha aí! Deu certo nossa divulgação!”. Pablo, novamente ao contar sobre sua vida de “fã famoso” na sua escola relatou sobre uma aparente estratégia de divulgação feita na biblioteca da instituição:

“Eu peguei, passei a noite e madrugada pra conseguir baixar a merda do vídeo [do show da Britney Spears no VMA⁴⁷] e botei em todos os computadores da biblioteca, e eu botava com o play, pausado assim e desligava [a tela]. Eu ficava lá aguardando para quem sentasse e ligasse o computador visse o negócio, e as pessoas assistiam, eu achava tudo aquilo! Depois eu chegava e comentava: ‘e aí vocês gostaram do vídeo?’ Diga aí?!” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

⁴⁷ Video Music Awards uma das premiações mais importantes da música pop internacional. Era realizado nos EUA pela MTV.

De certo modo, Pablo demonstrava buscar não apenas divulgar a sua diva, mas também obter uma aparente legitimidade da qualidade e capacidade artística de Britney por outras pessoas que conviviam com ele em seu colégio. Assim como uma necessidade aparente de trocar informações e se relacionar com outros fãs da cantora. Durante toda a entrevista, Pablo relatava apenas um amigo seu como companheiro na escola para conversar sobre a cantora. Sete anos mais velho que Pablo, Jonas utilizava cartas para compartilhar informações sobre Britney Spears:

“[...] quando eu fui no shopping, tava na passando no... acho que era livraria Modelo, ai vi uma revista dela [Britney], ai comprei a revista que tenho até hoje haha ... [...] O acesso à internet era muito ruim ainda, não era tão fácil então tinha os fãs clubes, essa revista tinha umas dicas de fãs clubes, onde eu escrevia carta pros fãs clubes e eles retornavam as cartinhas também pra mim.” (Entrevista com Jonas, 09/09/2016)

Para Jonas, foi através dessa interação somada a busca de informações sobre a Britney Spears na internet e o acesso à MTV que sua admiração pela cantora se consolidou, tornando-se assim um fã da artista:

“[...] então tipo não era tão fácil o acesso como é hoje com a internet mas ai a gente se virava de alguma forma, e foi até... Até depois quando chegou a MTV.... A gente foi tendo aquele acesso e o amor foi aumentando assim, cada novidade era algo super gostoso de ver assim, era algo incrível de ver, cada mudança dela, corte de cabelo, cada dança, cada roupa q ela usava, cada clipe, cada música era tipo... me apaixonava cada vez mais eu não sei como foi isso, nunca tinha acontecido [algo] assim. [grifo do autor]. (Entrevista com Jonas, 09/09/2016)

A repetição do consumo de modo frenético e o reconhecimento de pessoas do círculo social como algum que gosta muito de determinado artista também foram elementos trazidos pelos fãs. Lucas relata que era frequente o reconhecimento dos seus amigos e colegas de faculdade como alguém que está sempre ouvindo e dançando Beyoncé. O seu processo de se tornar fã foi relatado de modo simples, através da internet ele teve acesso variadas informações sobre a cantora, conseguiu baixar o CD solo “*Dangerously in Love*”. Jonas relatou que: “*escutei o primeiro, ai depois de uma semana baixei o segundo, baixei o segundo, ai foi que veio minha*

paixão, até hoje tô assim, não consigo parar de escutar ela....” (Entrevista com Jonas, 09/09/2016).

Como pontuado no capítulo anterior, a autora alemã Anja Löbert, se baseando no sociólogo francês Émile Durkheim apresenta um esquema para categorizar os comportamentos e práticas dos fãs. Até o presente momento, demonstramos práticas individuais dos fãs para com as suas divas, sejam nos momentos de descobertas das cantoras, nos processos de conversão em fãs, acumulação de objetos ou nos momentos imersão com as artistas através da música e da dança. É mais adequado nomear o processo de se tornar um fã, não apenas como uma conversão religiosa tal como sugerido por Cavicchi, mas sim como um rito de passagem. O processo de se tornar fã requer o consumo de produtos culturais e objetos ligados as respectivas divas, saber sobre a história pessoal da cantora, ter conhecimento profundo sobre a carreira, ser então “uma enciclopédia” da diva⁴⁸. Essa aquisição de elementos que se tornam sagrados durante o consumo, e transformação nos sentidos dados ao consumo da cantora se aproximam de conceitos formulados pela antropologia para definir os ritos de passagem. (VAN GENNEP, 1977; TURNER, 1974).

Já as práticas de acumulação de objetos, audição das músicas e repetição das coreografias podem ser vistas segundo a sugestão da Löbert como práticas de culto/ritual individual de veneração dos fãs para com suas divas. Assim como dito por Pablo (23 anos): *“[...] eu escuto Britney e fico melhor, pode ter certeza que eu sei todas as músicas de Britney, posso não saber todas as letras, mas eu sei todas, se eu escutar um segundo, se tu botar ai um segundo de uma coisinha, eu vou dizer essa música e tal [...]”* (Entrevista realizada com Pablo, 08/06/2016). Novamente, Durkheim é útil para refletir sobre o conceito de culto individual através objetos que se tornam sagrados (*totem*) e momentos mais individuais como a audição de músicas. Segundo o autor, o totem é uma primeira forma de culto individual, sendo possível celebrar e idolatrar essa representação mesmo longínquo da coletividade. O objeto ganha sentido sagrado, ele é sacralizado pela sua ligação com algo superior, ele é objetificação da divindade, nesse caso da diva. O relato de Pablo (23 anos) pode ser visto como um exemplo da relação dos objetos com à sua diva Britney Spears:

⁴⁸ Dois fãs se autoreferenciaram como “fãs enciclopédias”. Sob a perspectiva deles, eles saberiam tudo sobre a cantora, das músicas até a vida pessoal.

“ [...] eu quero ir pra Las Vegas. Tenho amigos que foram e trouxeram várias lembrancinhas das lojinhas pra mim, eu fiquei muito feliz, eu tenho um copão de Las Vegas assim, não fui mas eu tenho! Arrr é tudo! Nunca bebo nada! Nunca uso nada meu de Britney Spears. Eu ganhei um caderno lindo de uma pessoa que faz caderno a mão, com gravura de Britney Spears e eu não tenho coragem de usar, de gastar, tu acredita? Muito doido neh?” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

Para Anja Löbert (2012) o ritual individual pode ocorrer quando o fã está sozinho venerando a sua artista (com a presença ou consumo de objetos sacralizados) ou também como um culto individual com a presença da sua artista. O segundo caso de culto individual seria, portanto, o ápice da experiência dos fãs, o encontro pessoal e individual com seu ídolo. Alguns artistas do mundo pop reservam um tempo/momento perto antes ou depois do show, para realizar encontros individuais com seus fãs. Os encontros, também denominados de *Meet and Greet*, são geralmente os ingressos mais caros vendidos durante as turnês. Nenhum dos entrevistados vivenciou esse tipo de culto individual. Entretanto, seis dos 7 entrevistados já foram aos shows das suas respectivas divas. Daniel Cavicchi reserva parte da sua obra para analisar os momentos em que os integrantes do *fandom* do Bruce Springsteen percorrem suas experiências nos shows. Já Löbert aprofunda mais a investigação a respeito dos shows ao acompanhar uma caravana de fãs do Cliff Richards em turnê pela Europa. A autora alemã afirma que os shows são momentos de rituais/cultos coletivos, junto à comunidade de fãs que veneram um determinado artista e atrela isso as reflexões de Durkheim acerca dos rituais coletivos realizados nas religiões mais antigas da humanidade.

Fábio relatou duas experiências de shows, com duas divas do pop, uma com a Britney Spears em que viajou com um grupo de amigos para Las Vegas, local onde a cantora estava fazendo residência, ou seja, fazendo shows contínuos no mesmo local e outro show da Shakira. Como já explicado no capítulo anterior, Fábio se tornou um caso especial nessa pesquisa, apesar de iniciar a pesquisa contando sua experiência sobre ser fã da Britney Spears, no decorrer da entrevista não apenas afirma como também expressa de modo efusivo que sua diva principal seria a cantora colombiana Shakira, em outro momento vamos expor sobre a classificação e hierarquização das divas para os entrevistados. Entretanto é oportuno observar a diferença de sentimentos expressados nas duas experiências relatadas por Fábio ao participar de um show: *“a minha primeira loucura foi ir pra Las Vegas atrás de Britney com mais 4 amigos, a gente*

foi, adorei, foi top, e nisso tipo, viagens hoje em dia é minha paixão, adoro viajar, mas minha vida sempre foi muito tranquila” (Entrevista com Fábio, 10/09/2016). Apesar de contar que foi ao show da cantora e que adorou, não expressando em sua voz qualquer emoção ou excitação, Fábio continua seu relato dando mais ênfase ao fato de ter viajado do que ter ido ao show. Rapidamente muda de assunto e discorre sobre sua profissão de interprete. Na segunda parte da entrevista, ao ser questionado sobre o porquê da sua feição ter se alterado tanto quando ele citou rapidamente a Shakira, Felipe contou:

“[Shakira] é a minha diva [tom de voz com muita ênfase] preferida. Assim, eu sou muito fã da Shakira, o dia mais feliz da minha vida foi dia 29 de março de 2010 onde eu ganhei um beijo, um sorriso e uma piscadinha de olho dela, durante a música ‘Hips Don’t Lie’ em São Paulo. Nunca vou esquecer esse dia! Eu chorei muito, muito mesmo! Eu saí de láaa... meu Deus, só Deus sabe...foi mágico, muito. Imagino durante o show, ela até escorregou nessa hora porque choveu muito durante o show mas ela é muito simpática o tempo inteiro, o tempo inteiro com os fãs dela, ela é muito atenciosa, muito [...]”[grifo do autor] (Entrevista com Felipe, 10/09/2016).

A discrepância entre os dois relatos é explícita. As feições de Fábio se alteraram completamente, seu tom de voz ficou grave, a cor do seu rosto se avermelhou, e suas mãos se apertavam enquanto ele falava olhando para o vago, como se estivesse vendo um filme passar diante dos seus olhos. Os detalhes expressos do dia mais feliz da sua vida reafirmam uma das características marcantes das experiências dos fãs durante os shows. O contato visual e os gestos da sua verdadeira diva causaram uma experiência carregada de emoção ao ponto de ser expressa de maneira incontrolável através do choro. A maneira que Fábio gesticulava e expressava seu contato com Shakira foi um dos momentos mais emotivos das entrevistas feitas nessa pesquisa. Era inquestionável que ele relatava sobre o momento mais feliz da sua vida. Outro aspecto importante comentado por Daniel Cavicchi era a possibilidade de uma das mais fortes experiências que um fã pode vivenciar ao estar presente em um show do seu ídolo. Para o autor, a ebulição de sentimentos dos fãs pode ser tão forte quanto experiências religiosas ou transcendentais. Para Fábio a experiência foi mágica, foi inexplicável, portanto irracional, incapaz de ser explicado de maneira lógica.

Voltando a refletir sobre a alteridade entre as duas experiências vividas por Felipe nos shows, da Britney Spears e da Shakira, é oportuno lembrar de algumas considerações pontuados por Daniel Cavicchi. O autor sugere uma divisão entre uma audiência comum de um

artista e os *fandoms*. Enquanto para a audiência comum assistir um show se trata de uma experiência comum, para os fãs a apresentação está repleta de significados, sentidos, sentimentos e sacralidade. Sobre o aspecto do sagrado, a autora Anja Löber aponta como o comportamento dos fãs durante o show estabelece regras ritualísticas de vivenciar o ápice do culto coletivo que é o show do ídolo. Para alguns *fandoms*, falar alto, sair para ir ao banheiro, beber ou realizar outras atividades vistas como banais, simbolizam profanação ao culto. Parte do extenso relato de Pablo sobre sua ida ao show da Britney Spears no Rio de Janeiro conta sobre uma discussão com uma outra fã que estava junto a ele na grade de proteção do palco, aguardando Britney Spears chegar:

“[...] eu olhei pra ela assim: ‘Querida eu vim de Pernambuco e dormi três dias nessa fila aqui pra estar aqui na frente e só por causa dessa mão aqui tu tá reclamando? Eu sou fã tanto quanto você é fã! Você quer ver ela, tanto quanto eu, quanto eu quero ver mas se eu tirar minha mão daqui, você e todo mundo que tá aqui vai me levar pra puta que pariu!! [som de beijo], e eu não vou sair daqui, eu paguei 350 reais pra estar aqui e eu vou assistir o show olhando pra cara de Britney Spears, tá entendendo?!!!’ Mas enfim, ela chorou, o namorado dela tava lá, olhei pra ela ...e fiz assim: ‘Tu ainda tem a capacidade de trazer teu namorado que nem sabe uma música de Britney Spears pra ocupar o lugar de um fã?!! [som de beijo] Você é uma ridícula, você não merecia estar aqui!’ [grifo do autor] (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

Pablo acusa a outra fã de ocupar o lugar na pista do show, perto de Britney Spears com o seu namorado que não era fã. Fica implícito que o espaço não apenas seria um lugar especial para ver a cantora de perto, mas também de uma quebra de regras implícitas entre os fãs. A acusação de Pablo é um apontamento de uma profanação durante um momento especial para o *fandom* da Britney, durante o ápice do ritual coletivo dos fãs da cantora, uma pessoa que não possuía respeito ou venerava a diva estava presente. O namorado da garota que discutiu com Pablo representava a profanação do ritual coletivo, atitude causada com o aval de uma fã, justamente por isso Pablo finaliza a discussão decretando “você não merecia estar aqui”. Anja Löbert relata em sua pesquisa que as fãs de Cliff Richards afirmam que seus maridos não eram bem-vindos aos concertos do cantor. Löbert analisa através de Durkheim que os maridos são figuras profanas que pertencem ao cotidiano das fãs, sendo a vida cotidiana do casamento um outro tipo de ritual, existindo, dessa maneira, um choque ou competição de dois rituais: o ritual coletivo de um *fandom* e o ritual do casamento. A reflexão de Löbert contribui para perceber o namorado da fã que discutiu com Pablo, como uma fã que misturou dois aspectos ritualísticos

de sua vida, o afeto conjugal com a veneração de uma diva. Ela ultrapassou os limites do seu *fandom* levando a figura principal de sua vida afetiva para estar presente no ritual coletivo do seu *fandom*.

A experiência de Pablo no seu primeiro e único show da Britney foi explicada com um alto grau de detalhes e sentimentos efusivos. A riqueza de detalhes relatadas pelo entrevistado proporciona uma reflexão vasta acerca do comportamento dos fãs e sua aproximação com as práticas religiosas. Pablo explicou que a ida ao Rio de Janeiro era a sua primeira viagem sozinho, e assim que chegou na cidade resolveu acampar na frente da casa de shows em que a Britney ia se apresentar. O *fandom* da cantora batizou o agrupamento de barracas de “Neyde Camp RJ”⁴⁹, para Pablo o acampamento poderia ser visto como “uma ocupação de fãs da Britney”. O fã comparou o espaço com ocupações de cunho político que ocorreram na cidade do Recife como o Ocupe Estelita e OcupaMinc Recife⁵⁰: *“A gente colocava vários pôsteres de Britney Spears na grade assim, era uma ocupação Britney Spears, era tudo, era a melhor ocupação de todas, não teve Estelita, não teve Minc, não teve nada. Foi a ocupação Britney Spears, ali na apoteose do RJ.”* (Entrevista realizada com Pablo, 08/06/2016). Para Pablo estar junto aos outros fãs significava um momento maravilhoso, apesar de relatar várias agressões de cunho homofóbico vindas de pessoas que passavam pela rua onde o acampamento estava alojado:

“Ai...primeiro dia eu fui dormir lá maravilhoso, conheci todo mundo da fila, só bicha o dia inteiro, todo mundo dançando Britney Spears, era um paraíso, e o povo passava de carro gritando: “Vai lavar um prato de louça! Viadooo! Arrombadoooo, não sei o que” e a gente fazia: ‘Arrrrrrrrrr!’ [gesto de desdém]. Ai era tudo era tudo, maravilhoso. [...] e um dia que tava saindo uns trator, a gente tava do lado do batalhão [da Polícia Militar], os trator não, como é o nome daquilo?. Os canhão saindo⁵¹, em fileira bem Hitler, e eu lá assim ó: ‘Tchoma! Tchoma!’ [gestos de dança]. A gente dançando Britney Spears, e eu: ‘Lá, lá, ôooo, ôooo [trecho da música Till the Worlds Ends]’. Dançava horrores!! Mas tem uma hora que é foda, eu dormi o povo

⁴⁹ Neyde é o apelido cômico e carinhoso dado pelo *fandom* da cantora Britney Spears. O apelido “abrasileirado” surge como uma continuação do final do seu primeiro nome britNEY.

⁵⁰ A tática de ocupar espaços públicos ou privados ganhou popularidade ao redor dos países ocidentais após o #OccupyWallStreet nos EUA e Democracia Real Já na Espanha. Na cidade do Recife a Ocupação do Cais José Estelita questionava um gigante projeto imobiliário que destruiria uma parte histórica da cidade, a ocupação ganhou repercussão internacional. O ocupa Minc (sigla para Ministério da Cultura) foi realizado após o golpe de estado no Brasil em 2016. Artistas e ativistas de todo país ocuparam sedes e secretarias do Ministério para protestar contra a extinção da ministério nacional.

⁵¹ Pablo se referia aos tanques da Polícia Militar do Rio de Janeiro, popularmente conhecido como “caveirões”. O entrevistado relatou no período em que esteve na cidade, estava ocorrendo a implementação das UPPs (Unidade da Polícia Pacificadora) organizados pelo governo do estado do Rio de Janeiro.

dançando Britne Spears...Eu acordava, o povo dançando Britney Spears, era tudoooo!”. (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

O convívio com outros fãs para venerar seu ídolo é apontado por Anja Löbert como um ritual de interação secundário, enquanto o momento do show, portanto com a presença do ídolo, é denominada de como um ritual primário de interação. É interessante notar o fato da convivência com outros fãs da Britney que a todo momento veneravam, cantavam e dançavam coletivamente enquanto um paraíso para Pablo. O momento coletivo era de preparação para o ápice dos fãs, o momento mais efusivo da experiência do *fandom*. O ritual de culto ao ídolo é um processo cotidiano e contínuo para o *fandom*, o show é um ápice desse momento de culto, é um ritual especial com uma figura sagrada presente.

4.5 Êxtase no consumo

Segundo Cavicchi o público comum assume um ansiedade e agitação durante o show, para os fãs, esse papel é contínuo, não se encerra com o fim do show, trata-se de uma prática cotidiana de reafirmação do papel de fã. Pablo demonstrava essa agitação em seus relatos, inclusive no momento em que os portões foram abertos:

“[...] quando teve a hora, ‘mona’, de abrir os portões que a gente ficou lá, teve que esperar, que abriu os portões. Mona, eu acho que eu nunca corri tanto na minha vida... e era incrível, porque tinha grades assim e eu tinha... eram corrida com obstáculos [...] eu tinha que pular porque eu não queria enfrentar aquela fila que fazia assim... e eu ráaa! Na doida, pulando, todo mundo correndo feito um demônio também, com o motivo de chegar na frente né? E eu queria ficar na minha grade. (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

“Ai... Britney entrou... MONA [alterando o tom da voz] ... [pausa longa na fala]. No momento que ela entrou... [...] Mas a partir do momento que ela entrou mona... era muito gelo seco. E eu tava... querendo... puta que pariu... eu vou ver Britney agora!! Meu Deus! Ela tá aqui na minha frente, tá ligado? Meu olho encheu de lágrima. Não consegui ver a gay [Britney]. Não, tava tudo embaçado ainda, eu tentando enxugar. Mas eu não fazia nada, eu achava que eu ia gritar. Tipo de verdade, eu achava que eu ia... Uma pessoa perguntou como é que vai ser quando tu ver Britney? Heim?. Eu não sabia... não sabia de jeito nenhum... não sei... O que que eu achava que ia acontecer, mas... eu fiquei completamente parada e olhando. Eu lembro que eu só lembrei de voltar a respirar quando acabou o show, tipo.... Eu só fiquei assim... parado na primeira, segunda, terceira música com certeza, eu fiquei muito, eu queria

olhar muito detalhes [...]. Depois eu comecei tipo... me acostumei ... o jeitinho que ela se divertia e tal, e eu cantei muito... [...]. (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

A experiência de vivenciar um show é caracterizada pela admissão de um novo papel para quem o assiste. No caso dos fãs, esse momento em específico pode resultar em diferentes comportamentos e atitudes corporais. Como mencionado por Pablo, vivenciar esse ápice era uma incógnita, sendo impossível de imaginar como ele reagiria ao ver a sua diva em sua frente. Como já mencionado por Cavicchi (1998), a experiência do show pelo fã torna-se tão intensa semelhantemente a uma experiência religiosa. Para Pablo, a sua reação atônita ao ver a diva pela primeira vez era inesperada; mas o momento vivenciado foi se assimilando aos poucos, sobretudo após o encerramento da apresentação da sua diva:

“Depois disso tudo que acabou o show eu comecei a chorar horrores, abracei minha amiga, sentei no chão e fiquei... meu deus do céu eu não acredito que eu vi Britney Spears! Meu! Não acredito, isso é um sonho, isso é um sonho! E a gente tinha que comprar uma roupa na lojinha de Britney pra dizer: ‘Oa, tô com a roupinha do show né? Eu fui, Britney Spears, eu fui!’” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

Pablo expõe alguns elementos pertinentes para pensar esse ápice de consumo na fala transcrita acima: a continuidade da emoção, a perda de autocontrole por vivenciar o ritual coletivo primário e a necessidade de afirmar essa vivência enquanto consumo. O papel eufórico assumido durante o show, e a posterior reação emotiva com choros e a repetição da descrença por viver um momento tão almejado como “não acredito que eu vi a Britney Spears” se assemelham às experiências eufóricas de cunho religioso. Para Pablo, ir ao show e ver a Britney Spears não significavam apenas ver uma cantora; estar ali presente, em frente à artista representava uma vivência surreal e avassaladora. Ele estava vendo a sua diva, uma entidade midiática que venerava cotidianamente desde o começo da sua adolescência. Ver a sua diva era entrar em êxtase, era perder os sentidos racionais do seu corpo e mente, ao ponto que o processo de assimilação posterior ao show junto à aparente volta da razão e da consciência era culminada por choros e na descrença de ter vivenciado essa experiência. Após o êxtase vivido no ritual coletivo, Pablo, ao recobrar sua razão, busca de forma iminente o consumo de algum símbolo para marcar a experiência, representada na compra de uma camisa. A compra da camisa não

apenas tinha função de o fazer recordar o momento ou confirmar para si mesmo que ele esteve ali, como dito pelo fã; era preciso afirmar para os outros que ele viveu aquilo. A roupa do show confirmaria “eu fui, estive lá” “Eu vi a Britney”. Viver o momento não basta quando o momento não é reconhecido pelos demais. Pablo, desde o começo de sua vida de fã, sempre exibiu sua devoção aos pessoas que o cercavam expunha seu amor pela diva diariamente, carregando coleções de recortes, dançando e ouvindo a sua diva, inclusive “pregando” e divulgando a artista para todas as pessoas. Ser fã era algo que necessitava ser confirmado por outras pessoas que não eram fãs, assim como a construção da identidade pelos marcos sugeridos por Stuart Hall (2000) em que é através da diferença com o outro que se constrói a identidade. Pablo demarcava sempre que possível sua identidade de fã, de devoto de Britney Spears. Assim, se tem em vista que o consumo da camisa tende a demarcar uma materialização simbólica do momento vivido e uma diferenciação por esse consumo. Pablo é fã por ter a camisa que o marca como alguém que esteve com a Britney Spears. Os outros o lembrarão como aquele que ele vivenciou esse momento que ele mesmo chegou a duvidar. Ele se questiona “Eu não acredito!”, a resposta para esse problema é fazer com que os outros o lembrem que ele de fato vivenciou o encontro com a diva.

O único entrevistado que relatou não ter ido ao show da sua diva, foi o fã mais novo, Lucas, de 18 anos. Também não existia a possibilidade de viajar para outro país a fim de vivenciar o show por razões financeiras. Entretanto, o fã relata um momento marcante para ele, que se assemelha a experiência de um show. Através da exibição ao vivo do clássico do futebol norte-americano *Super Bowl* em uma sala de cinema no Recife, seria possível assistir ao show da sua diva ao vivo em um telão. Segundo Lucas, essa foi a primeira vez da sua vida enquanto fã que ele tinha gastado dinheiro com a sua diva, sinalizando que o gasto financeiro significaria uma demonstração de importância da cantora em sua vida, afinal, ele vivia com um orçamento apertado, ainda recebendo mesada dos pais e recém ingresso na universidade.

“Se bem que a apresentação que ela ia fazer, era uma apresentação de no máximo 3 min e depois acabava, sendo que eu cheguei de dez e meia, sendo que ainda tinha é.. uma hora e meia de jogo que era futebol americano, tanto que eu tava lá sentado mexendo no celular, conversando com o povo. Que eu não tava entendendo nada, sabia que ela ia se apresentar no intervalo, tava esperando só, comprei pipoca pra ficar comendo, passando tempo e vi o povo gritando. Chegaram pra perguntar pra

mim, tu torce pra que time, ai eu fiz eu tô torcendo não, estou só esperando o intervalo. Ai o povo: 'sério que tu gastasse 60 reais só pelo intervalo?' Sério! Tanto que quando ela apareceu eu fiquei nervosa. Eu fiquei, meu deus ela tá na minha cara, que a única cadeira livre que tinha era na frente. Ai ela tava bem na minha cara, ai eu meu deus ela é real! Ai eu assisti né? Quando acabou... agora eu vou me recompor, guardar minhas coisas e ir pro carnaval.” (Entrevista realizada com Lucas, 23/09/2016).

Acompanhar uma partida de futebol norte-americano apenas para assistir cerca 3 minutos de show da sua diva, foi um gasto simbólico relevante para Lucas. A compra do ingresso simbolizava a afirmação de um esforço feito para ver sua diva ao vivo no telão. O momento em que Lucas assistiu os minutos da apresentação da cantora ao vivo, assim como Pablo, causava dúvida e questionamentos sobre a realidade vivenciada. Uma demonstração de falta de racionalidade no momento de êxtase. Ainda que Lucas não estivesse presencialmente no show, ele conseguia sentir e estar em êxtase através da tela de cinema. Os novos aparatos comunicacionais nesse caso, garantiram que mesmo que geograficamente distantes, o consumo da mídia fosse sentido causando impacto e reação de quem consome. Uma relação apontada por Anthony Giddens ao citar a importância e o poder da mídia globalizada no cotidiano dos indivíduos, mesmo que geograficamente distantes, casos e acontecimentos transmitidos pela mídia são sentidos quase que concomitantemente com os consumidores das informações midiáticas. A experiência de Lucas no cinema recifense assistindo o *Super Bowl* pode ser visto como um exemplo desse encurtamento de espaço físico promovido através das novas tecnologias comunicacionais no mundo globalizado. O impacto emotivo sentido por ele aparenta ser minimamente similar ao de um fã que assiste ao vivo e presencialmente sua diva.

Algo similar ocorreu com Pablo. Durante seu relato, o fã explicou o quão problemático era a quantidade de críticas que Britney Spears recebia após o difícil período de sua carreira em 2007. Após um surto psicótico que foi amplamente midiaticizado, a cantora diminuiu sua desenvoltura no palco e na dança. Pablo afirmava que era comum que muitas pessoas ao seu redor depreciassem a cantora, algo que o deixava frustrado com frequência, até que ele resolveu não criar mais expectativas nos desenvolvimentos durante as performances da sua diva nos shows. Entretanto, durante uma apresentação ao vivo exibida internacionalmente na premiação da *Billboard Awards*⁵², Pablo relatou a sua imensa surpresa de ver a sua diva conseguindo

⁵² Tradicional revista de música norte-americana que estabelece rankings para variados estilos musicais. O ranking de vendas, também chamado de “*chart*” é visto como o mais influente do mercado internacional da indústria

dançar e performar com qualidade. No momento em que o entrevistado se recordava desse dia e iniciava a expressar isso para mim, ele começou a chorar:

“[...] no show da Billboard pra mim foi uma coisa muito forte! Ai que vontade de chorar.... [pausa na fala e choro]... porque eu não queria criar nenhuma expectativa sobre isso [a apresentação], sobre ela, e.... [pausa na fala e choro].... todo mundo nessa cobrança, eu tava vendo alguns shows dela em Las Vegas mas não sentia que ela tava super [preparada, capaz].” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

Pablo deu continuidade à sua história com os olhos cheio de lágrimas, com a voz tremendo e as mãos se apertando. Novamente ele relatava a respeito do reconhecimento que a sua diva tinha, tanto nos aspectos negativos: *“[...] só que depois ela não foi mais mostrando aquilo [capacidade de dançar], então começaram a xingar, gritar velha, é um horror não sei o que lá...; e isso mexia comigo, de verdade eu ficava muito triste com isso porque eu sei o potencial dela.”* quanto nos momentos em que o reconhecimento era positivo: *“na minha timeline [do Facebook] tava todo mundo: ‘caralho Britney Spears arrasou!’ ‘Caralho Britney Spears é foda!’ Até pessoas que eu via que xingava Britney dizendo que ela tava ótima! Mas eu fiquei: ‘calma Pablo...’ [...]”* (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

A emoção de Pablo era ver a sua diva não apenas ser reconhecida pela audiência comum, ou seja, por pessoas que não eram fãs, mas também pela recordação que ele teve do momento auge da carreira da cantora, época na que ela conseguia dançar e realizar performances vistas como incríveis pelo público. O fã contou que ao assistir à apresentação em casa chorou de emoção e relatou esse momento chorando novamente:

“[...] mas quando ela começar ‘Love, Love Girl’.... é a hora que tipo eu chorei, real tipo muito porque ela fez uma carinha... bicha... sabe a carinha dela de miss?? De tudo, é lindo, a carinha dela curtindo aquilo, tá ligado? Tavam gritando o nome dela e tudo mais! [pausa na fala e choro] ... e ela tava de um jeito tão natural, [fala soluçando de choro] é incrível pra mim.... e ela fazendo uma carinha...tipo...e o jeito dela tipo. Ela fez uma guitarrinha muito sexy tá ligado? Depois subiu na guitarra e fez aquelas coisas de puta dela, doida, jogar cabelo, bater [cabelo] e Britney apesar dela ter isso de fazer a coreografia, ela faz tudo muito na dúvida tá ligado? Ela só quer dançar do jeito dela, se ela não quiser dançar ela não dança, ela vai conversar

fonográfica. A revista também realiza uma premiação anual e convida alguns artistas para realizarem apresentações durante a cerimônia.

com outra coisa, ela vai brincar com alguém tá ligado? E eu amo muito isso nela, esse jeito muito espontâneo, gosto muito dela!” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

Após a narração detalhada sobre a apresentação, Pablo contou como se sentiu enquanto fã naquele momento:

“Mona aquilo ali me deixa loucaaa, [gritando] loca, louco, louco! Ai meu deus que coisa linda! E eu fiquei muito feliz, inclusive acendeu uma coisa em mim que eu não sentia fazia muito tempo como fã! Uma queimação por dentro, eu ficava: ‘Meeeu Deusss ela é incríiiiiivell ahhhhhhhhhhhhh’ [simulando gritos] Era tudo! Tudo! Tudo e eu... ixi botei pra todo [ver] mundo né? Pra todo mundo assistir: ‘Olha aqui ó! Vê agora ela aqui! Agora fala merda! Fala merda viado! Ridículo!’ Muito defensora né? Eu sou sim e.... eu acho que isso já pode representar muito essa minha emoção por ela tá fazendo isso [defender]. Como ela é uma pessoa muito especial pra mim pow! Eu não entendo nem porque, vou ser bem sincero, eu não entendo nem porque ela é, ela apenas é. Sabe tipo? Eu não sei eu gosto muito dela, gosto muito dela, fico muito feliz quando ela consegue as coisas, muito feliz quando está feliz, não sei porque uma coisa meio de doido né? Acho que eu preciso de um psicólogo!” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

As emoções de Pablo expressas durante seu depoimento através de técnica narrativa autobiográfica mostraram, de forma espontânea, o quanto o consumo cultural do fã possui relevância e influência em suas emoções. Assistir a sua diva numa premiação importante, e ver o reconhecimento da audiência, algo marcante nesse fã, causou um desencadear de sentimentos, assim como presenciar a Britney agindo como no auge da sua carreira. Pablo descreve um calor interno, um fervor advindo de uma paixão, um amor por sua diva inexplicável para ele. Os sentimentos físicos descritos nada mais eram do que o resultado do produto consumido por ele, resultado esse que pode ser visto como uma manifestação de um êxtase, similar ao religioso como já pontuado em outras experiências de consumo.

As reações emotivas, físicas e o êxtase são fatos exclusivos dos momentos apontados como especiais como um show com a presença da artista favorita. Como sugerido por Daniel Cavicchi (1998) e Anja Löbert (2012), as proporções reativas dos *fandoms* ocorrem em situações-rituais contínuas e cotidianas, em que o culto pela figura artística ocorre de variadas formas, seja através de uma audição de uma música de uma cantora, até a observações de objetos considerados especiais e consequentemente sagrados numa prática ritualística. A

veneração se constitui através de variados elementos presentes, com o intuito de se conectar com a obra do ídolo, e extrapolar consequentemente sentimentos desde dos mais serenos até os mais eufóricos. .

4.6 Hierarquização da veneração das Divas e incorporação

Mas foi durante o lançamento do novo CD da cantora Britney Spears em uma livraria da cidade que a performance coletiva de adoração foi mais explícita. Foi feita uma mesa de amostra na loja, em que os fãs chegavam, se ajoelhavam e diziam: “amém Britney” “vim comprar a Glória” (em referência ao nome do CD *Glory*); mesmo que em tom de brincadeira, naquele momento, a adoração era a materialização simbólica de tudo que era vivido pelos fãs. O ato de veneração era possível também graças à compra do produto. Durante o lançamento do álbum *Glory* da cantora, os fãs ficaram dançando ao redor da mesa cheia de cópias do CD, abordavam os clientes da loja informando sobre o lançamento do álbum e tentavam convencer as pessoas presentes na loja a comprarem o produto. O objetivo dos fãs era garantir posições altas no ranking nacional de vendas e uma possível certificação das vendas o mais rápido possível. Enquanto eu assistia tudo isso, foi cobrado que eu também comprasse o CD. A princípio imaginei que seria uma simples brincadeira, mas a cada minuto os pedidos iam ficando mais frequentes, até o momento que decidi comprar o CD. Ouvi aplausos e o comentário: “ele comprou mesmo, amém”. Fãs que chegavam na loja e compravam o álbum eram ovacionados, recebiam palmas, abraços e elogios. Um funcionário da loja, também fã da cantora, colocou o álbum para tocar no som ambiente da loja. Ele contou como conseguiu que o lançamento ocorresse naquela loja, explicando que graças a sua insistência, uma remessa de CDs foi enviada ao Recife, configurando como uma das poucas cidades do país a receber o lote no exato dia de lançamento. O “culto” dos fãs chegou no limite quando os seguranças da loja foram reclamar da tamanha algazarra no ambiente. O ambiente estava cercado de ironias, um culto evangélico de uma Igreja neopentecostal estava ocorrendo em um palco montado ao lado da loja, onde milhares de fiéis protestantes cercavam o local. Os trocadilhos entre o lançamento e a veneração dos fãs e dos evangélicos eram frequentes entre os fãs. Chegavam dizendo: “Pensei que estavam adorando a Britney”, “Vim para o meu culto à Britney”. Em suma, uma frase proferida por Pablo, expõe a importância que ele enquanto fã dá a sua diva: *“Então ela [Britney Spears] sempre me remete inspiração, sempre vai ser assim. Sabe aquelas bichas que*

tem um altar da artista favorita dela? Tipo a igreja dela, a religião.... então [...]” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

Durante a entrevista de Fábio (35 anos), ele reiterava com frequência sua paixão pela dança, que seria um ponto de conexão entre seus gostos pessoais e cantoras que ele consumia e venerava. Fábio foi convidado para a pesquisa após uma visita de campo realizada numa noite da boate recifense Metrópole. A noite em específico era um tributo à Beyoncé. A cantora tinha recentemente lançado o álbum “*Lemonade*” e o evento foi um momento de comemoração do seu *fandom*, a Beyhive recifense. No decorrer da noite, foi exibido um vídeo-álbum do novo trabalho da cantora, DJs tocaram várias músicas da diva e por fim o ápice da festa seria a performance da cover da Beyoncé no palco da boate. Algum tempo antes da cover subir ao palco, o DJ residente da boate começou a tocar outras divas. Durante esse momento um espaço vago se abriu, formando uma roda onde dois garotos começaram a realizar coreografias de algumas divas pop, como Jennifer Lopez, Britney Spears, Beyoncé e Shakira. Durante a interpretação da música “*Beautiful Lie*” interpretada por Beyoncé e Shakira, esses dois frequentadores assumiram o papel de cada uma das divas, realizando imitações performáticas das coreografias e dos gestos similares ao videoclipe. Nesse momento, o garoto que interpretava Shakira me chamou atenção pela perfeição das coreografias, feições e gestos idênticos ao da cantora colombiana. Tratava-se de Fábio, que viria a participar da pesquisa. A música executada em seguida era um dos maiores hits da Shakira “*Hips Don’t Lie*”. Esse mesmo garoto entrou em êxtase repentino e começou a dançar ao som da música de olhos fechados. Suas feições se alteraram, e ele gesticulava, girava, e movia os quadris e o tórax perfeitamente igual ao da cantora no videoclipe. A princípio, o público reagiu com surpresa, espantado com tamanho detalhe e perfeição, até o momento em que ele começou a encarar outras pessoas, a dublar a letra olhando para os olhos que o analisavam e a sorrir de maneira simpática como a diva. Ele girava de um lado para o outro e o público ao redor começou a ovacionar com palmas, gritos e assobios. Até que começaram a gritar: Shakira! Shakira! Shakira! Fábio ria agradecendo, rebolava mais e agia como se ele mesmo fosse a cantora presente naquele espaço. Esse foi, sem dúvida, o momento mais intenso da pesquisa de campo. Eu assistia aquele garoto dançando com feições, movimentos corporais e gestos idênticos ao da cantora colombiana. Eu conhecia em detalhes esse vídeo clipe e a repetição sincronizada da coreografia com a música era indubitável. Ao fim da música, Fábio continuou a ser ovacionado, pessoas o abraçavam, davam parabéns e os gritos de “Shakira!” continuavam. Ele gesticula com as mãos sinalizando que

gritassem mais alto e o público acompanhava delirando. O fã agradecia como uma diva, a sua cantora era uma entidade presente num ritual que se assemelhava a religioso que misturava devotos, consumo e a música da indústria pop. Presenciar aquele momento era como participar de um ritual religioso de veneração a rainhas nas religiões de matriz africana. Era ver o ápice que o consumo da música permitia. Ser a diva era algo presente no dia a dia, nas suas vivências, experiências e nos rituais musicais que se tornavam religiosos. O DJ encerra o momento desligando o som, e anunciando que a cover da Beyoncé chegaria. O clima na boate muda. Agora todos iam assistir a um outro show, uma outra imitação; porém esse encaixar-se-ia dentro das expectativas. O público presente esperava uma imitação da Beyoncé, diferente do que ocorrera pouco tempo antes pista de dança.

Após o show, fui em busca de Fábio, ainda não o conhecia, depois de 2 meses procurando informações sobre “o menino que dançou Shakira” consegui o seu contato para marcar uma entrevista. Durante a entrevista não mencionei o motivo em específico apenas comentei de maneira geral sobre a pesquisa e pedi para ele falar sobre a sua vida pessoal. No decorrer da entrevista, quando essa noite foi abordada por ele, Fábio relatou que incorporaria sua diva, quando dançava, “quase como uma possessão”. A satisfação de ter o poder daquela deusa a quem tanto venerava extrapolava os limites do que seria uma performance. Segundo Fábio: “[...] *a música entra em mim de uma forma que eu esqueço que eu sou Fábio, eu tô ali só pra dançar mesmo, o meu mundinho é aquilo ali [...]*”. Como esse momento já era a segunda parte da entrevista com a técnica narrativa autobiográfica, portanto era permitido realizar questionamentos, indaguei: “*Se não é Fábio [naquele momento] era quem então?*”. A resposta de Fábio se iniciou através de uma comparação com a Beyoncé: “*Amigo, é como se fosse... a Beyoncé tem a Sasha Fierce... né? É uma coisa mais assim, é como se fosse um eu guardado que aparece nessas horas assim...*” (Entrevista com Fábio, 10/09/2016).

Fábio tentava usar o exemplo da Beyoncé para sugerir uma incorporação de outro “eu” que não era o Fábio, afinal, naquele momento ele não era Fábio, ele era outra coisa. A comparação com a Sasha Fierce visou exemplificar essa incorporação de uma outra identidade, algo explicado alguns minutos depois durante a entrevista e confirmando que se tratava de uma incorporação de uma entidade:

“Por incrível que pareça, eu acho ela [Beyoncé] completamente diferente quando ela tá dando uma entrevista, ela é outra pessoa, e como ela mesma disse quem tá no palco é a Sasha Fierce, não é ela. Como se fosse uma entidade, e você duas pessoas: a

Beyoncé e a Sasha Fierce, você consegue diferenciar as duas, até no momento que ela está dando uma entrevista. Ela é totalmente tranquila, bem tranquila nem parece aquela pessoa fantástica do palco. Mas é como ela disse né? Amanhã [Se referindo à ida à boate no dia seguinte a entrevista] eu serei a Sasha Fierce, então... ela é literalmente foda.” (Entrevista com Fábio, 10/09/2016).

No lançamento do seu terceiro álbum solo da Beyoncé em 2008, a cantora veio a público declarar que Sasha Fierce era o seu alterego utilizado para proteger quem ela realmente seria. Na mesma ocasião, a cantora afirmou que “Sasha Fierce é o lado mais divertido, sensual, agressivo, sincero e glamoroso que aparece quando estou trabalhando e quando estou no palco” (EGO, 2008). Para alguns fãs brasileiros, Beyoncé estava na verdade falando da incorporação de uma entidade no momento em que estava no palco. Sasha Fierce seria um espírito, uma entidade, uma força sobrenatural que se apossaria do corpo da cantora. Fábio tenta dizer, em outras palavras, que ele expõe um outro “eu”, que ele está incorporado por uma entidade durante o êxtase na pista da dança, onde ele interpretava sua maior diva. Para além das características da veneração dos fãs que os assemelham com as práticas religiosas mais elementares já citadas, e também contextualizadas pelos trabalhadores de Daniel Cavicchi (1991) e Anja Löbert (2012).

A incorporação de Fábio no momento do êxtase da dança ao som da sua diva nos remonta as práticas religiosas brasileiras, sobretudo as de matriz africana. “Incorporar a diva” foi algo explorado pelo cineasta mineiro Marcelo Caetano no documentário “A Tal Guerreira” (CAETANO, 2008). O curta-metragem, produzido no estilo de documentário, mostra a apropriação sagrada e profana da imagem da cantora e adepta dos cultos afro-brasileiros Clara Nunes. Particularmente, Caetano explora o caso de um terreiro localizado na cidade de Sorocaba (SP), no qual os fiéis cultuam a cantora como uma entidade. Segundo os entrevistados, após o falecimento da cantora, ela teria se tornado um espírito encantado segundo as tradições do Candomblé, e uma entidade segundo as tradições da Umbanda. Clara Nunes, enquanto entidade, começara a entrar em contato nos centros espíritas das religiões afro-brasileiras, permitindo também incorporar nos adeptos da religião. O documentário mostra momentos da incorporação da cantora nos fiéis, e o culto de agradecimento realizado periodicamente à cantora. Dentre os objetos sagrados utilizados no ritual do terreiro, está uma televisão pequena que exiba o videoclipe da cantora enquanto danças e práticas ritualísticas eram executadas ao redor do aparelho. Assim como dito por Cavicchi, o comportamento e as

práticas dos *fandoms* não significam em si uma religiosidade, porém podem ser similares à estas. Desse modo, é possível refletir que o êxtase religioso dos praticantes das religiões de matriz africana que veneram Clara Nunes, assim como a incorporação da cantora nos fiéis, se assemelharia ao momento vivenciado por Fábio enquanto dançava Shakira na pista dança. É fato que os elementos trazidos para comparação são diferentes entre si, afinal a historicidade e a profundidade dos rituais e objetos religiosos possuem outros signos e relevâncias. Mas é possível ver na atitude, comportamento e êxtase do fã da Shakira perante a artista que venera a figura midiática de maneira semelhante à veneração às entidades religiosas. Fábio, assim como outros fãs, põe suas divas como emblema simbólico da divindade misturando a lógica de sagrado e profano com a prática do consumo cultural.

As identificações dos fãs da Beyoncé apontavam aproximações no quesito moral-religioso na relação fã-diva. Todos os fãs da cantora entrevistados cresceram em famílias de tradição religiosa protestante. Para explicar essa relação, é possível tomar como exemplo o relato de André, quando explica como Beyoncé se tornou sua “diva número um” que será trabalhado a seguir. Já um exemplo do papel desempenhado pela diva enquanto ser divino e venerado para os *fandoms* é a história da identificação de Rafael com a Beyoncé e sua hierarquização na prática de adoração das cantoras pop. Em sua fala, ele apresentou um modelo hierárquico, no qual classificaria as cantoras pop de acordo com a sua veneração, salientando que a diva número um dele nem sempre foi a cantora Beyoncé. Ele explicou que antes de atribuir a cantora o status de “diva número um” ou “diva principal”, ele tinha outra cantora norte-americana como principal figura de devoção a cantora Mariah Carey. Mais à frente aprofundaremos essa discussão. Por ora é relevante destacar apenas os motivos elencados por André para garantir o posto de cantora número de veneração para Beyoncé. André narrou e construiu seu argumento moral usando outras celebridades como exemplo. Ele explica que os distúrbios psíquicos e abuso de drogas da Britney Spears, os problemas judiciais de Michel Jackson, o vício em consumo de cocaína da Whitney Houston e os abusos de ingestão de bebidas alcoólicas pela sua então “diva número um” Mariah Carey foram decisivos para refletir sobre troca de sua veneração principal. Esses fatos da vida privada das celebridades de música são postos como argumentos para rechaçar essas figuras enquanto “referência” e “exemplo” para a sociedade. A escolha por Beyoncé como um “espelho” ocorreu por seus comportamentos pessoas divergirem de outras celebridades do mercado fonográfico, afinal ela tinha uma vida reservada e recatada:

“...naquele momento [da história de vida] foi o que definiu para eu escolhê-la como algo que ... serviria pra mim como espelho, como modelo tá ligado? Foi essa conduta dela, foi o jeito dela conduzir a vida pessoal.... Quando ela casa tipo... A primeira foto do casamento dela veio ser mostrada num documentário não faz três anos e assim é.. E aí vai né? Comecei a ser fã de outras coisas também, mas a minha construção se deu por isso assim, tanto que quando me vendo assim me policiando, hoje mais não, mas quando eu me via anos atrás me policiando em comportamento, eu falava ‘ah véi é massa ser assim’ sabe? Eu não tô dando espaço pra ninguém tá falando mal de mim, posso viver minha vida do jeito que eu quiser, não tô dando espaço para ninguém correr atrás do que é meu também e pronto acho massa ser assim, vou me inspirar nela e aí foi” (Entrevista com André, 22/08/2016).

O rechaço relatado por André a outras figuras da música pop, era a negação do mundo enquanto materialidade profana. Sua socialização na igreja, como já dito anteriormente, estabeleceu essa divisão entre a “igreja” e o “mundo” e, conseqüentemente, o colocava em tensão e angústia pelo afastamento da sua conexão religiosa com os ditames morais da religião protestante. Ele afirma durante a entrevista que Beyoncé apareceu no seu momento de transição de vida, a saída da igreja e o fim da incoerência de ter uma “vida dupla”, ou seja, de viver como um homossexual não assumido numa doutrina religiosa que o condenava. Como consequência do fim da sua prática religiosa, ele escolheu como sua “diva número um” uma cantora com influências protestantes e comportamento avesso à degradação moral de outras figuras em evidência da música pop, convertendo a cantora em seu espelho e exemplo a ser seguido. Ele substitui o Deus protestante que cultuava na igreja pela diva pop. Beyoncé dissolvia a angústia de André por ter um comportamento moralmente aceito e transitar entre o mundo profano e a religiosidade protestante. Afinal a sua deusa dançava e exibia uma sensualidade e, ainda assim, mantinha uma conexão com a divindade protestante.

“ [Beyoncé] fazia tudo aquilo ali que eu amava mas tinha uma relação com Deus e porque ela consegue e eu não conseguiria? Então foi aí que eu acho que retomou essa minha conexão assim sabe? De poder não me sentir culpado de estar fora da igreja vivendo minha vida já que ela estava fazendo isso, porque se fosse ela ficaria cantando música só evangélica, ela podia usar um vestidinho, ela não podia usar um decote sabe?” (Entrevista com André, 22/08/2016)

O movimento de se espelhar em Beyoncé não surge apenas de uma identificação com os valores morais para André. Ao ter a diva como seu exemplo, ele solucionaria o dilema moral entre o sagrado e o profano da sua vida. A angústia do fã causada pela saída da Congregação Presbiteriana seria solucionada a partir de uma conduta que seguiria o exemplo de vida dado pela Beyoncé. A reflexão ocorre no questionamento feito por ele; se a diva é capaz de viver essa dualidade, desfrutar do mundo profano e ser sensual, sem romper com os ditames do mundo sagrado, por que ele também não poderia fazer o mesmo? A diva apresentada enquanto figura de poder midiático era capaz de estar no mundo profano, vivendo tudo o que André gostava, porém, sem romper com valores morais cristãos. Assim, consumir e venerar a Beyoncé acabava com o sofrimento e desespero de André, afinal ele poderia ser como ela e ter conexão com o divino. Sendo essa divindade talvez até própria Beyoncé, que afinal não seria chamada de diva à toa.

Apesar das histórias de vida com as tradições protestantes brasileiras presente nos três fãs da Beyoncé, as divindades consumidas pelos fãs não podem ser vistas como uma substituição exata do monoteísmo cristão. A relação de adoração das cantoras pop está mais para uma hierarquização das divas, tal como a lógica católica de classificação das santidades para quem os fãs realizam prece. Enquanto os fiéis realizam pedidos e rezam para variadas santidades, tendo a sua santa/seu santo especial, a quem de fato é devoto, os fãs têm suas cantoras favoritas, que escutam, até realizam e participam de alguns rituais, porém possuem a sua “diva número um”, sua diva de verdade. Essa realidade foi percebida em quase todas entrevistas. Lucas (18 anos) também consome a cantora Rihanna mas a sua diva é Beyoncé; Diego (28 anos) gosta de Madonna mas a sua veneração principal é para Britney; Jonas (30 anos) comentou gostar da P!nk, inclusive queria ter ido ao show da cantora quando morou na Europa. As situações de hierarquizações das divas mais explícitas foram expressadas por André e por Felipe. (NASCIMENTO, 2009).

Para Felipe, a Britney, a Beyoncé e as Spice Girls eram as figuras da música pop que mais lhe causava admiração e consequentemente consumo, porém Shakira é a sua diva principal:

Autor: Engraçado, quando tu fala da Shakira tua voz fica diferente...

“Porque a Shakira é... não tem como assim eu falar... [risos tímido e voz emotiva] ela até me... me... me... em várias situações que já passou na vida eu me identifiquei, então, ela é a queridinha, mora no meu coração até se ela desistisse hoje da carreira dela, eu seria feliz em conhecer a Shakira, saber quem ela é.” (Entrevista com Fábio, 10/09/2016).

Para André, existiria um ranking muito nítido de quem seria a sua diva principal. A sua paixão por uma cantora teria iniciado com a Mariah Carey:

“Então eu gostava de Whitney, escutei muito na época que ela faleceu mas eu não era fã, meu negócio era com Mariah, então eu era fã da Mariah. E então Mariah era minha diva número um e pá e pow! Tipo a minha primeira parada gay que eu fui eu escrevi, eu fiz, eu bordei em lantejoulas o nome Mariah na camisa preta, eu queria abalar [...]” (Entrevista com André, 22/08/2016).

O momento decisivo da substituição de uma diva pela outra ocorreu após uma apresentação da Beyoncé na premiação do Grammy, na qual, segundo André, se tratou de algo com uma beleza nunca antes vista por ele. O cenário visto como perfeito e o encerramento contou com uma pomba pousando na mão da cantora. O relato de André após a apresentação foi uma discussão sobre a genialidade da cantora e também do papel moral que ela passava:

“eu falei: ‘Essa mulher é muito foda vêi! Essa mulher é muito foda!’ Ai eu falei: ‘Porra fudeu né Mariah? Como é que vou fazer contigo agora?’ Porque tem posto de um, tá ali né? [vago] Mas ai Mariah fez uma guinada inversa na carreira dela, ela começou a ter problemas pessoais que interferiram na carreira, ela se deprimiu, ela se drogou, ela teve até um programa nos EUA que ela foi bêbada, isso não foi nenhum problema pra mim mas naquele momento com a idade que eu tinha ela não era uma referência boa pra mim e ai Beyoncé já não tinha isso tá ligado? Porque ela sempre fez uma imagem muito clean, não tem escândalo[...]. (Entrevista com André, 22/08/2016).

Depois desse dia marcante para André, ele explicou a disputa entre as cantoras no seu ranking e suas classificações:

Pronto aí foi naquele dia que eu falei: ‘Tá sacramentado o primeiro lugar é teu e o que vier é lucro!’. Ai durante muitos anos ficou sendo [a classificação]... Beyoncé [1º lugar], Mariah [2º lugar], e aí ficou uma briga ali entre Melane C e Jennifer Lopez

durante muitos anos [3º lugar]. Ai teve uma época que eu fiquei muito apegado a JLo⁵³. Ai quando ela lançou logo 'Love don't cost a thing' que também é um clipe de dança maravilhoso que eu amo, ai foi quando ela ficou em terceiro lugar, e ai Melane C ficou no quarto eternamente e ai as outras ficaram variando esse percurso, porque eu gostava de [Christina] Aguilera na época, gostava também de Britney [Spears], já gostava um pouco de Shakira, Alicia Keys e tal... que eu me lembre agora assim mas elas nunca chegaram assim... a [ser] minha cantora favorita e tal...." (Entrevista com André, 22/08/2016).

O fã também atribuía o nível de consumo através das execuções das cantoras como uma maneira de influenciar em seu ranking pessoal de divas: “[...] se tu entrar na minha Last Fm⁵⁴, Kelly Rowland está em terceiro lugar, primeiro é Beyonce com quase 17 mil execuções, em segundo lugar é Katy Perry com quase três mil, e Kelly Rowland já passou dos mil e pouco, aí vem todas as outras.” (Entrevista com André, 22/08/2016). O nível de consumo da cantora não necessariamente determina as cantoras nas posições hierárquicas de veneração, as capacidades vocais, as coreografias, e atributos estéticos também eram propriedades válidas para classificar as cantoras dentro desse processo. Entretanto, algo basilar para elencar uma cantora como a diva número um, ou aquela que ele veneraria de fato e seria devoto num processo de consumo, seria a diva que tivesse passado por um processo de identificação, sobretudo, quando estimulado através de pontos de conexão, como já mencionado. A identificação nesse contexto, seria uma aproximação entre as características mais pessoais e consequentemente subjetivas dos consumidores com as cantoras.

Geralmente após algum tempo de relato, os fãs expunham experiências mais íntimas, culminando em descrições comparativas de atitudes do seu dia a dia com o comportamento íntimo de suas divas no cotidiano.

“...que é uma coisa que Britney nunca fez é querer comprar briga com ninguém ou ficar expondo a vida dela, de ficar respondendo revista; não, nunca, ela sempre foi controlada, e o povo que pensasse o que pensasse. Melhor coisa, que trago até muito pra mim, eu acho, assim, não de uma forma que penso isso e ajo de uma forma porque Britney Spears fez mas porque eu acho que eu também seja uma pessoa desse jeito quem quiser falar fala, fazer o que? Vou viver minha vida, Britney Spears sempre foi muito assim.” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016)

⁵³ Sigla usada entre os consumidores da música pop para se referir Jennifer Lopez, também é visto como seu segundo nome artístico.

⁵⁴ Rede social online que contabiliza a quantidade de execuções de artistas e bandas nos dispositivos pessoais como computador, notebook, e alguns tipos de aparelhos de execução de música.

A fala de Pablo refere-se ao comportamento da sua diva perante o assédio da mídia, um problema diversas vezes relatado pela cantora⁵⁵. Pablo conclui que a atitude da sua diva perante essa questão gerou uma identificação entre os dois. A atitude do fã é similar a já referida reflexão de Anthony Giddens (2002) sobre a influência na vida cotidiana dos indivíduos que a mídia tem trazido nas sociedades contemporâneas. O sociólogo britânico aponta como a mídia é capaz de transpassar o espaço geográfico em tempo quase imediato, impactando e, conseqüentemente, causando identificação entre determinados fatos ocorridos e o cotidiano de pessoas distantes geograficamente. As atitudes da cantora Britney Spears em relação ao assédio dos paparazzi na Califórnia atingem, causando emoções e identificação no fã brasileiro. A tecnologia da mídia é capaz de minimizar o distanciamento geográfico entre o fã e a diva.

De certo modo, é esperado que exista algum impacto do produto cultural nos consumidores, afinal esse impacto é um aparente objetivo desses produtos no contexto de uma sociedade de consumo. Porém, há que se lembrar que Pablo não apenas consome o produto cultural; ele consome a figura da diva. Esse consumo da intimidade da cantora, sua devoção e identificação pela diva se dá somente graças aos aparatos tecnológicos como já mencionado (através da TV como a MTV e outros canais do gênero e da Internet com as novas mídias e plataformas como Youtube) mas também pelo nicho de mercado, que apresentam a intimidade das celebridades como produto comercializável através de tabloides e até canais específicos sobre isso como o E!⁵⁶.

“[...]eu não sei eu gosto muito dela, gosto muito dela, fico muito feliz quando ela consegue as coisas, muito feliz quando está feliz. Não sei porque. Uma coisa meio de doido né? Acho que eu preciso de um psicólogo... [risos]... aiaiai, [pausa] E isso mexe muito com minha autoestima diária também, assim tá ligado? Quando vejo que ela tá feliz ... [...]”(Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

⁵⁵ Durante a segunda gravidez, a cantora Britney Spears concedeu uma entrevista ao canal MSNBC em que ela chora ao desejar que os paparazzi e os tabloides parem de assediar seu filho e sua vida íntima. Durante a entrevista ela se compara a parentes das pessoas que trabalham na mídia e pede que eles parem de invadir sua privacidade porque todas as pessoas precisam dela, sobretudo ao seu filho (Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=ITBk58yOpCM> >

⁵⁶ Canal Estadunidense disponível nas TV por assinatura no Brasil que transmite majoritariamente informação sobre celebridades da mídia internacional.

As identidades dos fãs muitas vezes se misturavam com a imagem consumida, daquilo que a diva representava, tanto nos momentos profissionais de shows quanto em sua vida em família. Os momentos de exposição na mídia, nos shows e nos tabloides são marcantes entre os fãs da Britney; a turbulência na sua carreira, a incapacidade de cantar ao vivo nos shows eram sempre trazidas nas entrevistas. A importância do ano de 2007 para a carreira e vida de Britney Spears era tanta que todos eles mencionaram essa fase da cantora. A relevância desse momento difícil para a cantora aparentemente demandava explicações sobre a sua veneração, ao ponto de justificarem o porquê de permanecer no status de fã da cantora que não conseguia mais dançar e interpretar as músicas ao vivo como antes.

“Ela sempre me inspirou, sempre vai me inspirar, às vezes eu penso.... [...] É... vivências de Britney Spears, muitos [amigos], fala: ‘Ó, Britney Spears passou por isso, isso e isso... tal.’ Inclusive tem uma frase que o povo bota na internet: ‘Se Britney passou por 2007, eu consigo sobreviver isso aqui!’ Tá ligado? [risadas]. Tipo é muito real tá ligado? E eu passo, muito, muito disso [...]” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

Pablo, um fã considerado como uma referência entre os fãs da cantora, tratava os casos polêmicos da vida da cantora como um exemplo de superação. Ele igualava esses problemas como algo que ele também passava, humanizando a figura da diva e aproximando-a de quem ele era, de sua rotina cotidiana. A devoção à Britney Spears garantiu a Pablo certa notoriedade na cena LGBT recifense, atrelada a sua grande simpatia, comportamento doce e engraçado, segundo ele, semelhante à sua diva. A delicadeza da cantora também era apontada como algo próximo de sua identidade. Afirmações como “eu aprendi com ela” ou “que nem ela” eram ditos com orgulho. Eventos realizado em tributo à cantora Britney sempre contam com sua presença.

Deste modo é possível perceber como o processo de consumo cultural ganha novos sentidos para os consumidores, nesse caso específico entre os homens gays, em que o “encanto” e estímulo ao devaneio iniciam uma relação entre os fãs consumidores e as divas semelhante as concepções e comportamentos religiosos. As divas e sua proximidade a questões divinas não se limitariam então a opulência e demonstração de luxo em sua imagem, ou a etnologia da palavra, elas se tornam de fato, para os seus fãs, seres veneráveis como uma real divindade, ou entidade. Esse impacto sobre os indivíduos corrobora com os apontamentos afirmados por

autores como Douglas Kellner e Anthony Giddens ao citarem o poder da cultura da mídia na contemporaneidade.

No capítulo seguinte, irei apresentar elementos de construções e apontamentos que sugerem uma constituição identitária. Haja vista toda ressignificação dada por esses homens gays apresentada nesse capítulo, a construção de uma identidade reflexiva e adequação de comportamentos cotidianos, a descoberta da identidade sexual e um provável empoderamento identitário serão aprofundados.

5 CONSTRUINDO AS IDENTIDADES

Nesse capítulo, apresentarei a segunda e última parte de análise das entrevistas e os dados coletados em visitas ao campo. Pretendemos expor mecanismos de construções identitárias e situações de cunho subjetivo dos fãs das divas pop. As questões que envolvem a descoberta, o comportamento e a “saída do armário” dos homens que se identificam enquanto gays são discutidas e aprofundadas através de conceitos que apontem normas de comportamento de gênero e da identidade sexual.

As aproximações entre as atitudes e os comportamentos dos fãs e das divas não ocorrem de modo totalizante. Em momento algum os fãs afirmam buscar ser ou copiar de modo exato a diva que veneram. Um exemplo disso pode ser visto na fala de Pablo, na qual ele aponta a não disposição para conflito e a não exposição pessoal como comportamentos que o aproximam da sua diva. A fala posterior desse mesmo fã afirma que Britney Spears seria uma mulher tímida, diferentemente dele, que seria uma pessoa extrovertida e bastante comunicativa: “...*eu gosto muito de me comunicar com as pessoas, e falar e entreter as pessoas, eu tenho muito disso...*” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016). Durante toda entrevista, Pablo demonstrou características extrovertidas, ria, soltava piadas e falava sempre estampando um sorriso no rosto. A sua diva sempre foi retratada como o avesso disso durante entrevistas na mídia. A princípio, é possível pensar que existe uma aparente contradição entre a timidez de Britney Spears e o ser extrovertido de Pablo. Entretanto, acreditar nessa contradição é pressupor que os fãs das divas são automaticamente cópias de suas divas, que agem de acordo com o que seu ídolo age. Isso seria corroborar com as ideias iniciais das reflexões e estudos pioneiros na área da cultura realizado pelos teóricos da Escola de Frankfurt, a exemplo de Adorno e Horkmeier (1999). A relação comunicador e comunicado seria um circuito fechado, no qual os consumidores culturais assimilariam o que lhe transmitido sem qualquer diálogo ou reflexão sobre esse movimento.

5.1 Identificação nas práticas

Nas entrevistas, observou-se que há uma diferença entre o que seria uma aproximação e identificação em relação aos comportamentos da diva e uma imitação da performance corporal exibida durante a atuação em clipes e em shows. Essa corporalidade e comportamento tornam-

se modelos opcionais para os fãs na composição de suas personalidades, ao passo que assumem determinadas características que julgam ser “admiráveis” ou “corretas” por partes das suas respectivas divas. Os entrevistados afirmam utilizar, muitas vezes, o “jeito de ser da diva”, tanto no âmbito pessoal/privado quanto no âmbito da performance artística das divas. Dessa maneira, apesar da tentativa de separar as esferas pessoal/profissional da cantora, essa dualidade se mistura não só no depoimento de Fábio, mas de praticamente todos os fãs. A importância dada à diva pode ser pensada sob a argumentação de Stuart Hall ao discutir o conceito sociológico de formação da identidade nos sujeitos. Hall afirma que os argumentos clássicos da sociologia sobre o tema definem que a constituição da identidade se daria através de uma relação do “eu” (não autônomo e não autossuficiente) com “pessoas importantes para ele” (ou “outros significativos”, na terminologia de Herbert Mead), mediando, assim, valores, símbolos e o mundo social ao qual se pertenceria. Desse modo, a diva pode ser vista como uma chave de constituição dessa formação identitária. Entretanto essa formulação sociológica prevê um processo de interação face a face, não sendo viável para pensar os processos em relação aos homens gays que consomem as divas pop. As perspectivas de construções identitárias sugeridas por Anthony Giddens sugerem um melhor encaixe nesse contexto de consumo.

Como já mencionado na obra *Modernidade e Identidade*, de Anthony Giddens, o sociólogo britânico, em diálogo com Janette Rainwater (1989), formula algumas bases para constituir o conceito de autoidentidade, em que o “eu” tem agência reflexiva na construção dessa identidade. Giddens explica que uma das contribuições de Rainwater para a compreensão dessa autoidentidade está na relação reflexiva dos sujeitos ao olhar/perceber a sua história passada, construindo, assim, uma biografia própria. Dentro desse processo de construção, em que os sujeitos escolhem dentre uma gama de opções de comportamentos e influências, sobretudo advindas da cultura da mídia, os indivíduos tendem a olhar para o passado para significar sua vida presente. Essa explanação do sociólogo britânico, em que ele assimila a perspectiva de Rainwater, se aproxima dos conceitos que originaram a constituição do método narrativo autobiográfico explanado nessa pesquisa pela autora alemã Gabriele Rosenthal (2004). Tanto Rainwater quanto Rosenthal utilizam a perspectiva conceitual da Gestalt⁵⁷ para firmar as constituições reflexivas dos sujeitos acerca da história e de vida e do passado vivido. A Gestalt influenciaria uma perspectiva metodológica para investigar as identidades em uma

⁵⁷Também conhecida como a Teoria do Todo foi criada pelo psicanalista Fritz Perls (1893-1970) e se trata de uma doutrina da psicologia que defende uma compreensão do todo para posteriormente entender as partes.

pesquisa social, algo afirmado como sugestão pela pesquisadora alemã Bettina Friesztche (2004) em sua pesquisa sobre a constituição das identidades feministas das garotas alemãs que consumiam o grupo pop britânico Spice Girls, pesquisa que inspirou este trabalho. Essa perspectiva metodológica é a pesquisa narrativa autobiográfica já explicada no Capítulo II desta dissertação.

Em outros casos, como no de Lucas (18 anos), a sua característica tímida e retraída era similar ao perfil da sua diva Beyoncé. Além de ser algo perceptível durante a entrevista, o fã mencionou em alguns momentos essas características ao falar sobre a dificuldade de fazer amizades:

“[...] eu não sou muito rápido de fazer amizade. Eu não gosto de conversar muito com as pessoas não.... aí... eu não queria me mudar [de bairro] porque eu ia perder as amigas que eu tinha e ia ter dificuldade pra fazer as [novas] amigas [...] meio esquisito porque como eu falei eu não sou bom em fazer amizade aí... eu não gostava de conversar muito com as pessoas; às vezes eu ficava sentado no canto, às vezes as pessoas se aproximavam conversava [...].(Entrevista com Lucas, 18 anos, em 23/09/2016)

A identificação com a figura da diva poderia ser assimilada pelos fãs tanto no aspecto do trabalho artístico quanto na vida pessoal. Para Rafael, a energia da cantora no palco, seu carisma e qualidades enquanto artista eram motivos para admirá-la. Não à toa, ele também realizava apresentações artísticas em que costumava ser visto como a estrela da noite, cercado por holofotes. Durante o campo, onde o conheci, vi que suas performances eram não apenas enérgicas como a da Beyoncé, mas sua postura e seu modo de lidar com as pessoas ao redor como uma estrela pareciam misturar sua persona enquanto artista e a sua diva que o inspirava:

“[...] e eu me inspiro, quando eu falo que eu me inspiro em Beyoncé...É, eu vejo nela uma pessoa que... Pode ser que eu estava equivocado né? Pode ser que seja só uma percepção de fã, louco assim... Mas eu percebo que ela mostra muita empatia sabe? E ela demonstra muita confiança também, quando ela tá no palco, se apresentando. É... eu acho a energia dela maravilhosa, eu acho ela muito carismática... [...]” (Entrevista com Rafael, 23 anos, em 24/09/2016)

Os traços mais percebidos das atitudes das cantoras se tornam artifícios para uma identificação e construção de um “eu” pautado nas ações cotidianas desses fãs. Ações e atitudes não apenas presentes nos trabalhos musicais e de audiovisuais, como nos clipes, mas, sobretudo, na vida privada da artista. Britney Spears age de modo pacífico em sua vida privada, e o

conhecimento disso não se dá pelo consumo do seu produto musical e sim através de pesquisas sobre sua vida pelos seus fãs-consumidores⁵⁸. A busca pela informação da vida da cantora foi algo feito por Fábio após ouvir, pela primeira vez, uma cantora latina numa rádio recifense de pop/rock : *“Eu comecei a pesquisar sobre a vida da Shakira, não pela cantora Shakira mas descobri que ela é tão simples quanto eu. Então ela me ganhou nesse dia e eu acompanho ela até hoje!”*. (Fábio, 35 anos).⁵⁹

A fala de Fábio separa sua diva em duas esferas, a artística e a pessoal, e o processo de identificação elenca a atitude “como pessoa” da Shakira como uma qualidade que acarreta sua devoção. A vida pessoal da Shakira conquistou Fábio. Em sua narrativa, ele se coloca em uma situação na qual essa diva o cativa por sua simplicidade na vida privada. Um dos estímulos principais durante a entrevista narrativa autobiográfica é incentivar o entrevistado a falar sobre si, sobre sua história de vida. Como resposta a esse estímulo, Fábio repetia, sempre que possível, que era uma pessoa simples e tranquila, sugerindo uma humildade e serenidade em sua vida. Quando ele inicia sua abordagem sobre a Shakira, já na segunda etapa da entrevista, ele elenca as mesmas qualidades que havia mencionado para si mesmo. Nesse trecho da entrevista, questionei se as qualidades vistas da sua diva eram as mesmas dele:

“Eu gosto da Shakira por esse motivo, a simplicidade dela tomou conta da popstar dela, primeiro, eu acho ela de uma simplicidade fantástica.” [pausa longa]
Entrevistador: Você é assim?

“Sou, eu me identifico com isso, ao mesmo tempo que se eu fosse um popstar...ao mesmo tempo que eu sei que eu sou um pop star, eu sou pé no chão, eu sei que ali tem uma pessoa que eu tenho que respeitar porque curte o meu trabalho, e existem muitos popstar que não respeitam; isso parece que esqueceu da pessoa, da pessoa antes de ser popstar e a Shakira não, ela nunca... nunca foi diferente... ela é bem tranquila a simplicidade dela me encanta.” (Entrevista com Fábio, 10/09/2016)

“[...] até você vê pelo alguns videocliques dela que não tem tanta produção como algumas cantoras. Assim uma coisa mais tranquila... O último clipe dela que ela fez foi da música “La Bicicleta” que fez com Carlos [Vives, Cantor Colombiano] e se você ver o clipe é de uma simplicidade única, passear de bicicleta pela Barranquilla, na Colômbia. Bem tranquilo e a música é tão simples, que ela toma conta, é gostosa de ouvir de ver... É você ver a simplicidade nos olhos dela, ela tá sempre descalça eu

⁵⁸ O trabalho de Fabiana Moraes (2015) traz excelente contribuição para compreender a relação midiática e de consumo com celebridades.

⁵⁹ Como já mencionado no Capítulo II, Fábio foi chamado para ser entrevistado por conta da performance numa festa de tributo à Beyoncé. Ele iniciou a entrevista afirmando ser fã da Britney, porém, durante a entrevista ele afirma que sua diva “de verdade” é a Shakira.

acho isso fantástico, fantástico, não precisa de sapato! Haha! Pra ser uma diva... então...[...]” (Entrevista com Fábio, 10/09/2016)

Na transcrição acima, é possível ver a quantidade de vezes que Fábio afirma as qualidades mais relevantes da sua diva, a simplicidade e a tranquilidade. O fato de a sua diva ser diferente das outras do mundo pop estabelece uma característica identitária válida para que ele a venere. Admirar e amar a humildade da cantora seria também amar as suas próprias características. Fábio acaba amando a si mesmo, a partir do momento que ele ama as qualidades na Shakira que ele mesmo possui. Em um dos trechos, o fã supõe estar no lugar da sua diva, lugar este, superior, da fama, uma posição social e midiática de uma popstar.

Ainda nesse depoimento, o fã da Shakira fala sobre estar no lugar da sua diva, ser como ela e reflete sobre as suas ações. Esse relato pode ser percebido por duas reflexões: o conceito de devaneio proposto por Colin Campbell, em que os consumidores sonham acordados através da criação da expectativa ao consumir o produto⁶⁰; e a reflexão proposta por Daniel Harris (1997), ao situar a veneração dos homens gays como um desejo de estar no mundo da diva. Acredito que esses dois autores tem conceitos que dialogam, uma vez que ambos propõem uma vivência do sonho de modo acordado, uma pequena perda da razão, imaginando algo muito desejado durante o processo de consumo. Em um aspecto, Campbell sugere uma percepção acerca dos produtos culturais, em outro, Harris expõe uma possível leitura da veneração dos homens gays pelas divas, que coaduna com o processo de consumo e o significado dado aos produtos culturais são uma ânsia e expectativa por uma realidade diferente da que é vivida. Se Campbell aponta que a expectativa do consumidor em torno da aquisição de um produto se trata de uma busca por uma outra realidade, para Harris os homens gays venerariam e consumiriam as divas do cinema como um “escape”, uma fuga da realidade material heteronormativa.

Nesse “devaneio” Fábio afirma que permaneceria fiel a sua possível essência humilde, e admira o fato de a sua diva estar numa posição de poder midiático e ainda assim permanecer coerente com suas características vistas como mais simples. Fábio sugere que a sua admiração se dá pela negação do glamour, ainda que seja aparente que ser uma figura da mídia, ainda mais como uma diva do mundo pop, esse glamour seja algo tão presente. Porém, a sua diva “não

⁶⁰Cabe lembrar que Campbell sugere que os produtos culturais tendem a garantir a manutenção dos devaneios, ou seja, garantir que os consumidores continuem a sonhar e criar expectativas sobre produtos consumidos

precisa”, o glamour acaba sendo sugerido como uma excentricidade descartável, um poder possivelmente renegado em nome de uma possível coerência com sua origem humilde. Shakira é uma diva sem glamour, descalça, e humilde. Como citado pelo fã ao encerrar a entrevista: *“Esse é o Fábio, uma pessoa comum, um olindense bem simples [...]”*

Ainda que essa separação entre esfera profissional e pessoal seja evidenciada em alguns momentos por Fábio, em outras situações relatadas, as capacidades artísticas da cantora, portanto sua esfera profissional, também se tornam um artifício de identificação e até de imitação, ao ponto de se tornar uma atividade profissional para o fã.

“A Shakira pra mim... eu adoro o ritmo dela, dançar como ela... eu aprendi a dançar a dança do ventre por causa dela, nunca fiz aula, e eu fiquei curioso, se ela faz isso porque eu não faço? Haha! Até tem um, um... uma parte na dança que ela gira os peitos assim, e ela começou a fazer isso mais durante o clipe ‘La Tortura’ e eu fiquei como é que ela faz isso Jesus? E fiquei em casa, tá, tá, tá, tentando, tentando, tentando e aprendi. Haha e virei coreógrafo de uma cover da Shakira que tinha aqui em Recife.” (Entrevista com Fábio, 35 anos, em 10/09/2016)

A conexão percebida entre essas características distintas, entre o fã e a diva, é de identificação dentre uma gama de características de sua cantora. A relação de identificação não é determinista ou automática; ela é possível dentre as opções de características percebidas pelo fã. Essa percepção da diferença foi mencionada por autores como Giddens (2002) e Hall (2013). Ocorre que a construção do “eu” do fã a partir de suas atitudes pode ser vista como um jogo de diferenciação e identificação. Um jogo de construção e diálogo entre o indivíduo e a estrutura social, nesse caso representada pela figura mercadológica da diva. O conceito de jogo entre indivíduo x estrutura também é argumento utilizado por Giddens (2002) ao discutir sobre a identidade no mundo contemporâneo. Mais a adiante aprofundaremos essas relações e análises possíveis sob a perspectiva de Anthony Giddens usando a relação de Pablo com cantora Britney Spears.

O autor estadunidense Daniel Harris (1997), ao discorrer sobre a adoração dos homens gays por divas da mídia, e em seu trabalho especificamente com as divas do cinema de Hollywood, afirmou que o desejo por ser a diva não se tratava de um problema de aceitação de gênero. Sendo assim, o gay que venerava a mulher não tinha interesse de ser, de fato, uma

mulher, mas sim gostaria de estar e viver no mundo que a cercava. A reflexão de Harris contribui para analisar os relatos de alguns entrevistados, como em uma citação já mencionada acima, de Fábio (35 anos), quando falava sobre a sua diva Shakira: “ [...] *ao mesmo tempo que se eu fosse um popstar [...]* ”. Durante as entrevistas, Fábio não expressou em nenhum momento o desejo de ser a sua diva; ele atribui qualidades louváveis, aprendeu a dançar como ela, até passou por uma experiência de êxtase enquanto dançava. O único momento em que ele se coloca no lugar da sua diva era pra pensar em como agir no seu mundo de poder, renegando a glamourização do mundo pop das figuras da mídia, e afirmando uma simplicidade que ele também possuiria. Se, de um lado, Daniel Harris sugere que a veneração da diva está em estimar o poder e mundo glamoroso das divas hollywoodianas, no caso de Fábio, ele anseia a posição da sua diva para permanecer humilde como ele é, seguindo assim o comportamento da sua diva na cultura da mídia.

Já para o fã da Britney, Pablo, a sua devoção pela cantora o leva ao ápice de querer ser a sua diva. Ele a cita como um “caminho” para a diversão e até o empoderamento político na sua identidade enquanto “bicha”.

“[...] é porque meu amor por ela, apesar de ela me empoderar de um jeito diferente, ela é um caminho, alguém, uma fonte que eu tenho pra poder me divertir mesmo. Pode ser outra cantora também, ou alguma coisa assim, mas Britney me deixa muito feliz ao ponto de não ligar pra nada; sabe assim? Eu gosto de fazer as caras delas, eu gosto de ser ela, [...] eu sempre... não sei eu sempre carrego ela comigo, sim eu sou doida sim, não sei mais o que falar. Tô com vergonha. [...] ” (Entrevista com Pablo, 23 anos, em 08/06/2016)

Ao afirmar que a sua diva é “um caminho” e, posteriormente, explicar que “poderia ser outra cantora também, ou alguma coisa assim”, Pablo explicita o papel que as figuras da mídia possuem para contribuir nas ações cotidianas, e nas composições do “eu”, usando os termos de Anthony Giddens (2002). Para o entrevistado, o seu amor pela cantora culminava na influência da imitação da Britney Spears, imitação essa cotidiana, como dito por ele durante a entrevista, algo que também sugeriria um devaneio, uma saída da realidade pessoal, transportando-se para a figura da diva que ele consumia culturalmente. Se o conceito sugerido por Colin Campbell (2001) é composto por uma frustração ao se consumir um produto, no que tange ao produto cultural o devaneio não causaria essa frustração; o devaneio se mantém e alimenta mais sonhos e expectativas de consumo e alteração da realidade através do consumo. Não existe, para Pablo,

qualquer menção de frustração ao consumir a sua diva, o incômodo que surge no consumo é percebido em momentos que a sua diva não causa impacto similar ao que ele sente em outras pessoas do ciclo de amizade do fã. Para Pablo, o desejo de ser a diva não significava, necessariamente, fazer parte do mundo que cercava a cantora, afinal, ele pontuou que a mídia e o assédio fizeram mal à saúde dela. Existia uma vontade cotidiana de imitar, ele a denomina como algo que carrega, que está sempre com ela, como uma entidade, uma outra identidade transmitida pela mídia⁶¹, através das novas tecnologias, das músicas, das suas coleções pessoais de discos, DVDs e recortes de revistas e jornais. Na formação e na vivência do “eu” cotidiano de Pablo, existia a possibilidade de se deixar possuir por sua diva, com rostos, gestos e comportamentos similares aos da Britney.

Outro aspecto mencionado pelo entrevistado pode se remontado a Anthony Giddens: “[...] *pode ser outra cantora também, ou alguma coisa assim [...]*”. Nesse trecho em que Pablo menciona a sua influência com a artista é possível relacionar com a pluralidade das escolhas na modernidade, conceito apresentado por Giddens (2002) em diálogo com Peter Berger. Afinal, poderia ser outra cantora/diva, ou “coisa assim”, ao ponto que podemos perceber a menção de “coisa assim” como figura da mídia/artista/celebridade, ou simplesmente a cultura da mídia em si? As possibilidades de escolhas dos indivíduos sociais para as constituições dos seus estilos de vida e, conseqüentemente, com a constituição da auto-identidade, usando os termos do autor, é consequência também da influência da mídia na sociedade. O sociólogo britânico afirma que: “a prevalência da experiência transmitida através da mídia, também influencia a pluralidade da escolha, de maneiras óbvias e também de maneiras mais sutis” (Giddens, p. 82). De certa maneira, Pablo parece perceber a sua diva como uma materialização da cultura da mídia, em que, através da sua agência, elencou a Britney Spears como uma personificação midiática, constituindo assim, um dos elementos para o seu estilo de vida e conseqüentemente na composição da sua identidade.

Outro fã da Britney Spears relatou algo similar ao depoimento de Pablo, no que diz respeito à influência da diva, entretanto no aspecto da sexualidade: “*A maioria das pessoas que gostavam [da Britney Spears] eram mulheres, tipo ela era bem sexualidade e eu não tinha desejo por ela, sexual.*”. Para compreender melhor a respeito relevância da sexualidade da

⁶¹ Segundo Douglas Kellner, as figuras da mídia tem produzido uma série de identidades, sugerindo que seria possível adquiri-las de modo automático a partir das escolhas, forjando identidades inspiradas nessas figuras.

cantora, é útil elencar algumas fases da carreira da cantora, usando a exibição da sensualidade como marco. A sensualidade “entregada” pela Britney Spears no começo de sua carreira⁶² é uma erotização infantilizada, uma garota jovem, loira, de rosto angelical com voz infantilizada nas músicas. Ao lembrar dos momentos de sensualidade mais exacerbada da carreira da cantora, Jonas caracteriza essa segunda fase como uma sensualidade mediana: *“inclusive o Ops I Did It Again tem aquele macacãozinho que era super sexy, mas não mostrava muito [do corpo]”*. Segundo Jonas, o ápice da sensualidade da cantora Britney Spears ocorre na divulgação do clipe “Slave For You”. Essa fase é vista como o momento em que Britney se torna uma “vadia” ou “puta” para muitos fãs. Ao narrar sobre uma recente apresentação da Britney em uma importante premiação estadunidense, o Billboard Awards, Pablo associa a fisionomia de “puta” no momento da interpretação da música: *“(...) ela já estava com a carinha de safada, de puta que eu adoro! Adoro! Depois disso, ela começou a cantar Slave for You e eu ‘fiquei é agora’!!!”*. Outro momento narrado por Pablo refere-se a uma performance da canção “I Love Rock’n’Roll”: *“...ela fez uma guitarrinha muito sexy tá ligado? Depois subiu na guitarra e fez aquelas coisas de puta dela, doida, jogar cabelo, bater e Britney, apesar de ela ter isso de fazer a coreografia, ela faz tudo muito na dívida tá ligado?”*. Para Pablo, as principais características da Britney transitam numa dualidade de meiguice e sensualidade exagerada, ou pelas suas palavras: “coisas de puta dela”, enquanto para Diego essa performance era um modelo desejado:

“A maioria das pessoas que gostavam [da Britney Spears] eram mulheres, tipo ela era bem sexualidade e eu não tinha desejo por ela, sexual. Eu só tinha desejo de ser ela, de imitar ela, achava bonito, sexy, não queria transar com Britney, isso era meio obvio então...” (Diego, 28 anos, em 09/09/2016)

A admiração pela cantora, segundo Diego, não advinha do desejo sexual pela razão aparentemente óbvia da sua homossexualidade. Ainda que seu desejo, também de cunho sexual, era de ser “sexy” como a sua diva e, portanto, de possuir os atributos sensuais que ela exibia na mídia. A mensagem de sexualidade propagada pela figura midiática o seduzia a ser como ela, ao invés de desejá-la sexualmente. Se pensarmos nas mensagens das letras da cantora, suas

⁶²Termo usado por Diego durante toda a entrevista. Os verbos “dar”, “servir”, “entregar” são variações da tradução do verbo inglês “to serve”, “to give” e “to deliver”. Esses verbos são frequentemente usados por Drag Queens participantes do reality show RuPaul DragRace, com intuito de explicar as referências e elementos artísticos apresentados durante suas performances nas competições do programa. Esses verbos têm começado a ser usado entre o público gay da cidade do Recife após o sucesso do programa norte-americano.

performances sensuais e de exibição de um corpo padrão feminino ocidentalizado⁶³, é possível notar que, para Diego, o sentido da mensagem da diva se altera, em razão da sua identidade sexual. Afinal através das músicas e dos vídeos clipes, a cantora convidava os homens para uma relação sexual, as figuras masculinas tendiam a serem exaltadas e desejadas pela cantora. Apesar de Diego ser homem, ao consumir essa mensagem ele não tendia a se sentir seduzido pela cantora, ele almejava seduzir a figura masculina como ela o faz. *“Eu não queria transar com a Britney, isso era óbvio.”*. O depoimento do entrevistado pode ser analisado em dois pontos principais que se inter-relacionam: a pressuposição do seu desejo sexual pela diva enquanto heterossexual por ser um homem e a negação esperada dessa expectativa sexual. Através desses pontos, é possível relacionar duas autoras que pensaram sobre a o caráter da heterossexualidade compulsória⁶⁴, Judith Butler (2014) e Eve Segdwick (2007). Segundo Butler, os parâmetros sociais que permitem a leitura de uma identidade de gênero (sempre na chave binária do macho/fêmea) também pressupõem a heterossexualidade compulsória, ou seja, que ser heterossexual seria a regra. Desse modo, as oposições de gêneros (homem/mulher) seriam necessariamente heterossexuais, estabelecendo como norma uma atividade sexual e do desejo sempre constituída com o sexo/gênero opostos entre si. Essas normas de gênero, sexo e atividade sexual/desejo seguiriam uma norma heteronormativa constituindo também comportamentos, expectativas e práticas de gênero antagônicos dos sujeitos. Deste modo, a negação de Diego em responder as expectativas da heteronormatividade⁶⁵ devido ao seu consumo de uma cantora que se apresenta de modo sexual através da mídia, seria uma quebra da regra da heterossexualidade compulsória. O fato de ser homem para Diego o colocaria como necessariamente um sujeito que deseja sexualmente o sexo/gênero oposto, sobretudo quando se trata de uma “mulher ideal” da cultura da mídia. A negação do comportamento compulsório gera então uma expectativa de que fuga dessa norma o estabeleça enquanto um sujeito não heterossexual. Segdwick apresenta reflexões sobre o não dito na vida das pessoas homossexuais, em que ser gay/lésbica é algo esperado por pessoas que convivem com sujeitos que não correspondem as expectativas da heterossexualidade compulsória. Mais adiante vamos

⁶³ Tomo como pressuposto que a mulher padrão ocidental, no que se refere à perspectiva visual e estética está atribuída à ideia de uma mulher com fenótipo majoritariamente europeu, portanto branca, loira, com nariz afilado e olhos claros.

⁶⁴ Heterossexualidade compulsória se refere ao pressuposto de que todas as pessoas são heterossexuais até que se prove o inverso. É a expectativa que todo comportamento afetivo-sexual é direcionado ao sexo oposto.

⁶⁵ A heteronormatividade diz respeito às normas sociais, políticas e cotidianas do comportamento dos indivíduos que devem corresponder às expectativas de gênero e afeto/sexual ao sexo/gênero oposto. Se tratam de regras sociais estruturais que direcionam normas que tem como pressupostos o desejo e ato sexual/afetivo ao sexo oposto.

aprofundar essa argumentação da autora, articulando com outro depoimento de Diego. Nesse momento é interessante perceber como os marcadores das identidades sexuais e de gênero podem ser percebidos socialmente, tanto no processo de autorreflexão dos sujeitos que consomem a diva, tanto dos indivíduos que se relacionam com esse sujeito e atribuem esse consumo cultural como marca identitária da sexualidade. Em outro momento, ao discorrer sobre a imagem da cantora na mídia, Diego afirma:

“Eu acho que todo artista tem um ideal [hegemônico] de mulher assim né? O automático, assim, da adolescência é ver alguma cantora que vai se espelhar e pode ajudar de alguma forma, sei lá, com músicas e tal. Pra mim era performance, eu sempre gostei de performance. Luz! Centro das atenções assim...” (Diego, 28 anos, em 09/09/2016)

Diego faz uma consideração pertinente a respeito na noção de mulher na mídia. Ele aponta que a imagem de uma mulher na cultura da mídia, assim como a sua diva, segue padrões do que seria uma mulher ideal. Ao menos esteticamente, Britney Spears aparentava ser essa mulher, com curvas corporais definidas, caucasiana, cabelos loiros e compridos e sempre dispostas em seus cliques a ser sexualizada por homens, ou ver essa possibilidade de ação sexual como um demarcador de poder feminino. Ao citar a automaticidade de adolescentes verem na mídia figuras para “se espelhar”, Diego reafirma uma das etapas clássicas de socialização nas sociedades modernas. O fã indica a cultura da mídia como um dos agentes relevantes para a socialização dos indivíduos, e de certo modo suprindo esses indivíduos de alguma maneira na formação do “eu”. Ao falar que a mídia “pode ajudar de alguma forma”, Diego sugere que a composição do “eu” na socialização recebe a contribuição da mídia sugerindo de maneira um pouco vaga e despretensiosa o exemplo da música. Para ele, essa contribuição estava na “performance”, ser o centro da observação, ser notado, ser iluminado enquanto um foco de atenção. Aparentemente seria esse o papel que uma artista performer da cultura da mídia desempenhou com ele em sua adolescência.

Quando as aproximações de características pessoais existem, elas são enfatizadas nas entrevistas; quando existe a diferença entre o fã e a diva, elas não são tão mencionadas e apontadas pelos entrevistados. É através dos perfis analíticos criados pela técnica de entrevista narrativa autobiográfica que é possível identificarem tais diferenciações. É útil lembrar que, durante as entrevistas, o desejo de ser a sua diva era apresentado como algo muitas vezes lógico.

“Você é fã de quem? Da P!nk? Claro que você queria ser ela. Você é fã, isso é coisa de fã. Eu queria ser a Beyoncé!” (Entrevista com Rafael, 24/09/2016). Em outros momentos, o reconhecimento de uma possível semelhança por pessoas próximas também foi algo enfatizado pelos entrevistados. Pablo mencionou que já foi notícias em um website de humor, que colocou a sua foto vestido de Britney Spears ao lado da foto da cantora perguntando ao leitor para identificar quem era quem. Pablo mencionou a ocasião com orgulho e não viu essa manchete como algo sarcástico, mas sim como um reconhecimento externo da sua identificação física com a cantora. Para Lucas, a semelhança que seus colegas atribuíam com a sua diva estava centrada nas habilidades enquanto dançarino: “*muita gente fala que às vezes quando eu danço, eu pareço com ela.*” Ambos os fãs mencionaram que nas redes sociais era comum que as pessoas realizassem citações ou brincadeiras dizendo que eles eram as suas respectivas divas. As características físicas, habilidades na coreografia ou até traços de comportamentos aparentam ser resultado de um consumo cultural consciente enquanto fã; ou seja, muitas dessas características foram demonstradas como escolhas racionais para se aproximar do ideal sugerido por sua diva da mídia. Um exemplo apontado foi a mudança estética de dois fãs negros da Beyoncé após entrarem em contato com o novo álbum da cantora “Lemonade” que tematizava sobre a identidade das pessoas negras:

“[...] se tem uma coisa que Beyonce me influenciou foi quando ela lançou ‘Lemonade’, que eu assisti [o álbum visual]⁶⁶, eu fiz...eu parei.... Eu tava 45 min [assistindo o álbum]. Eu pausei, eu... vou cortar o cabelo, é isso que eu quero. Vou continuar assistindo, quando passou a música; é vou cortar o cabelo. Ai eu fui no WhatsApp: ‘Enésio, tu vai fazer o que amanhã?’ Ai ele: ‘Nada.’ Eu: ‘corta meu cabelo.’ Ele: ‘É serio?’ [Lucas respondendo]: “É serio!” [...] (Entrevista com Lucas, 23/09/2016)

[...] seria meu sonho aquelas trancinhas na minha cabeça, de ‘Formation’ [videoclipe da Beyoncé] ... Mas eu tô deixando meu cabelo crescer, eu vou deixar ele bem grandão. Eu vou usar ele black um tempo, ai depois eu vou colocar aquelas trancinhas pra eu ficar batendo cabelo igual uma cachorra nas festas! Vai ser tudo!” (Entrevista com Rafael, 24/09/2016).

⁶⁶ Além de lançar um álbum de músicas, a cantora lançou um álbum visual. O álbum visual era uma compilação que sincronizava as sequências das músicas do CD com imagens, assim como num vídeo clipe, entretanto de modo contínuo, tendo assim a duração de um longa e declamação de textos e performances que não eram musicadas e não estavam no álbum fonográfico.

Para além das questões estéticas e visuais, as divas aparentam ser “espelho”, assim como foi sugerido por Diego, para a composição de identidades nos processos socializantes de alguns fãs entrevistados. Pablo mencionou que a cantora se tornava uma opção que ele adequava a suas práticas comportamentais: “[...] *eu sempre fui muito engraçado, eu ia pegando o jeitinho de Britney e ia adequando a algumas coisas. Eu achava algumas coisas engraçadas no modo de falar e ia adequar em mim, entendesse? Ao modo que eu falo também. Ai tem o lado afeminado então...*” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016). Essas influências dos comportamentos da diva de Pablo eram processos de adequação segundo ele, que o seu jeito engraçado, que aparenta ser algo mais sólido e próprio dele, se adequava com comportamentos também engraçados que ele via em sua diva. Enquanto no começo da entrevista Pablo citava que era extrovertido e depois mencionava a sua diva como tímida, já no fim da entrevista, ele expõe proximidades comportamentais no quesito “ser engraçado” adequando o “jeitinho” da Britney como elemento para compor seu comportamento. O depoimento de Pablo, em que ele expõe de modo consciente, as constituições de práticas que sugeririam a composição do “eu”, do jeito de ser Pablo, em diálogo com o “eu” da Britney, pode ser também visto como processo reflexivo, sendo, portanto, um “eu” reflexivo. Essa reflexividade remota ao conceito apresentado por Anthony Giddens que sugere uma autoidentidade como um “eu entendido reflexivamente pelo indivíduo em termos de sua biografia.” (2006 p. 221). Esse conceito do pensador britânico é influenciado diretamente pela discussão de Janette Rainwater (1989) acerca do eu enquanto um projeto reflexivo. Segundo Giddens, a pensadora estadunidense sugere que a trajetória reflexiva do eu é contínua, e a cada momento os indivíduos se auto interrogam e refletem de modo consciente si mesmos e sua biografia. Segundo Giddens:

“A cada momento, ou pelo menos a intervalos regulares, o indivíduo é instado a autointerrogar-se em termos do que está acontecendo. Começando com uma série de perguntas feitas conscientemente, o indivíduo se acostuma a perguntar: ‘como posso usar esse momento para mudar?’” (Giddens, 2002, p. 75).

Desse modo, é possível observar essa constituição do “jeitinho” do Pablo de ser, compondo seu “eu” de modo reflexivo, se autoquestionando conscientemente acerca de como agir, fazer e ser. As escolhas do plano consciente não supunham ser de fato a diva para a maioria dos fãs entrevistados⁶⁷, mas sim ser como ela, estar em seu mundo, ser sexy como ela, ter jeitos

⁶⁷ Com exceção de Rafael que mencionou querer ser a sua diva e achar que isso é algo comum entre os fãs.

engraçados como ela, ou possuir o cabelo que ela tinha. Todas essas características desejadas pelos fãs vinham de figuras femininas da cultura da mídia e, como já dito por Diego, tratavam-se de imagens da “mulher ideal”, ou seja, padrões idealizados pela sociedade contemporânea. A respeito desse consumo dessas “mulheres ideais” por homens gays, e como foco inicial desse trabalho, a questão de consumo aparentemente tão comum e frequente entre gays com as divas pop, nos leva a pensar sobre as possíveis influências sobre essas identidades sexuais. Em duas entrevistas, essas questões apareceram espontaneamente na primeira etapa da técnica narrativa autobiográfica; nas outras entrevistas, essas questões foram indagadas ou estimuladas na segunda etapa das entrevistas. Vamos analisar a partir deste ponto as influências mais explícitas nas questões das identidades do que seria ser “gay” ou “bicha”, usando os termos dos entrevistados, relacionando-os com os comportamentos sexuais aparentemente padronizados entre os dois grupos principais de fãs (Beyhive e B-Army) e por fim inferir possíveis assimilações identitárias sugeridas por eles. Novamente as questões de influência de composição do “eu” sugerida por Anthony Giddens e as contribuições de Émile Durkheim, Daniel Cavicchi e Anja Löbert sobre a dimensão comparativa religiosa com o comportamento dos fãs.

No que se refere às influências aparentemente menos conscientes na questão da sexualidade e a um provável processo de empoderamento e que foram explicitamente expostas durante as entrevistas podemos identificar questões importantes pontuadas por Pablo e Lucas. Para Lucas, após ser estimulado sobre a relação de ser gay e ser fã da Beyoncé, ele afirmou inicialmente que conhecia pessoas heterossexuais que ouviam e gostavam da sua diva, e que o gosto musical não significava de fato pertencer a uma certa identidade sexual. Ao decorrer da resposta, ele aparentemente entrou em contradição explicando que já suspeitou que um garoto que sabia de todas as músicas da Beyoncé fosse gay. Ao perceber a contrariedade Lucas concluiu que:

“[...] eu acho que ela não influência em nada não. Se bem que ela, ela é formadora de opinião mas ela não influencia não. Ela só dá uma luz. Por exemplo se você está com dúvida, ela dá uma luz. Uma possibilidade. Mas acho que a pessoa se assumir e tal, é vai mais do próprio senso crítico do que da influência.” (Entrevista com Lucas, 23/09/2016)

A conclusão de Lucas demonstrava uma dúvida ou uma não definição concisa do que seria uma influência vinda de uma cantora da cultura da mídia. Apesar de ele colocar a ideia de “formadora de opinião” e “influência” como coisas opostas, ele explica que a diva dá “uma luz”, uma possibilidade para enxergar uma possível identidade sexual existente. “Sair do armário⁶⁸” é visto como outra questão, mas ter a autopercepção sobre sua vida sexual aparentemente poderia ser algo possibilitado ou mostrado através do consumo cultural. Vale lembrar que todos os fãs da Beyoncé demonstraram ter problemas para assumir publicamente sua sexualidade ou questões familiares mais sérias (como expulsão de casa) que os fãs da cantora Britney Spears. Para Pablo as reflexões sobre isso não se dão nas questões da aceitação da sexualidade, mas do jeito de ser, a expressividade e feminilidade:

“[...] eu posso dizer sim que ela me empoderou dessa forma, que por eu querer fazer uma coisa como ela.... não é ser como ela... não acho que eu queria ser Britney Spears mas, tipo, é fazer as coisas que ela faz, entreter as pessoas como ela entretém, ser legal como ela é legal, como eu acho ela legal, ela tem me empoderado pra isso [...] Então minha relação enquanto bicha foi se afeminando sim, por conta de Britney Spears porque eu poderia até ser tentar ser ‘machudinho’ mas se eu quisesse dançar Britney Spears eu ia dançar Britney Spears como ela dança tá ligado?” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016)

Assim como já mencionado, para Daniel Harris, a veneração pelas divas da cultura da mídia não se relacionava ao fato de o fã querer ser uma mulher, ou vê a situação de endeusamento de uma mulher como um mecanismo para suprir um desejo em se tornar uma mulher. A questão estava em desfrutar do mundo dessa mulher na posição de poder dentro dessa cultura da mídia, de ser uma fuga da heteronormatividade vigente nos ambientes das relações sociais. Pablo expressa que sentia que queria ser a Britney Spears, pois ele queria “fazer as coisas que ela faz, entreter as pessoas como ela entretém, ser legal como ela é legal, como eu acho ela legal” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016). O desejo de Pablo era estar no lugar da Britney Spears e ser como ela, mas não necessariamente ser uma Britney Spears, ser uma mulher. É justamente nessa vontade de querer ser como a sua diva, diva esta que está atrelada

⁶⁸ A expressão originária dos EUA significa assumir publicamente a identidade sexual. Segundo Eve Sedgwick (2007) “sair do armário” pode ocorrer em vários setores da vida de uma pessoa gay/lésbica. Ao ponto que para sujeitos que tem relação sexual/afetiva com pessoas do mesmo sexo, sair do armário ou estar no armário é uma dinâmica quase que diária, sendo possível se assumir ou não para várias pessoas do ciclo de convívio social ou situações.

a um modelo do que é ser mulher para Diego, é que ele apresentou um empoderamento, “se afeminando”, afinal para imitar e ser como ela, era necessário o “jeitinho” feminino que a cantora expressava. Em outro momento, Pablo deixa ainda mais explícito suas reflexões a respeito da identidade sexual e o consumo cultural:

“[...] e eu acho que se não foi uma força inconsciente de eu ter me empoderado, sabe? Mas eu acho que a influência dela no meu caso de ser bicha, vem muito dessa forma de como eu me expresso, que é justamente isso, o estereótipo vem dessa expressão ‘dizer que a bicha é mais expressiva’ por exemplo. No final, no resumo de tudo, poderia ser qualquer cantora né? Qualquer tipo de arte mas por homem querer fazer arte, ou querer dançar ou se expressar de alguma forma que não seja o convencional masculino, já é taxado de bicha né? Então qualquer tipo de coisa já gera um ponto pra isso.” (Entrevista com Pablo, 23 anos, em 08/06/2016)

O fã se questiona sobre as questões aparentemente inconscientes no seu processo de empoderamento enquanto “bicha”. É interessante lembrar sobre as reflexões de Douglas Kellner sobre a força que a cultura da mídia tem ganhado nas sociedades contemporâneas para sugerir modelos de comportamentos sociais e possíveis identidades. Pablo afirma que o fato de ser “bicha” decorre da expressão que a sua diva o possibilita a partir do momento que ele tenta imitá-la, afinal ele imita uma feminilidade ao imitar a cantora. Esse “despertar” através da imitação pode ser visto como uma aproximação da afirmação de Lucas, fã da Beyoncé, que acredita que a sua diva “dava uma luz” sobre a identidade sexual das pessoas, ou seja, contribuiria para a percepção de sua identidade sexual. Os depoimentos dos dois se cruzam ao verem que essas figuras midiáticas dão possibilidades de uma autopercepção enquanto alguém que possuía uma identidade sexual que foge a norma da heterossexualidade compulsória e, como mencionado por Pablo, “poderia ser qualquer cantora”. O fato seria no estímulo a expressão que as divas possibilitam, sendo a arte um meio para se expressar. Pablo menciona os padrões heteronormativos do que é ser homem, ou seja, ser um homem hegemônico significa não poder se expressar. Para ele, a categorização de “bicha” é uma identidade atribuída pelos demais, afinal ao se expressar artisticamente e na sua condição de homem, ele é, dessa forma, enquadrado enquanto “bicha”.

O rótulo de bicha/gay/homossexual atribuído ao fã de uma diva pop foi mencionado por Diego como algo esperado. Quando sua família descobriu a respeito dos seus desejos sexuais,

segundo ele, não existiu tamanha surpresa: “[...] *acho que eles [os pais] já sabiam no fundo também né? Até porque eu era fã de Britney naquela época também e era uma coisa bem feminina né?* [risada]”. Em outro momento, Diego explicou mais com mais profundidade sobre essa expectativa da família de que ele fosse gay:

“[...] todo mundo espera que os meninos da cidade gostem de futebol ou então sair em grupo pra paquerar menininha e tal e eu nunca fui assim. Preferia ficar vendo show de Britney e Madonna. [risada] Então... acho que todos os pais esperaram isso, assim, e não era o que encontravam em mim. Me viam como diferente, eu não era introspectivo e tal eu só era afinado e tal, gostava de coisas mais femininas, então por isso falei que era mais previsível. Eu gostava de coisas fofinhas, desenho, não tava interessado em descobrir se fulaninho tava afim de mim ou não e nem paquerar.”
(Entrevista com Diego, 09/09/2016).

Diego explicou em seu relato que não supriu as expectativas de gênero atribuídas a ele, em relação aos seus gostos, e que esse seria o motivo pelo qual as pessoas já esperassem que sua identidade fosse de um homem gay. O seu gosto por coisas vistas como socialmente do espectro feminino tornava sua homossexualidade algo esperado, canalizando assim os seus gostos e consumo para uma ideia de vivência da sua sexualidade. Através desse depoimento é possível remontar a duas reflexões feitas por Eve Sedgwick (2007). A primeira diz respeito à explicação apresentada pela autora sobre a constituição de uma identidade do ser homossexual a partir do século XIX, citando Michel Foucault e outros historiadores, em que a atividade sexual com pessoas do mesmo sexo se torna uma função de definições estáveis de identidade, ao ponto que seria possível traçar uma personalidade que marca os sujeitos enquanto homossexual mesmo sem qualquer ato/presença de relação sexual genital (Sedgwick, 2007). A segunda contribuição da autora se refere a uma análise comparativa com a história bíblica de Ester, ao apontar as características do que seria ser homossexual. Sedgwick afirma que muitas vezes intuições ou convicção se cristalizam a respeito da identidade sexual dos sujeitos, por vezes o fato de ser gay/lésbica é algo que já está “pairando no ar” ou é “subentendido”. Ao passo que pessoas que se relacionam com um indivíduo sob “suspeita” já tem a expectativa de que determinado sujeito possui uma identidade não heterossexual. Essa expectativa é atribuída ao fato desses sujeito não corresponderem as normas de gênero, não adequando seus comportamentos as regras atribuídas aos homens e as mulheres. Esse “desvio” sugere que o desejo sexual/afetivo também não corresponda a heterossexualidade, tida sempre como

compulsória. (pág. 39). É importante lembrar que Mavis Bayton (2007) sugere que a música pop é vista como algo em oposição ao estilo rock como uma oposição tal como relação binária de gênero. Ao ponto que o estilo musical pop é visto como algo feminino por conta de suas letras, melodia, e imagens serem vistos enquanto qualidades femininas. O sentimentalismo das letras da música pop, ou a objetificação da mulher como símbolo sexual complacente ao desejo masculino poder ser visto como um exemplo dessa reflexão de Farmer.

Outro aspecto interessante no depoimento de Diego refere-se ao seu interesse afetivo sexual. O fã afirma que não tinha interesse nesse aspecto (de realizar uma atividade sexual) durante a sua adolescência, entretanto, o seu primeiro contato sexual ocorreu ainda na infância. Durante as observações dos perfis analíticos dos fãs entrevistados, as questões mencionadas que envolviam a vivência da sexualidade apresentaram um determinado padrão. Assim como Diego, os outros fãs da Britney Spears entrevistados não tinham tanto interesse ou vivência da sua sexualidade com outros homens de maneira aparentemente tranquila até o fim da adolescência. Os três fãs entrevistados relataram que suas experiências sexuais se iniciaram ainda na infância, e que o desejo por outros homens já era algo sabido por eles desde muito cedo. Dois fãs afirmaram que até o fim da adolescência tinham nojo⁶⁹ e repulsa de beijar outros homens, ainda que um deles fizesse com certa frequência sexo com homens durante esse período e tivesse relacionamento sexual que envolvia a troca de beijos com mulheres. Os dois fãs que tinham nojo de beijar outros homens relataram que apenas conseguiram “perder o nojo” no período dos 17-19 anos e a partir deste momento iniciaram uma vida afetivo-sexual enquanto gays assumidos.

Para Jonas, a vivência da sexualidade foi algo bastante presente; ele afirmou ter iniciado sua vida sexual aos 13 anos e desde então mantinha relações sexuais com vizinhos e colegas de escola. As relações, segundo ele, não tinham beijo porque ele achava algo nojento de se fazer com homens; entretanto o sexo parecia ser algo não problemático a ser vivido por ele. Durante toda sua adolescência, Jonas manteve relacionamentos sexuais escondidos com homens, e

⁶⁹ Uso a palavra nojo como reprodução do discurso dos entrevistados: “*Foi esse tempo todinho parado [sem sexo], mesmo eu sendo assumido aos 16 anos mas eu tinha **nojo de beijo**, eu era todo problemático, hahah. É, eu não beijava, eu tinha nojo de beijo, coisas de micróbios e tal. Aparelho dentário... só fui perder depois, bem infantil né?*” (Diego, 27 anos).

“*[...] na verdade é meio estranho porque até os 17 eu transava e não beijava porque eu sentia **repulsa, tinha nojo de homens**, eu gostava de sexo mas não gostava do beijo, não tinha essa coisa do sentimento de tipo, de beijar e saber o que era carinho.*” (Jonas, 30 anos)

relacionamentos expostos com mulheres. Segundo o fã, ele tinha repulsa em ser visto como os gays que viviam no seu bairro e eram xingados na rua. Jonas contou, durante a entrevista, que o período em que ele “saiu do armário” foi o mesmo período em que a sua diva viveu a fase mais sexualizada da carreira:

“É... foi em 2003, quando eu comecei a sair pro mundo gay, que eu dei meu primeiro beijo, foi quando, foi em 2003 quando Britney tava justamente naquela época de sexualidade láaa,, tu sabe? A top. É quando ela gravou aquela... fez aquela participação com Madonna no VMA⁷⁰, ela, Madonna e Christina Aguilera, onde ela esbrachou tudo! Tipo ai... sabe tipo... quando ela liberou toda a sexualidade dela, então foi num momento bem... foi no mesmo momento que eu consegui me aceitar. Inclusive eu lembro que tinha uma dupla que chama, T.A.T.U. que eu acho que elas são russas... são russas. E... era da mesma época... a música ‘bombou’ bastante, eu lembro quando eu dei meu primeiro beijo mesmo tava tocando a música delas [...]” (Entrevista com Jonas, 09/09/2016).

Jonas localiza sua primeira experiência de beijo, algo simbólico para ele, afinal, ele tinha nojo de beijar outro homem, com o momento do ápice da sexualidade da sua diva, relacionando inclusive com o momento em que sua diva beijou outra mulher ao vivo durante uma apresentação musical. O fã também menciona a dupla russa de música pop como algo presente nesse período. A dupla T.A.T.U ganhou repercussão por exibir um beijo lésbico em um dos seus vídeos clipes, e relatar o sofrimento de duas garotas que se amavam. Vale lembrar que o contexto político russo recente tem sido repressor em relação as “manifestações” que fugissem as normas da heterossexualidade. Ao ser indagado por uma possível influência da sua diva na sua sexualidade, Jonas respondeu que:

“Então, meio que se tem uma influência sim, acho que ela consegue.. [gaguejando e pensativo] ela consegue éee...principalmente nessa época ela, ela se expressava... e olha que ela não é bissexual ela, ela disse que ela nunca foi bissexual...” (Entrevista com Jonas, 09/09/2016).

⁷⁰ Jonas se refere à polêmica apresentação do VMA 2003 (premiação da MTV estadunidense) em que Madonna beija na boca de Britney Spears e da cantora pop Christina Aguilera durante a interpretação das três cantoras da música “Like a Virgin”. As três cantoras estavam vestidas de noivas e ganharam manchetes ao redor do mundo com a performance da música que é tida como clássico da carreira da Madonna.

Apesar de Jonas confirmar essa influência, ele não desenvolve com mais profundidade o tema. O fato de que o marco do seu primeiro beijo ocorreu no momento em que sua diva expressava uma sexualidade mais manifesta, segundo ele, sugere que a figura que ele venerava tinha sido “uma luz” ou “um caminho” para que ele vivesse sua sexualidade com mais tranquilidade. Outro aspecto importante é que, durante as entrevistas, Jonas sempre demonstrava uma segurança em torno da sua sexualidade, do seu desejo sexual por homens, e comentava com certo ar saudosista sobre experiências sexuais na juventude. Depois de um tempo de entrevista, ele mencionou que em determinado momento da sua vida trabalhou como profissional do sexo, apesar de não demonstrar um julgamento moral a respeito da experiência, ele demonstrou ter vergonha de falar o fato de ter trabalhado com essa profissão.

Semelhante a isso, Diego, também fã da Britney Spears, afirma que a sua diva era uma referência feminina da mídia, na qual ele se espelhava no momento em que estava descobrindo sua sexualidade: *“eu acho que é como eu queria ser naquela época. [risada] Eu tava descobrindo minha sexualidade e tal, se eu pudesse escolher, eu seria igual a Britney, sexual naquela época. Se eu pudesse escolher ser mulher.... [pausa e silêncio]”*. A afirmação da Diego é intrigante; ele deseja ser sexualmente como a sua diva, algo similar a reflexão de Daniel Harris ao citar a vivência do mundo da diva como algo desejado pelos fãs, inclusive no âmbito da sexualidade. Porém, diferente do que Harris sugeriu, existiu para Diego uma questão de gênero, um desejo passado de ser uma mulher para, assim, exercer a “Britney sexual”.

Para outro fã da Britney, Pablo, ao performar atitudes da cantora, ele transgredia as normas de gênero. Ele afirmou que ser fã da Britney Spears e fazer coisas “de menina” o fazia ser taxado enquanto “bicha”. Ao falar sobre essa imitação performática, ele explicou que também realizava um apelo sexual, algo presente na imagem transmitida por sua diva. Sobre a imitação, ele afirmou que:

“[...] ainda de uma forma muito do apelo sexual que é uma coisa que as pessoas julgam, a bicha com muita sexualidade é muito promíscua e tudo mais... que eu acho que as pessoas associam isso a mim, apesar de eu não me achar nem um pouco promíscua, infelizmente [muita ênfase] gostaria muito de ser [risada]” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016).

Os depoimentos dos fãs da Britney (Pablo, Jonas e Diego) acerca das suas sexualidades, muitas vezes comparando e sinalizando a identificação com a sua diva com a “descoberta” de sua homossexualidade (ao ponto de Diego afirmar que queria ser uma mulher como a Britney Spears pela desenvoltura da sensualidade exposta) é algo que pode ser analisado com uma observação breve feita por Eve Segdwick (2007). Ao fazer um apanhado reflexivo sobre relações de gênero e de identidade sexual, e apresentar argumentos que aproximaram politicamente grupos de lésbicas com mulheres heterossexuais, homens gays com lésbicas, e homens gays com mulheres heterossexuais, a autora afirma que:

“Sob o tropo da inversão ou liminaridade, em contraste, homens gays procuraram identificar-se com mulheres heteros (com base em que elas são também “femininas” e também desejam homens); ou com lésbicas (com base em que elas ocupam posição semelhante em termos de liminaridade)” [grifo da autora] (Segdwick, 2007, p. 51).

A reflexão de Eve Segdwick (2007) sobre a aproximação identitária dos homens gays com mulheres heterossexuais como reflexo do desejo sexual direcionado ao gênero masculino e a performance de uma feminilidade são dois fatos que podem ser notados nos depoimentos dos integrantes da B-Army. Apesar de essa reflexão apresentada pela autora ser demarcada em períodos históricos, portanto não apontado como uma regra e tendo se alterado de acordo com situações e acontecimentos históricos, é interessante perceber essa associação de homens gays com as mulheres heterossexuais como um fato comportamental das relações entre as identidades sexuais. Para Jonas, o momento mais sexual da carreira da sua diva foi também o momento em que ele “saiu do armário”, apesar de manter relações sexuais desde os 13 anos. Para Diego, a sensualidade da sua diva foi algo tão desejado, e almejado, que durante a adolescência existia um desejo de ser sexy e ser uma mulher como a Britney, de certo modo, a feminilidade da cantora e sua performance de sedução aos homens aproximava Diego de sua diva. Já a feminilidade da Britney, foi algo que contribuiu para um processo de empoderamento enquanto gay para Pablo.

Deste modo, os autores Giddens (2002), Rosenthal (2004), Fritzsche e Rainwater (1989) sugerem a necessidade de promover a leitura dos passados biográficos dos sujeitos de forma a compreender o processo de constituição das identidades no mundo

moderno/contemporâneo. Acredito que durante toda pesquisa o uso do método narrativo autobiográfico e construção de modelos analíticos de todos os entrevistados, sincronizando com os períodos das carreiras das divas que cada fã venerava respectivamente, permitiu uma percepção de sinais que indicariam a construção dessas identidades. Como consequência disso, sugiro como conclusão desse capítulo alguns trechos relatados que sugerem uma interiorização de práticas advindas desse consumo cultural estabelecido entre membros dos *fandoms* e as divas, assim como as práticas refletem a constituições de um “eu” reflexivo na vida cotidiano desses indivíduos. Uma citação de Giddens (2002) a respeito da trajetória do “eu” sugere a importância do passado para a constituição da autoidentidade, em que o presente e o futuro projetado se relacionam:

“O ‘eu’ tem uma trajetória de desenvolvimento a partir do passado em direção ao futuro antecipado. O indivíduo apropria seu passado peneirando-o à luz do que antecipa como um futuro (organizado). A trajetória do eu tem uma coerência que deriva de uma consciência cognitiva das várias fases da vida. [...] fica claro que a auto-identidade, como fenômeno coerente, supõe uma narrativa – a narrativa do eu é explicitada.” (Giddens, 2002, p. 75).

A percepção e leitura do passado foram mencionadas nitidamente por Rafael (23 anos) durante alguns momentos da entrevista. O fã da Beyoncé demonstrava segurança nas leituras sobre suas experiências passadas, sempre demonstrando um ar de superação de preconceitos, discriminações e momentos traumáticos em um relacionamento amoroso em sua história de vida pessoal. Ele descrevia a sua vida no presente como fruto dessa superação em sua história de vida, tanto pela “explosão” da sua sexualidade não heteronormativa quanto em relação à superação de um relacionamento afetivo do passado⁷¹:

“O que ele [ex-namorado] fez comigo naquela época me fez crescer muito enquanto pessoa. Enquanto ser que precisa ter amor próprio sabe? Naquela época eu não conseguia enxergar isso... quando você tá, tá passando por algumas ‘bads’⁷² você não consegue enxergar os benefícios que você consegue tirar delas tá ligado? Mas

⁷¹ Rafael afirmava que por muito tempo se via enquanto um homem gay, e depois como um homem bissexual. Durante a entrevista ele contou que estava se informando e tinha dúvida se seria um homem pansexual naquele momento da sua vida.

⁷² “Bad” significa estar mal, ou estar depressivo na gíria da Região Metropolitana do Recife.

passou... e hoje eu tô bem top⁷³ mesmo! Bem maravilhosa! Sambando na cara dele tipo?!! [expressão facial de desdém] (Entrevista com Rafael, dia 24/09/2016)

O olhar de Rafael sobre o passado e o fortalecimento através da aquisição de experiência e maturidade afetiva, sobretudo quando afirma a ideia de amor próprio, resultam de uma vivência do momento presente de modo mais seguro e fortalecido sentimentalmente. Durante a análise da história relatada de Rafael, percebi que o seu depoimento sobre a superação e a conquista do amor próprio se assimilava com outra afirmação ao decorrer da entrevista, o momento em que ele se tornou fã da Beyoncé. Além dos aspectos subentendidos da aproximação da história religiosa pessoal e a ligação da sua diva com o protestantismo, o entrevistado contou que a música “*Irreplaceable*” o cativou ao ponto de o tornar um fã. Segundo Rafael, a letra da música demonstrava uma força e afirmação de amor próprio com o fim de um relacionamento com um homem, não à toa, a mesma situação marcante em sua vida que sinalizava um amadurecimento emocional:

“Quando eu ouvi Irreplaceable, eu achei aquela letra muito forte. Ela não tava nem aí pro cara sabe? Aquilo me representou muito, mesmo que eu não me comportasse naquela época, naquela época era como eu queria me comportar, tipo... ela fala na música que ele não sabe nada sobre [ela] e ela pode conseguir um igual a ele em um minuto tipo, isso é muito amor próprio! Isso é muito colocar você em primeiro lugar antes de qualquer outra pessoa e inclusive eu nunca parei pra pensar em Irreplaceable e no motivo pelo qual essa música me ganhou essa é a primeira vez, culpa tua... caralho eu fiquei encantado assim, eu disse porra ela é foda mesmo. Aí pronto eu fiquei encantado! [pela Beyoncé]” (Entrevista com Rafael, 24/09/2016).

Rafael tinha desejo de ser como a Beyoncé da música, uma mulher que tinha amor próprio e se colocava em primeiro lugar, desconsiderando a necessidade afetiva da figura masculina. A recordação de Rafael o remonta a esse sentimento de aspirar um amor próprio, algo que em outro momento da entrevista ele afirma ter aprendido. Apesar dos depoimentos não terem seguido uma linha sucessiva e lógica, ou seja, ele não relata a música e o estado presente como um discurso contínuo e explicitamente interligados, é possível ver que o relato pessoal de Rafael e o discurso dado pela cantora através da música *Irreplaceable* estão relacionados, ao ponto de compor a autoidentidade atual do fã. É importante lembrar que o

⁷³ “Top” gíria nacional derivada do inglês que significa algo superior, acima, de qualidade.

processo de construção de identidade não é algo fechado e rígido, e sim continuamente construído, a partir de uma percepção autoreflexiva dos sujeitos. A leitura sobre o passado está diretamente ligada à maneira como os sujeitos se compreendem no momento presente. Também é notório que o entrevistado percebe esse movimento reflexivo de leitura do passado durante a entrevista, ao ponto de afirmar que nunca havia pensado nessa questão. A percepção mais consciente e explícita sobre o desejo de ser a personagem fictícia da música, que ele considera ser a Beyoncé, surge nesse revisitar do passado. Lucas, outro fã da cantora, demonstrou assimilar a sua maneira agir perante às situações da vida, a sua cantora está sempre rindo, sempre demonstrando felicidade e isso é algo que ele também possui. Ao relatar sobre uma possível influência que a cantora teria em sua vida, ele contou:

“Todo mundo fala: ‘não ria da desgraça dos outros!’ Mas eu mesmo quando caio na rua eu começo a rir, eu fico parado rindo, eu nem levanto eu fico parado rindo. Depois, eu levanto, e saio andando mas saio andando rindo. Eu acho que é isso, mas pela dança e pelo jeito de ser. Mesmo Beyonce passando por tanto problema ela tá lá vivendo, tomando conta da filha dela... gastando o dinheiro dela. Eu não tenho o dinheiro dela pra gastar, eu gasto meu dinheiro, fico sem mas eu gasto.”

Entrevistador: O jeito de ser é gastar o dinheiro e viver com os problemas é isso?

“É tipo isso, ela sabe...deixa eu ver.... ela sabe... é... mesmo ela tendo problemas ela consegue passar como se ela não tivesse problema pro povo, é mais ou menos assim que eu vivo, quando tem gente que fala: “tu não tá triste nunca?” Nunca, nunca vai me ver querida, nunca! Mas por dentro eu tô lá, [triste] tô sim querida, mas não vai saber não! Mas nunca vai me ver, ninguém nunca vai me ver triste, geralmente eu tô calado, tô chato, aí o povo vai falar comigo eu falo: ‘saí daqui, quero conversar não’ [...] ninguém nunca vai saber quando eu tô triste, eu tô sempre feliz, tô sempre fazendo os outros rirem e é isso...” (Entrevista com Lucas, 23/09/2016).

Apesar de tímido e retraído, Lucas estava sempre rindo, e sempre relacionava a sua paixão pela dança como um ponto de conexão para adquirir gosto pela cantora. Nesse relato, ele expõe seu modo de lidar com a vida, seu modo de ser perante os problemas que surgem. De certo modo, ao perceber a sua diva como alguém sempre feliz e que não expõe ou demonstra os seus problemas pessoais (como já mencionado no capítulo anterior, a cantora tende a não expor sua vida privada na mídia), o entrevistado reage de modo similar. Lucas sugere que a característica comportamental de estar sempre rindo mesmo na dificuldade e não expor sofrimento ou sentimento de tristeza se tratam de influências da diva no seu modo de agir. É

possível perceber esse relato como uma demonstração do impacto da cultura da mídia, nesse caso em relação à diva, através do consumo cultural.

O consumo e a assimilação de Lucas da imagem da cantora, são realizados de acordo com o modo que ele lê e percebe a sua diva. Isso demonstra o caráter complexo do processo de consumo cultural, em sintonia com o que os estudos culturais têm sugerido que a relação da cultura da mídia não pode ser percebida como um circuito informativo fechado e unicamente gerador de lucro da indústria cultural. Para além das questões econômicas, que nitidamente são pertinentes dentro do sistema capitalista, e da geração de lucros da indústria, o produto “Beyoncé” possui um significado específico para Lucas. Uma especificidade que não está necessariamente nas letras das suas músicas, ou sua desenvoltura na dança, mas na peculiaridade do comportamento da cantora na cultura da mídia. Uma leitura da recepção da figura midiática da diva sugere ter amplos significados e sentidos para os fãs, e justamente nesses sentidos atribuídos que Pablo (23 anos) fã da Britney Spears utilizou ou permitiu se expressar enquanto uma bicha. Em outro momento da entrevista, o membro da B-Army expõe a utilização de meios de defesa, ao expressar sua feminilidade. Vale lembrar que segundo o fã, a cantora o estimulava a expressar essa feminilidade, quebrando as expectativas normativas de gênero, como já mencionado anteriormente. Ao expressar essa feminilidade, Pablo afirmou que criou mecanismos de proteção e enfrentamento ao se deparar com a discriminação na sua história de vida:

“Britney me estimulava a ser quem eu era, eu tive que aprender a me defender, só que eu sou pessoa que gosta de ser um pouco mais dramático, [...] ela me queria fazer expressar isso, só que quando eu expressava isso eu era atacado, e eu tinha que saber me defender disso.”

“Acho que toda minha vivência Britney Spears ajudou muito a como reagir com outras pessoas sabe? Porque ter visto ela ter feito isso [não responder aos tabloides], não responder, apesar de eu ser desse jeito também, porque eu acho que não adquiri muito, mas eu acho que que aprendi muito no caso de ataque, eu sabia responder na hora, mas se eu soubesse que tivesse falando... eu não iria me importar sabe? [...] Só se for uma coisa muito extrema realmente que eu vou dizer: olha gente não é bem assim... mas se for fofoquinha não sei o que....” (Entrevista com Pablo, 08/06/2016)

O depoimento de Pablo tem como ponto de partida as sanções sociais que ele sofria ao expressar uma veneração por sua diva. O problema decorria da quebra das expectativas de gênero atribuídas a ele por ser lido socialmente enquanto um homem. Nesse contexto, ele utiliza a sua diva como meio de criar um mecanismo de fortalecimento e de como lidar com o ambiente

hostil à sua identidade de “bicha”. Esse uso da diva como mecanismo de proteção é semelhante à afirmação de Daniel Harris ao situar a devoção pela figura da diva como mecanismo de fortalecimento identitário e político no período pós-Stonewall. Para o autor estadunidense, o uso da figura da diva tem dois aspectos temporais, em que a linha divisória seria a revolta de Stonewall. Se antes do movimento de revolta LGBT nos EUA, a diva seria utilizada como escape da realidade e de ambiente hostis aos homens que não seguiam as expectativas comportamentais de gênero atribuídas a eles, depois desse fato político, as divas surgem como um mecanismo de fortalecimento identitário das pautas políticas defendidas pelos gays. Para Pablo, a sua diva contribui para o seu fortalecimento nos espaços hostis, e ele se espelha no comportamento da cantora dentro do espaço da cultura da mídia para agir no seu cotidiano. O fã também deixa nítido que esse “jeitinho” de agir diante de situações consideradas mais sérias não se resume apenas às sanções da sociedade heteronormativa. Ele expande o uso desse comportamento para lidar com outras situações da sua vida, inclusive como maneira de se portar em conflitos dentro da cena gay recifense.⁷⁴ A situação de ambiente hostil às pessoas que não seguem as normas da heterossexualidade compulsória ou aos padrões de gêneros de acordo com as expectativas de leitura social são temas recorrentes dos entrevistados. Um trecho da entrevista de Rafael (23 anos) membro da Beyhive, na qual ele recorda sobre as dificuldades vividas no passado exemplifica isso:

“Sofri muito, bullying pra caralho; em casa, na igreja, na escola, e isso fez com que eu criasse muita nóia⁷⁵ na minha cabeça, e criasse muita insegurança, coisa que eu não tenho hoje e que tipo eu já tava caminhando para superar quando eu me assumi. Eu me aceitei completamente como gay [...] eu não tenho nenhuma insegurança em relação ao meu corpo não tenho nenhuma vontade de malhar, inclusive odeio academia.” (Entrevista com Rafael, 08/06/2016)

Novamente Rafael expõe um relato com carga de sentido que afirma uma superação de momentos difíceis vivenciados. Ele cita espaços de convivência que ele sofreu rejeição social e afirma que a construção da sua personalidade forte se deu concomitante com a sua “saída do armário”. Entretanto, o ato político de se assumir enquanto gay ocorre não apenas a essa

⁷⁴ Não reproduzo o relato em que ele expõe isso explicitamente em sua fala para não comprometer o anonimato da minha fonte.

⁷⁵ Gíria recifense que remonta a neurose, incomodo psicológico

superação da insegurança, inclusive em relação ao seu corpo magro, mas também foi concomitante ao momento em que ele se tornou fã da Beyoncé. A transformação em fã, semelhante a uma conversão como bem pontuado por Cavicchi (1991) e similar a um rito de passagem, sugere um fortalecimento identitário, ao passo que contribuir para a afirmação identitária enquanto um homem gay para Rafael. Esse momento de transição de “se tornar assumido”, acompanhado do rito de passagem no “se tornar fã” também ocorreu com André, membro da Beyhive. Os dois fãs da cantora, André e Rafael, coincidiram três momentos cruciais nas suas respectivas histórias de vida: a saída da igreja protestante para o “mundo”, o se tornar fã da Beyoncé e o ato se assumir enquanto gay.

Por fim, é possível perceber que os homens gays fãs das três divas pop citadas durante essa pesquisa não expõem um consumo cultural em que assimilam de modo totalizante os discursos projetados por essas figuras femininas da cultura da mídia. Existe um processo de negociação entre os consumidores em que determinados comportamentos da vida privada e da vida profissional das cantoras tendem a inspirar os consumidores em práticas cotidianas, maneiras de se portar no mundo, de agir, falar, e afirmar uma feminilidade. No que se refere à questão da feminilidade expressas por essas figuras da mídia, o desejo de copiar, de viver o mundo da diva e alimentar o processo de devaneio, tal como sugerido por Campbell, direcionam dois aspectos importantes das identidades gays desses consumidores. O primeiro se refere à performance de uma feminilidade por esses homens, algo rechaçado socialmente devido às normas de comportamento de gênero, o desvio desse comportamento de gênero sugere uma quebra da heterossexualidade compulsória desses fãs. Sendo assim, o consumo das divas por esses fãs tendem a permitir uma performance “afeminada” e contribuindo para uma leitura de que esses consumidores possuem desejo e afeto sexual por pessoas do mesmo sexo. A identificação e o desejo de ser sensual como as divas, sugere uma aproximação entre homens gays e mulheres heterossexuais citada por Eve Sedgwick, tendo em vista que o desejo sexual desses dois grupos são direcionados aos homens.

O segundo aspecto notado é o uso dessas figuras da mídia como meio de empoderamento e fortalecimento de uma identidade sexual que não corresponde a heterossexualidade compulsória. Assim como sugerido por Daniel Harris, se antes as figuras femininas na mídia permitam os homens gays em sonharem uma realidade diferente da situação de opressão em que se vivia, posteriormente à Stonewall, essas figuras servem uma afirmação

de poder identitário para homens que não se adequaram as comportamentos de gênero socialmente atribuídos. A dimensão do sonho, ou melhor dizendo, do devaneio durante todos os relatos é um ponto fundamental para compreensão dos desejos e significados dos fãs atribuídos as suas respectivas divas e produtos culturais produzidos por elas. Há que se dizer que as formações identitárias e os processos de consumos não são, portanto, comportamentos em que os sujeitos se portem enquanto passivos diante das estruturas.

“O eu não é uma entidade passiva, determinada por influências externas; ao forjar suas auto-identidades, independente de quão locais sejam os contextos específicos da ação, os indivíduos contribuem para (e promovem diretamente) as influências sociais que são globais em suas consequências e implicações.” (GIDDENS, 2002, pag. 9)

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio das análises desenvolvidas nessa dissertação, apresento algumas contribuições pertinentes aos estudos acadêmicos sobre o consumo cultural e as construções de identidades através do impacto da cultura da mídia. É possível perceber que os processos de consumo cultural relatados pelo fãs entrevistados apontavam inicialmente duas questões: (1) o contato com as divas possibilitado pelos meios de comunicações e pelas novas mídias, inicialmente por meio da empresa transnacional MTV até meados da primeira década do século XXI e, nos últimos 15 anos, com a massificação do acesso à internet; (2) A identificação inicial entre as imagens e discursos apresentadas por essas divas e certas características valorizadas pelos consumidores, como a admiração pela beleza da “mulher hegemônica”, o ritmo musical dos afro-americanos, a raça negra, a capacidade de executar coreografia, a qual denominei de pontos de conexão ou pontos em comum, entre a diva e os fãs.

Percebi que essas relações de consumo tendiam a serem construídas de modo gradativo; ou seja, após a possibilidade apresentada pelo sistema vigente da cultura da mídia e a identificação primária através dos pontos de conexão, os consumidores adentravam em práticas de consumo mais complexas, em que o “sonhar acordado” e a prática de rituais se tornavam um hábito cotidiano dos fãs. O “despertar” ou o “acordar” para se tornar um fã, foi relatado após um aparente impacto dos consumidores com as respectivas divas. Esse impacto foi relatado nas entrevistas como “um encanto”, como um momento de perplexidade e extrema admiração. Notei que os sentimentos descritos pelos fãs se assimilavam as reflexões de Colin Campbell acerca do devaneio, um momento em que através do consumo os indivíduos sonhariam acordado, imaginariam estar em uma outra realidade. Assim como identificado por Campbell, o produto cultural tende a estimular e manter o aspecto do devaneio, portanto, o contato com esses produtos estimulariam cada vez mais e criariam novos sonhos e expectativas para estar em uma outra realidade, uma situação que fosse diferente da vivida pelos consumidores. Vejo que essa reflexão de Campbell poderia ser articulada com Daniel Harris que situava a veneração dos homens gays às divas da mídia, como uma estratégia de escape, uma fuga da realidade opressora e heteronormativa. Percebo que os fãs tendiam a sonhar e almejar um mundo de poder, de sensualidade e a capacidade de seduzir os homens através da feminilidade tal como as divas que eles tiveram contato. Consumir as divas não causavam frustrações aos fãs, como

seria comum diante do conceito proposto como devaneio por Campbell. Como se trata de um produto cultural, esse consumo estimularia a criação de novos sonhos, desejos e estímulos de consumo. O encanto desses fãs através dessas divas os estimulava a adentrar em ciclo de consumo cultural que fosse majoritariamente conectado à essa diva. CD's, DVD's, revistas, filmes, camisas, sacolas, fotos, audição de músicas e assistir a vídeos se tornava um hábito ao ponto que esse consumo se assemelhava com situações religiosas.

Se tornar um fã era um processo frenético de consumo, de aquisição de conhecimento sobre o trabalho da cantora, e também sobre sua vida pessoal. Para ser visto como um “fã de verdade” ou alguém legítimo que pertencesse à uma *fandom* era preciso vivenciar uma transformação semelhante a uma conversão religiosa, tal como relatado por David Cavicchi (1992) em seu estudo sobre fãs do Bruce Springsteen. Tendo em vista que a passagem de um consumidor comum da audiência para um “fã de verdade” era similar à uma conversão religiosa, é coerente perceber essa transformação como um rito de passagem no âmbito do consumo cultural, nesse caso em específico da música pop.

Esse rito de passagem se trata do primeiro momento de ritualístico apresentado pelos fãs que se assemelhavam com as lógicas religiosas mais elementares. Como já mencionado, o consumo de alguns objetos relacionados as cantoras se tornam frequentes para os fãs, ao ponto que esses objetos ganham importância e significados especiais, sendo tratado como algo sacralizado e a ser consumido apenas em situações e em momentos especiais. Recortes de revistas, cadernos especiais da diva, copos, sacolas de compras, CD's, fotos e etc. são acessados com cuidado e apenas para uma vivência de momentos que percebo como rituais individuais, tal como sugerido pela pesquisadora alemã Anja Löbert. A audição de uma música especial para o fã por exemplo, foi visto como um momento de impacto significativo nas emoções dos fãs, a melodia, a letra, a história da música e sua conexão com as histórias de vida, carregava um grande simbolismo para esse ritual individual. Outro aspecto relevante percebido pela pesquisa, no que a tange aos rituais, é o momento do ritual coletivo, tanto os que são vivenciados entre os fãs, sem a presença da diva real (ainda que em algumas situações a existência de cover/imitações das divas tenham sido presenciadas durante o campo), quanto o ritual coletivo com a presença da diva, ou seja, os shows das cantoras. Para os fãs, o encontro com a diva e com outros fãs numa apresentação musical era o momento de ápice da sua devoção pelas cantoras. Durante o ritual coletivo, as lógicas de divisão entre comportamentos e situações

permitidas e proibidas, eram semelhantes as lógicas de sagrado x profano. Um exemplo pertinente dessa divisão entre sagrado e profano foi relatado por um fã que entrou em conflito com uma fã do mesmo *fandom* por ter levado consigo um cônjuge que não pertencia ao *fandom*. Nesse caso em específico, a fã profanou o espaço do show da Britney Spears por ter misturado algo importante do seu cotidiano (seu cônjuge) para o ritual coletivo mais importante para o seu *fandom*, que era o show com a sua diva. Segundo Anja Löbert e Émile Durkheim, dois seres sagrados de espaços diferentes entravam em conflito (o cônjuge e a diva).

Para além da terminologia que indica uma divindade, as divas não eram vistas como divas apenas por demonstrarem poder e serem tão “maravilhosas” ao ponto de serem vistas como mulheres surreais. As divas para os *fandoms* causaram momentos de ápice e êxtase quando entrava em contato visual com seus fãs, quando performava durante o ritual coletivo que era o show. Situações que percebia como semelhantes às experiências religiosas de êxtase e excessos de sentimentos em rituais religiosos. Foi percebido também que as divas não são notadas apenas como recursos para sonhar, manter devaneios ou fugir de uma realidade opressora e preconceituosa que muitos dos fãs viveram, essas figuras de poder culminaram em serem adoradas explicitamente como entidades, divindades religiosas e serem um papel importante substituição do Deus protestante para o *fandom* da Beyoncé, a Beyhive. Presenciei uma das maiores experiências acadêmicas nessa pesquisa ao assistir um fã da Shakira imitando a sua diva durante uma festa numa boate LGBT na cidade do Recife, a apresentação possuía tanta energia e aparente êxtase que o próprio fã relatou durante a entrevista que naquele momento em que dançava a sua diva, ele estava em um transe semelhante a incorporação de uma entidade, ele teria incorporado a Shakira. O relato do fã fazia sentido ao que presenciei ao vê-lo rir, dançar e olhar exatamente como a cantora pop que ele venerava e consumia. Outro fato notado foram as semelhanças de consumo dos fãs com as práticas religiosas do catolicismo brasileiro, em que os fãs consumiam as cantoras e elencavam qual seria a sua “diva número um” ou sua “diva de verdade” tal como o rótulo de ser devoto de uma santa. Percebo que o consumo hierarquizado e semelhante à adoração dos santos católicos e o relato de incorporação de um fã durante uma performance, sejam duas questões nessas pesquisas que expõe um elo entre as práticas religiosas culturais e regionais brasileiras conectadas ao consumo dessas divas internacionais.

Se em um aspecto as divas podem ser notadas como seres veneráveis como as santidades católicas, por outro aspecto, notei uma pretensa substituição de uma diva em específico, a Beyoncé como uma figura moral e de poder para todos os membros do *fandom* Beyhive. Os três fãs entrevistados tinham crescido em famílias protestantes, frequentado igrejas e consumiram uma cantora com histórico gospel em momentos das suas respectivas divas em que se assumiram suas identidades sexuais. Notei que o consumo e consequente adoração da diva foi substituído pelo culto do Deus protestante apresentado pelas igrejas. Um dos fãs chegou a mencionar o quanto a sua diva tinha um comportamento moral dentro da cultura da mídia que não fugisse das suas concepções religiosas, afinal Beyoncé também veio de um lar protestante como ele.

O significado do consumo cultural que os fãs atribuem às divas resulta numa assimilação consciente de práticas de comportamentos e na construção de suas respectivas identidades. Os fãs demonstraram que tendem a aproximar características em comum com suas divas, e não mencionar ou não perceber diferenças comportamentais. Rir, falar, agir como a diva foi mencionado como uma opção de comportamento; alguns fãs relatavam que a sua diva caminhava com eles mesmo, que seria possível agir como a sua diva em algum momento que fosse oportuno ou interessante durante suas atividades diárias. Percebi que o “se comportar como a diva” era uma maneira não apenas de “se divertir” mas também como um recurso de afirmar uma devoção, vivenciar um devaneio, ser a diva por algum tempo, simulando estar em seu mundo e garantindo assim um conforto para algum desconforto que o fã vivia. A conexão entre a vida privada da diva com os sentimentos dos fãs também foi relatada, o estado emocional da diva e dos fãs se conectavam, ao ponto que a percepção desse estado pelos fãs causava euforias e choros, e também momentos de profunda tristeza. Esses impactos da diva nos fãs podem ser percebido sob a reflexão de Anthony Giddens ao expor a capacidade que a cultura da mídia tem em impactar a vida dos indivíduos, ainda que geograficamente distantes, fato possível graças aos avanços tecnológicos dos meios de comunicação.

Esse impacto das divas nos fãs também foi reparado no âmbito na identificação enquanto homem gay, para alguns fãs, as divas permitiam deixar a sua identidade sexual explícita para as pessoas com quem conviviam. O consumo cultural dessas cantoras muitas vezes se tornava recurso para exercer uma feminilidade reprimida pelas normas sociais de gênero; imitar a diva era um recurso para performar uma feminilidade proibida para os homens,

para agir como se tinha vontade. Essa performance, através do consumo cultural, acabava por quebrar normas de gênero e quebrando expectativas de uma heterossexualidade compulsória para os fãs. Ao passo que consumir a diva e sonhar agir de modo sensual como ela sugeriria um desejo sexual pelo mesmo sexo/gênero. Notei, portanto, que o fato de muitas pessoas que cercam a vida dos fãs das divas atribuírem uma identidade homossexual ocorre pela quebra de um provável consumo cultural adequado as normas de gênero.

Refletindo sobre as ideias apresentadas por Daniel Harris que divide a veneração da diva entre um momento “antes Stonewall” (a diva é usada como fuga da realidade heteronormativa) e um momento “depois Stonewall” (a diva é usada como empoderamento identitário da comunidade gay), acho viável notar esse mesmo sentido atribuído à diva pelos fãs. Notei que nos momentos em que se relatava sobre o presente, as divas e algumas de suas mensagens que sugeririam um empoderamento e apontavam questões políticas identitárias eram usadas para fortalecer um enfrentamento e resistência em contextos de opressões heteronormativas. A cantora se tornava um recurso para fugir da realidade em alguns momentos, sobretudo em situações em que se “estava no armário” e em outras, situações em que a identidade sexual era sabida, a diva se tornava um recurso para fortalecer uma expressão homossexual, principalmente através de performance da feminilidade que tende a ser rechaçada pelas normas de gênero.

É certo que durante esse trabalho muitas das contribuições e reflexões que foram apresentadas não eram tidas como esperadas durante as etapas que seguiam ao projeto. O trabalho de análise foi longo e contínuo, uma vez que as transcrições, as categorizações e as análises foram repetidas e realizadas com cuidado para tentar encontrar, sempre que possível, elementos que suprissem o objetivo central desse trabalho. A busca por elementos que aflorassem uma possível construção identitária e expusessem características subjetivas na relação de consumo dos entrevistados era o foco principal que busquei durante todo esse processo. Alguns elementos emergiram durante o campo e em algumas entrevistas, que se tornaram posteriormente em casos chave para compreender os processos e dinâmicas que aproximavam os *fandoms* e suas dinâmicas com as respectivas cantoras como algo semelhante às relações religiosas. É fato que esses resultados não eram esperados durante a pesquisa e que a constatação de situações rituais dentro da perspectiva do consumo ia além das expectativas, afinal, para compreender dinâmicas que surgiram durante o campo, foi preciso readequar a

bibliografia e se aproximar de perspectivas como a de Émile Durkheim e de alguns pensadores da antropologia para garantir uma compreensão mais adequada aos relatos dos entrevistados.

Uma grande contribuição foi possível através da obra clássica das ciências sociais “As formas elementares da vida religiosa” de Émile Durkheim, e de autores que trabalharam com *fandom* (Cavicchi, 1992; Löbert, 2009) e que repercutiram as perspectivas durkheimianas sobre as relações religiosas. Foi possível perceber que o processo de consumo cultural presente entre os fãs que veneravam as divas da música pop iam para além de um convencimento publicitário e imagético ao entrar em contato com os produtos culturais. De fato, esse contato inicial entre os produtos da cultura da mídia e os consumidores moradores da Região Metropolitana do Recife foi possível através de dois elementos fundamentais: os aparatos da cultura da mídia e toda sua estrutura econômica e publicitária e as características pessoais desses consumidores. As reflexões de autores como Douglas Kellner e Anthony Giddens permitiram perceber como o aparato da cultura da mídia se porta em âmbito internacional para garantir a obtenção fundamental no sistema capitalista vigente, o lucro, e também como aproxima o cotidiano dos indivíduos através dos avanços das novas tecnologias e novas mídias. Conglomerados midiáticos como a MTV criaram um aparato coeso e complexo ao redor do mundo, exportando e universalizando produtos culturais, em sua maioria oriundo de países de colonização anglo saxã, mas, particularmente, estadunidense. Através desse aparato, a MTV se tornou uma empresa transnacional na produção de conteúdo cultural, fortalecendo a hegemonia global dos EUA sob o aspecto cultural. Essa empresa desempenhou papel chave na solidificação do poder hegemônico dos EUA. Cantoras como Madonna, Cyndi Lauper, Janet Jackson e a *girl band* britânica Spice Girls se tornaram produtos que atravessaram fronteiras nacionais e culturais, e através da televisão, venderam imagens, ideologias e identidades. Os conceitos do que seria ser mulher, ser uma pessoa de sucesso, os estilos de consumo, de moda, e a maneira de ver o mundo e suas variadas relações foram questões apresentadas por essas figuras da cultura da mídia. Madonna se tornou uma das maiores representações simbólicas desse poder que mesclava elementos do poder político do capital globalizado dos EUA e a estratégia de proposições identitárias (Kellner, 2001). Madonna pode ser vista como uma excelente estratégia publicitária, que unia os estilos identitários aparentemente volúveis com as sincronias da música e imagem através de televisão a cores.

As questões identitárias apresentadas por Madonna e outras figuras da mídia, segundo Kellner, parecem sugerir que as identidades e estilos seriam facilmente assimilados e adquiridos. A moda e as atitudes de artistas como Madonna causavam impactos em consumidores ao redor do mundo, se articulando a hábitos de consumo estadunidenses como a valorização dos shopping centers como um espaço de convívio e até templo de consumo da modernidade. As identidades apresentadas por Madonna não necessariamente eram incorporadas por ela, essas identidades numa perspectiva de representação, eram apresentadas junto à sua figura nos momentos de co-participações em videocliques, ensaios fotográficos para revistas e shows; ou seja, Madonna aparecia cercada por pessoas negras, latinas e LGBTs. Afinal, as identidades marginalizadas e mais repudiadas após o movimento musical de cunho conservador *Disco Sucks*⁷⁶ eram a dos afro-americanos, dos latinos, e dos LGBTs. Esses três grupos eram apresentados frequentemente pela cantora através da mídia, perpassando fronteiras nacionais e se expandidos em regiões com desenvolvimento do capitalismo tardio, como a América Latina e, especificamente, o Brasil. Se por um aspecto algumas reflexões sobre a globalização da produção cultural de Nestor Canclini (1999) podem explicitar as influências culturais em países latinos, por outro lado, os apontamentos dados pelo autor de que existiriam identidades desterritorializadas em um mundo globalizado não pareceu ser algo explícito durante essa pesquisa.

As leituras sociais sobre fenótipos, corpos, sexo biológico e relações de desejo e afeto sexuais foram percebidas como um ponto de conexão entre os entrevistados nesse trabalho e o conteúdo de consumido. Ser negro, ter afeição pelos padrões hegemônicos de beleza, admirar o ideal de mulher hegemônico, ser simples e humilde, saber dançar, se impor, ter uma sexualidade explícita foram temas que iniciaram uma proximidade entre figuras da cultura da mídia (as divas) e uma audiência. Essa identificação inicial, no caso específico do *fandom* Beyhive, não se limitava apenas às questões de raça e a admiração pela dança performada pela cantora Beyoncé. A relação religiosa nos três fãs entrevistados não aparentava ser apenas de uma coincidência, uma vez que a figura da cantora fora substituída pela divindade protestante, idealizada como um ser patriarcal e masculino de poder. A cantora Beyoncé se tornou divina

⁷⁶ Tal como mencionado na introdução dessa dissertação, o movimento protagonizado por homens heterossexuais, brancos da classe média dos EUA almejada frear a repercussão e notoriedade que pessoas negras, LGBTs e mulheres estão ganhando durante a época da Disco Music. O movimento cultural da Disco Music se iniciou no EUA e atingiu grande parte dos países ocidentalizados.

aos olhos dos fãs, por ela se aproximar da ideia de deusa pelo seu glamour, imponência, demonstração de poder em suas performances, tal como as divas da ópera. Entretanto, essa divindade não se limitava apenas as essas características performáticas ou imagéticas; o impacto da cantora em seus fãs resultava em respeito, devoção e admiração. A cantora se tornou um modelo de comportamento perante à sociedade; as mensagens passadas através das músicas, seu comportamento na vida privada, foram modelos morais capazes de serem respeitados. O conceito de diva, antes pensado e construído antes da pesquisa, se modificou ao decorrer das análises das entrevistas e das pesquisas de campo.

Ser uma diva não seria apenas o agir como um ser que aparentava poder como uma divindade; ser uma diva seria também se tornar uma influência capaz de atingir profundamente o comportamento dos integrantes da sua *fandom*, daqueles considerados “verdadeiros fãs”. As similitudes entre os fãs e as perspectivas de comportamento religiosos elementares puderam ser observados em variadas situações. Elementos como a divisão entre sagrado e profano durante rituais coletivos e a construção de espaços similares à altares religiosos em casa ou até numa livraria que lançava o CD da cantora também podem ser mencionados como exemplos da semelhança do comportamento dos fãs com as logicas religiosas. Demonstrar uma religiosidade de maneira explícita, sendo um homem gay se assemelhava à uma paródia, uma imitação com carga humorística, afinal a prática religiosa cristã por pessoas que fogem as normas de gênero tende a serem proibidas ou condenadas. Mas percebi também que as repetições de frases como “Amém Britney”, “Divulgar e enaltecer” e “Essa música é um hino, amém Beyoncé” não se travavam apenas de substituições de uma devoção à uma divindade que compreendia suas características identitárias. Se tratavam de substituições profundas e reais entre um deus homem cristão protestante e que condenava as existências das identidades marginais, por uma divindade feminina, apresentada através da cultura da mídia, que falava e reafirmava a existência dessas identidades.

As propostas e intenções desses produtos culturais são de obtenção de lucro, mas essas figuras lucram através de uma mensagem que carregam consigo, mensagens ideológicas, sobre comportamentos, competições, superações, afirmações identitárias e críticas a normas específicas como da liberdade sexual e das relações raciais. (LEAL, 2015). É previsível que como um produto da cultura da mídia, as possibilidades de críticas a essa geração de lucro, que aliás permite as expansão e legitimação dessas figuras da mídia não sejam questionadas em

suas mensagens. A representatividade das identidades (raciais, sexuais, de gênero e etc) surge como maneira de diminuir conflitos e desigualdades, de tentar dar voz e demonstrar a marginalidade construída dentro do sistema. Entretanto a voz conquistada e dada possui a limitação de não questionar o sistema econômico que quando não a produz, a legitima como prática de lucro. Sendo assim, percebo que nesse movimento estrutural e complexo que envolvem marginalidades em espaços culturais, afinal é um dos poucos espaços em que as marginalidades conseguem ascender, as questões acerca da legitimidade do sistema capitalista ou sua provável ruptura junto às questões que revolucionem concepções sobre gênero, raça e identidades sexuais não são apresentadas nas mensagens das divas, ou apontadas pelos seus fãs. Acredito que o empoderamento e a ousadia dessas figuras da mídia possuem limites em seus discursos. Figuras como Beyoncé e Lady Gaga tendem a romper normas e expor situações importantes para as comunidades LGBTQs e negras (como suicídio dos LGBTQs e assassinato da população negra pelo Estado), atingindo grande parte dos consumidores ao redor do mundo. Porém seus questionamentos também possuem limitações nas intenções dos seus discursos, ainda que cause ondas reativas (e reacionárias) as mensagens produzidas pelas cantoras⁷⁷. Também cabe uma reflexão sobre como esses discursos e proposições de rupturas se tornam estratégias de obtenção de lucro, sugerindo uma diversidade de conteúdo cultural, assim como Georg Simmel (2005) afirmou ao falar sobre o uso da moda como uma “contra-moda”; e a teoria crítica do consumo que sugere assimilação dessas marginalidades como uma estratégia. Estratégia que visa garantir manutenção do lucro da produção da cultura da mídia, buscando aparentar uma diversidade da produção cultural através da representação das marginalidades sociais.

Aos consumidores, apesar de resignificarem e atribuírem significados complexos aos produtos culturais que consomem, a crítica ao sistema estrutural vigente aparentemente não é assimilada. Produtos como as bandas *Rage Against the Machine* e a banda *Dead Fish* que expõem discursos contra hegemônico em relação à estrutura econômica em suas canções tendem a garantir parcelas pequenas de consumo, e não conseguem se solidificar em consumo de grande escala como outras figuras da cultura da mídia. Afinal, a crítica ao sistema capitalista seria uma crítica ao sistema que permite que produtos culturais tenham alcance de larga escala,

⁷⁷ Um exemplo do incomodo e reação ao discurso político propagado pelas divas ocorreu durante a construção dessa pesquisa, um grupo de policiais estadunidenses promoveu um boicote à cantora devido as críticas a polícia dos EUA envolvida em frequente casos de assassinatos de jovens negros.

que impactem tanto em cidades norte-americanas quanto em cidades da periferia da América Latina ou da África. Perceber essas complexidades é fundamental para garantir uma análise crítica da mídia e garantir uma leitura reflexiva e libertária sobre os produtos culturais produzidos. No entanto, essa percepção não torna, ao meu ver, esses produtos culturais descartáveis por suas limitações de discursos ideológicos. Como bem salientado por Douglas Kellner, as figuras da mídia que descendem da diva Madonna, são artistas construídas pelo sistema, garantidas por uma equipe de especialistas, publicitários e agentes investidores que tentam a garantia do lucro como retorno para os produtos produzidos. Não seria a intenção desses mesmo agentes criticar o sistema que os beneficiam.

Percebo, então, que a cultura da mídia produz significados para os consumidores, e no caso específico dessa pesquisa, os membros dos *fandoms* atribuem sentidos diversos às figuras da mídia. Sentidos esses que se conectam com suas construções de um “eu” reflexivo, com suas histórias de vida, suas experiências sexuais, religiosas e com os preconceitos sofridos por não se portarem de acordo com as normas de gênero por exemplo. As divas não questionam o sistema que assimila, fortalece e se interconecta com situações desiguais e opressores para esses fãs, porém elas surgem como potencialidade para explorar alguns temas específicos como as normas de gênero, heteronormatividade, o preconceito racial e étnico, se desvencilhando do sistema hegemônico. Para as divas, cabem as possibilidades de indagarem e abordarem sobre raça, sexualidade, gênero, identidades sexuais e poder feminino, através de uma percepção de garantia de direitos e questionamentos que se separam e se isolam do sistema capitalista. É nesse movimento de produção de significados e atribuições de sentidos que possíveis construções de identidades se formam. Práticas cotidianas de comportamentos, percepções sobre a sexualidade, desejos e comportamentos de gênero se refletem nessa relação de consumo.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. (2002). **Indústria Cultural e sociedade**. Seleção de textos Jorge Mattos Britto Vieira de Almeida; traduzido por Julia Elisabeth Levy – São Paulo: Paz e Terra.
- ARENDT, Hanna. (2012). **As Origens do Totalitarismo**. Companhia das Letras: São Paulo.
- BARTHES, Roland. (1990). “**A retórica da imagem**”, In: O óbvio e o obtuso. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- BAYTON, Mavis (1997). “**Woman and Eletric Guitar**” in Sexing the Groove: Popular Music and Gender. Ed. Sheila Whitney: New York: Routledge.
- BECKER, Howard S. (2015). **Truques da Escrita: Para começar e terminar teses, livros e artigos**. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar.
- BEYONCENOW. (2015). **Portal de notícias sobre a cantora no Brasil**. Disponível em: <<http://beyoncenow.net>> Acessado em janeiro de 2015.
- BUTLER, Judith. (2014). **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. 7ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- CAETANO, Marcelo. (2008) **A TAL GUERREIRA**. Direção: Marcelo Caetano. Co-produção/Fotografia: Jurandir Müller. 14 min, color. Disponível em: <http://portacurtas.org.br/filme/?name=a_tal_guerreira> Acesso em: 13 mar. 2017.
- CAMPBELL, Colin. (2001). **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Campi de Castro. Petrópolis, Vozes, 1974.
- CANCLINI, Nestor. (1999) **Consumidores e Cidadãos**. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- CARIA, Telmo H. (1999), “**A reflexividade e a objectivação do olhar sociológico na investigação etnográfica**”, *Revista Crítica de Ciências Sociais*, nº55, pp. 5 -36.(INA/I)
- CAULDWEL, Christopher. (1971). **Studies in a Dying Culture and Further Studies in a Dying Culture**. New York: Monthly Review Press.
- CAVICCHI, Daniel. (1998). **Tramps like us: music and meaning among Springsteen fans**. New York: Oxford University Press.
- CHOMSKY, Noam. (2013) **A Mídia: Propaganda política e manipulação**. São Paulo: Martins Fontes.
- DAMO, Arlei Sander. (2002). **Futebol e identidade social: uma leitura antropológica das rivalidades entre torcedores e clubes**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.

DURKHEIM, Émile. (2009). **As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

EGO (2017). **Britney Spears: Volta por cima após dez anos**. Acesso em 06/06/2017. Disponível em < <http://especiais.ego.globo.com/famosos/britney-spears-volta-por-cima-apos-dez-anos/>>

EGO. (2008). **Beyoncé está de volta, como Sasha Fierce: Cantora divulga fotos do novo CD e muda de nome**. Acesso em 05/02/2017. Disponível em <<http://ego.globo.com/Gente/Noticias/0,,MUL859557-9798,00-BEYONCE+ESTA+DE+VOLTA+COMO+SASHA+FIERCE.html>>

FARMER, Brett. (2005). **“The fabulous Sublimity of Gay Diva Worship”** Camera Obscura 59 (2005).165-194.

FRITZSCHE, Bettina. (2004) **“Negociando o feminismo pop na cultura jovem feminina: um estudo empírico com fãs de grupos femininos”** Tradução: Susana Bornéo Funck Revisão da tradução: Simone Pereira Schmidt in: Rev. Estud. Fem. vol.12 no.2 Florianópolis May/Aug. 2004.

GIDDENS, Anthony. (2002). **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Zahar.

GOLDFELDER, Miriam (1980) . **Por trás das ondas da rádio nacional**. RJ : Paz e Terra.

GOLDMANN, Emma. (2015) **“Si no puedo bailar, no quiero ser parte de tu revolución”**. Colección de ensayos Praxis, Buenos Aires.

HALL, Stuart. (2000) **Quem precisa da identidade?** In: SILVA, Tomaz Tadeu (org. e trad.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais..** Petrópolis: Vozes, 2000. p. 103-133.

_____. (2003). **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Liv Sovik (org); Trad. Adelaine La Guardia Resende. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil.

_____. (2015). **Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina.

HARRIS, Daniel. (1997). **The Rise and Fall of a Gay Culture**. New York: Hyperion. 1997.

HEALEY, Dan. (2001). **Homosexual desire in Revolutionary Russia : the regulation of sexual and gender dissent**. Chicago: The University of Chicago Press.

HEBDIGE, Dick. (2004). **Subcultura: El significado del estilo**. Tradución: Carles Roche. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A. 2004

HUFFPOST. (2017.) **Se Britney Sobreviveu muito bem a 2007**. Acesso em: 05/06/2017. Disponível em: <http://www.huffpostbrasil.com/2017/02/16/se-britney-sobreviveu-muito-bem-a-2007-voce-consegue-sobreviver_a_21715774/>.

JOVCHELOVITCH, Sandra & BAUER, Martin W. & FLICK, Uwe. (2002) **Entrevista narrativa e Entrevista Episódica**. In: BAUER, Martin W. e GASKELL, George (eds.) 2002. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Um manual prático. Petrópolis. Ed. Vozes, pp. 90-136

KELLNER, Douglas. (2001). **A cultura da mídia - estudos culturais: identidades e política entre o moderno e o pós-moderno**. Tradução Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC 2001.

_____. (2011). **“Cultural Studies, Multiculturalismo, and Media Culture”** in Gender, Race and Class in Media: A critical reader. DINES, Gail/ HUMEZ, Jean M. (editors) 3rd. edition. Los Angeles: California: SAGE Publications. 2011.

LACERDA JR, Luiz Francisco Buarque de. (2015) **Cinema gay brasileiro: Políticas de representação e além**. Tese de doutorado, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, UFPE, Recife.

GREEN, James N. (2000). **Além do carnaval: a homossexualidade masculina no Brasil no século XX**. São Paulo, Editora UNESP.

LÖBERT, Anja. (2012). **Fandom as a religion form: on the reception of pop music by Cliff Richard fans in Liverpool**. Popular Music, v31, pp 125-141.

MARKENDORF, Marcio (2010). **“Da star à escritora-diva: a dinâmica dos objetos na sociedade de consumo”** in: Rev. Estud. Fem. vol.18 no.2 Florianópolis May/Aug. 2010.

MEAD, Georg Herbert. (1969). **Die Philosophie der Sozialität** (editado por Hansfried Kellner). Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1969.

MILLS, Wright C. (1969) **A imaginação sociológica**. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1969. 246p.

MORAES, Fabiana. (2011). **É tu nada estrela: Revista CARAS e o consumo da publicidade nos salões de beleza da periferia**. Tese de Doutorado defendida no Programa de Pós Graduação em Sociologia da UFPE.

MORENO, Nahuel. (2009). **A Moral e a Atividade Revolucionária** (Moral Bolche ou Moral Espontaneísta?) – Parte I. Texto online. Disponível em: <
<https://www.marxists.org/portugues/moreno/1969/moral/cap01.htm>>

NASCIMENTO, Maria Regina do. (2009). **“Religiosidade E Cultura Popular: Catolicismo, Irmandades E Tradições Em Movimento”** In: Revista da Católica, Uberlândia, v. 1, n. 2, p. 119-130, 2009.

P!NK. (2006). **“God is a DJ”** In: Try This. Executive Producers: P!nk, Antonio “LA” Reid, Roger Davies & Craig Logan. New York: Arista Records/BMG Entertainment.

PEIRANO, Marisa. (1992). **A favor da etnografia**. Brasília: Série Antropologia Disponível em: < <https://pt.scribd.com/document/47324690/A-FAVOR-DA-ETNOGRAFIA-Mariza-Peirano> >

PEREIRA, Severino Joaquim Nunes; AYROSA, Eduardo André Teixeira. (2012) **“Corpos consumidos: cultura de consumo gay carioca”** In: Organ. Soc. vol.19 no.61. Salvador Apr./June 2012.

POUPART, Jean. (2008). **A entrevista do tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas**. In: POUPART, Jean et alli. 2008, A pesquisa qualitativa. Enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis, Vozes, pp. 215-253.

RAINWATER, Janette.(1989). **Self- Therapy**. Londres: Crucible.

ROSENTHAL, G. (2014). **História de vida vivenciada e história de vida narrada: a interrelação entre experiência, recordar e narrar**. Civitas, Porto Alegre, v. 14, n. 2, p. 227-249, maio-ago.

SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério. (2015). **Cultura Pop**. Salvador/Brasília: Edufba/Compós, 2015.

SALZSTAIN, Sônia. (2006) **“Cultura Pop: Astúcia e inocência”** in: Novos estud. - CEBRAP no.76 São Paulo Nov. 2006

SANTOS, Livia Pessanha Boeschstein. (2017). **Eu nasci assim: Uma análise subcultural da cultura de fãs de Lady Gaga e Beyoncé no Rio de Janeiro**. Dissertação defendida no Programa de Pós- Graduação em Comunicação da PUC-Rio

SEGDWICK, Eve Kosofsky.(2007) **A epistemologia do armário**. Cad. Pagu [online]. 2007, n.28, pp.19-54. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/cpa/n28/03.pdf> >

SIMPSON, Jeff. (2007) **Queens of Disco**. Jeff Simpson (Dir.). London: BBC. Formato Digital.

SIMMEL, Georg. (2005) **“Da Psicologia da Moda: um estudo sociológico”**. In: J. Souza e B. Oelze (orgs) Simmel e a Modernidade. Brasília: Ed. UnB, 2005c.

SOARES, Thiago (2013a). **Cultura Pop: Interface Teóricas, Abordagens Possíveis**. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação. XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus, AM – 4 a 7/8/2013

_____ (2013b). **A estética do videoclipe**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.

SONTAG, Susan. (1964). **Notas sobre Camp**. PDF. Disponível em: <https://perspectivasqueeremdebate.files.wordpress.com/2014/06/susan-sontag_notas-sobre-camp.pdf>

THOMPSON, E.P. (1978). **The poverty of theory & other essays**. Londres; Nova Iorque Monthly Review Press, 1978

TURNER, Victor W. (1974). **O Processo Ritual: estrutura e anti-estrutura**: tradução de Nancy Campi de Castro. Petrópolis, Vozes.

VALENTE, Heloísa de Araújo Duarte. (2003). **As vozes da canção da mídia**. São Paulo: Via Lettera/Fapesp.

VAN GENNEP, Arnold. (1978). **Os ritos de passagem** (Apresentação de Roberto da Matta), Petrópolis: Vozes.

WEBER, Max. (1999). **Metodologia das ciências sociais**. Tradução de Augustin Wernet. Introdução à edição brasileira de Maurício Tragtenberg. 3. ed. São Paulo: Cortez.

WILLIAMS, Raymond. (1968). **Culture is Ordinary** in *Resources of Hope: Culture, Democracy and Socialism*. London: Verso.

X-BRITNEY. (2015). **Sua fonte sobre Britney Spears no Brasil**. Disponível em: <<http://x-britney.com>> Acessado em janeiro de 2015.