

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO

MARIA DE MATTOS SILVEIRA

ESTÉTICA EM MÚSICA POP:

UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS ERAS DE TAYLOR SWIFT E DUA LIPA

São Paulo
2021

MARIA DE MATTOS SILVEIRA

ESTÉTICA EM MÚSICA POP:

UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS ERAS DE TAYLOR SWIFT E DUA LIPA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, sob a orientação do Prof. Dr. Bruno Pompeu.

São Paulo

2021

Catalogação na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Silveira, Maria de Mattos

Estética em música pop: Um estudo de caso sobre as eras de Taylor Swift e Dua Lipa / Maria de Mattos Silveira; orientador, Bruno Pompeu. - São Paulo, 2021. 106 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo/Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.

Bibliografia

1. Música pop. 2. Comunicação. 3. Cultura pop. 4. Taylor Swift. 5. Dua Lipa. I. Pompeu, Bruno . II. Título.

CDD 21.ed. - 302.2

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

MARIA DE MATTOS SILVEIRA

ESTÉTICA EM MÚSICA POP

UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS ERAS DE TAYLOR SWIFT E DUA LIPA

Apresentação em: ___/___/___

Resultado: _____

BANCA EXAMINADORA

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

São Paulo

2021

AGRADECIMENTOS

Antes de tudo, gostaria de agradecer aos meus pais, que são e sempre foram minha maior fonte de apoio e inspiração. À tio Mau, Joana, Artur e tia Cris, que foram meu apoio todos os dias dessa jornada, preenchendo os dias com muito carinho e amor. À toda minha família, que se manteve presente apesar da distância.

Aos meus amigos da ECA, que tornaram a faculdade uma das melhores experiências da minha vida e se tornaram parte central da minha vida. Lau, Vini, Lari, Thaise, Giu e Luc, que tornaram todos os dias mais felizes, festas mais divertidas e deixaram até os menores momentos mais especiais. À gestão 17/18 da ECA Jr., que transformou a sala 2 em uma segunda casa e construiu um dos anos mais especiais da minha vida. A Lau, Liv e Naclau que acompanharam todos os dias desse último ano e desse trabalho, deixando os dias mais divertidos e cheios de afeto.

Aos professores da ECA, que me desafiaram e desenvolveram durante esses últimos cinco anos, promovendo uma das experiências mais transformadoras da minha vida. E por fim, meu agradecimento ao professor Bruno Pompeu, orientador deste trabalho, que me incentivou a ponto de ter a confiança para trazer um tema que amo tanto nesse trabalho e tornou esse projeto possível.

RESUMO

Este estudo parte de uma reflexão sobre o uso de elementos estéticos dentro da música *pop*, baseando-se nos conceitos de capitalismo artístico abordados por Lipovetsky. A fim de entender como funciona o processo de estetização da música pop e seus artistas, é feita uma breve retomada da história musical no século XX, assim como uma revisão de conceitos fundamentais acerca da cultura pop, como performance, *fandom* e rituais midiáticos. Então, apresenta-se uma análise das chamadas eras, adotadas por artistas pop, e repletas de elementos estéticos construtores de narrativas, que, por sua vez, são atribuídas a cada um de seus projetos, criando identidades visuais e marcadores temporais. Para exemplificar tal conceito, é feito um estudo de caso das eras *Fearless* e *1989*, de Taylor Swift, e *Self-titled* e *Future Nostalgia*, de Dua Lipa. Assim, são analisados os elementos estéticos de cada era, interpretando seus significados e contextualizando-os dentro das narrativas das eras. A criação de ícones pop e a sua constante reprodução podem ser consideradas, então, como elementos do imaginário popular, que, nesta perspectiva, contribuem para a construção identitária de indivíduos e comunidades.

Palavras-chave: Pop, Cultura Pop, Música Pop, Taylor Swift, Dua Lipa, Estética, Comunicação.

ABSTRACT

This study stems from a reflection over the use of aesthetic elements within pop music, relying on the concepts of artistic capitalism by Lipovetsky. In order to understand the anesthetization process of pop music and its artists, a brief recap of musical history in the 20th century is held, followed by a revision of fundamental concepts about pop culture, such as: performance, fandom and mediatic rituals. Then, an analysis of artists' eras is conducted, examining its many aesthetic aspects that work as storytelling tools, thereby attributing a visual identity and behaving as time markers to each of these artists' projects. To exemplify the concept of eras, a case-study of Taylor Swift's 1989 and Fearless eras is conducted, followed by an analysis of Dua Lipa's self-titled and Future Nostalgia eras. Therefore, the aesthetic elements of each era are analyzed and its meanings interpreted, thus contextualizing them into each era's narrative. In consequence, the creation of pop icons and their constant reproduction may be considered as elements of popular culture, hence their contribution to the identity construction of individuals and communities alike.

Keywords: Pop, Pop Culture, Pop Music, Taylor Swift, Dua Lipa, Aesthetics, Communications.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Hailey Bieber vestida de Britney Spears.....	26
Figura 2 - Britney Spears em clipe de "Baby One More Time".....	26
Figura 3 - Beyoncé homenageia Michael Jackson em show.....	27
Figura 4 - Perfil do fã-clube Ariana Grande Today no Twitter.....	28
Figura 5 - Fãs de Taylor Swift fantasiados da cantora.....	29
Figura 6 - Beyoncé nos MTV VMAs de 2014.....	32
Figura 7 - Lady Gaga e seu vestido de carne.....	33
Figura 8 - Kanye West anuncia candidatura à presidência dos EUA.....	33
Figura 9 - Casaco oficial das Eras de Taylor Swift.....	38
Figura 10 - Ilustração do casaco das Eras de Taylor Swift.....	38
Figura 11 - Quiz: Qual era da Beyoncé você é?.....	39
Figura 12 - Resultado do quiz: Qual era da Beyoncé você é?.....	39
Figura 13 - Fã comenta a era Girl From Rio, de Anitta, no Twitter.....	40
Figura 14 - A era A Hard Day's Night.....	41
Figura 15 - A era Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band.....	42
Figura 16 - A era White Album.....	42
Figura 17 - Capa de A Hard Day's Night.....	43
Figura 18 - Capa de Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band.....	43
Figura 19 - Capa do White Album.....	43
Figura 20 - Capa do <i>single</i> Love Story.....	46
Figura 21 - Clipe de Love Story.....	47
Figura 22 - Clipe de Love Story.....	47
Figura 23 - Clipe de Love Story.....	48
Figura 24 - Clipe de Love Story.....	48
Figura 25 - Clipe de Love Story.....	48
Figura 26 - Capa de Fearless.....	49
Figura 27 - As duas personagens de You Belong With Me.....	50
Figura 28 - Swift e seu interesse amoroso em You Belong With Me.....	51
Figura 29 - A declaração de amor.....	51
Figura 30 - Capa do <i>single</i> You Belong With Me.....	52
Figura 31 - Love Story nos CMA Awards 2008.....	52

Figura 32 - Love Story nos CMA Awards 2008.....	52
Figura 33 - You Belong With Me nos CMT Awards 2009.....	53
Figura 34 - You Belong With Me nos CMT Awards 2009.....	53
Figura 35 - Taylor Swift nos CMA Awards 2009.....	54
Figura 36 - Taylor Swift nos American Music Awards 2008.....	54
Figura 37 - Taylor Swift na turnê Fearless.....	55
Figura 38 - Taylor Swift na turnê Fearless.....	56
Figura 39 - B-stage da turnê Fearless.....	56
Figura 40 - T-Party.....	57
Figura 41 - Taylor Swift fotografada em Londres.....	58
Figura 42 - Taylor Swift dando autógrafos a fãs.....	58
Figura 43 - Matéria sobre Taylor Swift.....	60
Figura 44 - Capa de 1989.....	61
Figura 45 - Capa de Shake It Off.....	62
Figura 46 - Matéria ridicularizando a dança de Swift.....	62
Figura 47 - Clipe de Shake It Off.....	63
Figura 48 - Clipe de Shake It Off.....	63
Figura 49 - Clipe de Blank Space.....	64
Figura 50 - Clipe de Blank Space.....	64
Figura 51 - Clipe de Blank Space.....	65
Figura 52 - Clipe de Blank Space.....	65
Figura 53 - Clipe de Blank Space.....	65
Figura 54 - Clipe de Blank Space.....	66
Figura 55 - Clipe de Blank Space.....	66
Figura 56 - Shake It Off no The X Factor.....	67
Figura 57 - Shake It Off no The X Factor.....	67
Figura 58 - Projeto Memphis.....	67
Figura 59 - Blank Space no American Music Awards.....	68
Figura 60 - Blank Space no American Music Awards.....	69
Figura 61 - Blank Space no American Music Awards.....	69
Figura 62 - Blank Space no American Music Awards.....	69
Figura 63 - Blank Space no American Music Awards	70
Figura 64 - Taylor Swift nos Grammys.....	71
Figura 65 - Taylor Swift nos Billboard Awards.....	71

Figura 66 - Mick Jagger na Studio 54	72
Figura 67 - Palco da turnê 1989	72
Figura 68 - Placas nova-iorquinas na turnê 1989	73
Figura 69 - Taylor Swift na turnê 1989	73
Figura 70 - Taylor Swift na turnê 1989	74
Figura 71 - Secret Sessions de 1989	76
Figura 72 - Capa do álbum Dua Lipa	78
Figura 73 - Twiggy, modelo britânica	78
Figura 74 - Capa de New Rules	79
Figura 75 - Clipe de New Rules	80
Figura 76 - Clipe de New Rules	80
Figura 77 - Clipe de New Rules	80
Figura 78 - Clipe de New Rules	81
Figura 79 - Clipe de New Rules	81
Figura 80 - Clipe de New Rules	81
Figura 81 - Clipe de New Rules	82
Figura 82 - Clipe de New Rules	82
Figura 83 - Clipe de New Rules	82
Figura 84 - Clipe de New Rules	83
Figura 85 - Capa de IDGAF	83
Figura 86 - Clipe de IDGAF	84
Figura 87 - Clipe de IDGAF	84
Figura 88 - Clipe de IDGAF	85
Figura 89 - Clipe de IDGAF	85
Figura 90 - Clipe de IDGAF	86
Figura 91 - Clipe de IDGAF	86
Figura 92 - New Rules no BRIT Awards 2018	87
Figura 93 - New Rules no BRIT Awards 2018	87
Figura 94 - New Rules no BRIT Awards 2018	88
Figura 95 - New Rules no BRIT Awards 2018	88
Figura 96 - New Rules no BRIT Awards 2018	89
Figura 97 - Apresentação de IDGAF	89
Figura 98 - Apresentação de IDGAF	90

Figura 99 - Dua Lipa nos Billboard Music Awards 2018.....	91
Figura 100 - Dua Lipa no Jingle Ball.....	91
Figura 101 - Capa de Future Nostalgia.....	92
Figura 102 - Geri Halliwell.....	93
Figura 103 - Capa de Don't Start Now.....	94
Figura 104 - Don't Start Now no MTV EMA.....	94
Figura 105 - Clipe de Don't Start Now.....	95
Figura 106 - Clipe de Don't Start Now.....	95
Figura 107 - Clipe de Don't Start Now.....	95
Figura 108 - Clipe de Don't Start Now.....	96
Figura 109 - Clipe de Don't Start Now.....	96
Figura 110 - Clipe de Physical.....	97
Figura 111 - Diagrama de Fischli e Weiss.....	97
Figura 112 - Clipe de Physical.....	98
Figura 113 - Clipe de Physical.....	98
Figura 114 - Clipe de Physical.....	99
Figura 115 - Vídeo <i>fitness</i> de Physical.....	99
Figura 116 - Vídeo <i>fitness</i> de Physical.....	100
Figura 117 - Studio 2054.....	101
Figura 118 - Studio 2054.....	101
Figura 119 - Studio 2054.....	101
Figura 120 - Studio 2054.....	102
Figura 121 - Studio 2054.....	102
Figura 122 - Dua Lipa no Grammy Awards.....	103
Figura 123 - Cher.....	103
Figura 124 - Mariah Carey.....	104
Figura 125 - Dua Lipa em <i>after party</i>.....	104
Figura 126 - Christina Aguilera.....	105

SUMÁRIO

1 Introdução.....	14
2 Breve história da indústria fonográfica.....	15
2.1 O cenário musical do século XX.....	15
2.2 A indústria fonográfica.....	19
2.3 O mercado da música pós-internet.....	21
3 Cultura Pop.....	23
3.1 Performances.....	25
3.2 Fandoms.....	28
3.3 O artista e rituais midiáticos.....	31
4 O capitalismo artista e a estética na cultura pop.....	34
5.1 Estética dentro do consumo de música pop.....	36
5.2 Os artistas e suas eras.....	37
5 Artistas pop e suas eras: estudos de caso.....	45
5.1 Taylor Swift.....	46
5.1.1 A era Fearless.....	47
5.1.2 A era 1989.....	60
5.2 Dua Lipa.....	76
5.2.1 A era self-titled.....	76
5.2.2 A era Future Nostalgia.....	92
6 Considerações finais.....	106

1 Introdução

Pop é o gênero musical mais escutado no mundo, fazendo parte do cotidiano de crianças, adolescentes e adultos nos quatro cantos do planeta. Além das canções chiclete, que tatuam seus refrões em nossas cabeças, a música pop propaga também suas estrelas, figuras carimbadas no imaginário popular. Por um lado, a música pop enfatiza o modelo de produção massificada em que vivemos, com sua efemeridade e lógica volátil. Por outro, traduz conflitos modernos e instiga a criação de comunidades, exercendo forte influência no comportamento e constituição identitária daqueles que a escutam. Tendo isso em mente, faz-se necessário entender os modelos de comunicação exercidos pelos artistas *pop*, e como eles se relacionam com a realidade socioeconômica em que vivemos.

Portanto, esse trabalho tem como objetivo refletir sobre a utilização de elementos estéticos dentro da música pop, como eles se relacionam à cultura pop como um todo, e também com o modo de produção capitalista atual. Assim, o primeiro capítulo conta com uma breve análise da indústria fonográfica, estabelecendo alguns conceitos chave e discorrendo sobre o impacto tecnológico no seu desenvolvimento. No segundo capítulo, exploraremos a cultura pop sob uma ótica mais geral, passando por seus pilares e discorrendo sobre conceitos fundamentais como: performances, *fandom* e os artistas e seus rituais midiáticos. No capítulo três, partimos para o recorte mais específico de estética dentro da música pop, levando em consideração o modelo econômico atual e as suas implicações estéticas. Aqui, há a introdução do objeto de estudo: um fenômeno pop chamado de eras, que será definido e, no capítulo seguinte, exemplificado. Por isso, o capítulo quatro se trata de um estudo de caso das cantoras Taylor Swift e Dua Lipa, escolhidas por sua relevância cultural global, e por representarem dois dos três maiores mercados musicais do mundo, os Estados Unidos e o Reino Unido¹.

Assim, este trabalho pretende trazer uma série de reflexões acerca da música pop, explorando a sua natureza estética e a sua relação com os indivíduos e o mundo. Afinal, o pop extrapola suas origens mercadológicas, se tornando mais do que o superficial, indo além do clichê e do volátil, apesar de apresentar todas essas características. O pop nos ajuda entender, individualmente e enquanto comunidades, como pensamos política, cultura e como nos vemos dentro das nossas vidas e do mundo em que vivemos.

¹ De acordo com IFPI report de 2021. Disponível em:
<https://www.ifpi.org/ifpi-issues-annual-global-music-report-2021/>. Acesso em 26/11/2021 às 18:00.

2 Breve história da indústria fonográfica

A música está presente em nosso dia a dia, seja na rádio, nos serviços de streaming, na trilha sonora de uma novela ou na propaganda. A performance musical e o seu consumo são frequentes na forma de viver o cotidiano, e, hoje, englobam todas as classes sociais e cruzam barreiras geográficas. Contudo, a comercialização da música em grande escala e a profissionalização dos seus processos produtivos acontecem principalmente a partir do século XX, com o desenvolvimento de tecnologias como o fonógrafo, que permitiu a gravação de tais performances; do microfone, que contribuiu para apresentações em grande escala; e dos diferentes formatos de consumo (discos, cassetes e CDs), que permitiram a reproduzibilidade em diferentes espaços.

O rápido desenvolvimento tecnológico do século XX levou a muitas inovações dentro da indústria musical, impactando diretamente os seus processos de criação, distribuição, comercialização e consumo. Deste modo, o advento da música gravada permitiu que o acesso a obras musicais se democratizasse, além de desenvolver novos esforços criativos por parte dos artistas, que agora tinham acesso a recursos tecnológicos e podiam atingir públicos antes inalcançáveis. Assim, a indústria musical se expandiu exponencialmente, envolvendo tanto os milhares de funcionários que trabalhavam desde a produção à venda de discos, quanto os milhões de fãs que compravam ingressos para ver seus artistas preferidos. Por isso, há o desenvolvimento de empresas e profissionais especializados que, até os dias atuais, lidam com todos os aspectos da cadeia de produção musical, formando a chamada indústria fonográfica.

Este capítulo aborda de forma breve a história da indústria fonográfica, trazendo apontamentos sobre o seu funcionamento e definindo alguns conceitos necessários para a elaboração deste trabalho.

2.1 O cenário musical do século XX

Por muito tempo, foi comum dissociar a música — especialmente a música clássica — da sociedade e declará-la como uma linguagem autossuficiente, sem conexão com as questões socioculturais e políticas da época em que foi produzida. Contudo, com a chegada do século XX, marcado por ebullições políticas e conflitos globalizados, essa desconexão foi definitivamente quebrada (ROSS, 2007) dentro da música clássica, até então dominante, e também na música popular, que se desenvolveria de forma acelerada nos anos subsequentes. Entretanto, estabelecer uma conexão direta entre a música e o ambiente social e histórico

segue sendo uma tarefa complexa. "O significado musical é vago, mutável, e, no fim, profundamente pessoal. Ainda assim, mesmo que a história nunca consiga contar-nos exatamente o que a música significa, a música consegue contar-nos algo sobre a história." (ROSS, 2007, p. 17, tradução nossa)². A partir disso, é possível entender que a música pode ser considerada como uma produção cultural com marcas temporais, que nos permite interpretar o contexto sociocultural no qual foi produzida.

Para David Byrne, o contexto no qual um conteúdo musical está inserido é fator central para determinar tanto se aquela obra atingirá o seu propósito (qualquer que ele seja), quanto definir propriamente o que aquele conteúdo é. Onde a obra é escutada, quando ela é escutada, com quem ela é escutada. Quem a reproduz, como ela é performada, gravada, vendida e distribuída. Todos esses fatores contribuem para definir uma obra e demonstram se ela funciona ou não (BYRNE, 2012). Byrne defende que, de forma consciente ou não, os indivíduos trabalham inversamente, criando produções que se adequam ao espaço que serão expostas. Por exemplo, bandas de jazz tinham que produzir um material que se destacasse em meio a bares lotados, assim como orquestras apresentavam obras que preenchiam as salas de concerto. No entanto, a partir de 1878, com o surgimento da música gravada, constrói-se um novo ambiente em que a música pode ser escutada: a casa das pessoas. As canções não ficaram mais restritas à apresentações ao vivo e aos espaços em que eram performadas, podendo agora existir fora do momento passageiro de performance, que antes ficava registrado somente na memória. Além disso, a música passou a adequar-se simultaneamente a dois ambientes sociais e acusticamente distintos — o show e a sala de estar.

Nos anos trinta, a maioria das pessoas estava ouvindo música no rádio ou nos fonógrafos de casa. As pessoas provavelmente escutaram nestes dispositivos uma maior quantidade de música, e uma maior variedade, do que escutariam pessoalmente em toda sua vida. A música agora poderia ser livre de qualquer contexto ao vivo, ou, mais propriamente, o contexto em que era ouvida se tornou a sala de estar e o jukebox – universos paralelos às ainda populares salas de baile e concertos. (BYRNE, 2012, p. 23, tradução nossa)³

Aos poucos, os artistas foram se adaptando a essa nova tecnologia, que exigia hábitos diferentes, mas permitia também novas formas de exploração musical. O microfone,

² "Musical meaning is vague, mutable, and, in the end, deeply personal. Still, even if history can never tell us exactly what music means, music can tell us something about history." (ROSS, 2007, p. 17)

³ "By the thirties, most people were listening to music either on radio or on home phonographs. People probably heard a greater quantity of music, and a greater variety, on these devices than they would ever hear in person in their lifetimes. Music could now be completely free from any live context, or, more properly, the context in which it was heard became the living room and the jukebox—parallel alternatives to still-popular ballrooms and concert halls." (BYRNE, 2012, p. 23)

popularizado no início do século XX, dava aos cantores a possibilidade de se apresentarem sem a necessidade de projetar a voz a fim de serem escutados por todo o público, mudando o jeito que eles cantavam, e também como os músicos tocavam seus instrumentos. Assim, surgem fenômenos como o *crooning*⁴ de Frank Sinatra, nos anos 40, e a bossa nova, com João Gilberto, ao fim dos anos 50, que estabeleceram através dos vocais suaves um nível de intimidade ainda inédito. Os aparatos de amplificação permitiam também apresentações para grandes públicos, em locais como arenas e estádios, que, por sua vez, tinham uma estrutura dimensional e acústica própria, levando à criação de faixas e performances produzidas especialmente para esses espaços, como o *arena rock*, nos anos 70.

Os impactos tecnológicos na produção musical seguiram por todo o século XX, e persistem até hoje. Desde a criação da música gravada, ao fim do século XIX, a música foi amplificada, reproduzida, gravada, editada, e as inovações técnicas continuamente alteraram tanto o processo de sua criação, quanto de seu consumo. As gravações iniciaram-se como uma forma de eternizar as canções, mas a sua popularização permitiu que músicas atravessassem fronteiras, chegando à milhões de pessoas, que as escutavam repetidamente e queriam ouvi-las quando iam aos shows. "O que era inicialmente uma simulação de uma performance — a gravação — suplantou as performances, e performances são agora consideradas a simulação."⁵ (BYRNE, 2012, p. 90, tradução nossa). Por isso, a expectativa de que uma gravação será uma reprodução perfeita de uma apresentação ao vivo não existe mais.

À medida que a música gravada se desenvolvia, os artistas passaram a ver a gravação como uma chance de exercitar sua criatividade, uma vez que o estúdio apresentava não só limitações mas também oportunidades, quando comparado a apresentações ao vivo. Conforme as técnicas de gravação eram desenvolvidas, a figura dos produtores musicais entra em evidência, como Phil Spector, que produziu alguns álbuns dos Beatles, Tina Turner e dos Ramones. Spector criou a chamada *Wall of Sound* (parede de som, em tradução livre), que consistia em criar um efeito em camadas através de partes orquestradas, muitas vezes duplicando ou triplicando instrumentos, a fim de criar um som mais cheio, que soava melhor em rádios e *jukeboxes* (RIBOWSKY, 2000). Nos anos 60, Spector usava a edição por meio das fitas magnéticas, que possibilitavam cortes e camadas e, através de edições mais simples

⁴ Crooning é um termo em inglês usado para referir-se a uma técnica de cantar em tons graves e de forma suave, especialmente perto de um microfone.

⁵ "What was originally a simulation of a performance — the recording — has supplanted performances, and performances are now considered the simulation." (BYRNE, 2012, p. 90)

e pontuais, se contrapunham ao LP, que obrigava a regravação completa de uma faixa na eventualidade de algum erro ou problema técnico. Já nos anos 70, as fitas cassette permitiam que os consumidores gravassem as reproduções de áudios das rádios, ou suas próprias contribuições, dando origem às famosas *mixtapes*. A sua natureza portátil ajudou na sua popularização e, no meio da década de 70, as fitas cassette já estavam em todo lugar.

As fitas cassette, o walkman⁶, e as *mixtapes*⁷ iniciaram um tipo de consumo musical muito parecido com os streamings musicais vigente em 2021. Se tratava de um consumo individual, através de fones de ouvido em um aparelho portátil, a partir de seleções musicais personalizadas, que se assemelham às *playlists* hoje muito utilizadas. Além disso, um outro efeito colateral das fitas cassette foi a viabilidade de faixas mais longas, já que a limitação de 21 minutos do tradicional LP deixou de ser uma questão. Na mesma época, popularizaram-se também os discos de 12 polegadas, vinis mais modernos e com menos ruídos, que ficaram famosos entre os DJs, sendo utilizados para fazer as *extended mixes*. Esses discos tinham um volume maior e graves mais potentes, e os DJs conseguiam isolar certas partes de uma música, gerando essa versão estendida que poderia durar o tempo que apetecesse o público. Quando essa prática chega à Nova York, onde foi complementada por *breakdancers* e MCs, nasce, ainda nos anos 70, o que hoje chamamos de hip-hop. "As gravações podiam não só colocar as culturas em contato umas com as outras, elas também tinham o efeito de disseminar o trabalho e performances de cantores, orquestras e performers dentro de uma cultura."⁸ (BYRNE, 2012, p. 98, tradução nossa). Desse modo, à medida que a tecnologia se tornava mais disponível, crescia a acessibilidade a produções diversas, dos mais variados lugares. Isso aumentou a cartela de referências dos artistas, levando à criação de diferentes obras e estilos.

A digitalização do som deu origem ao CD em 1982, ferramenta que codificava e comprimia as músicas em séries de 0 e 1 em um pequeno disco. Pouco tempo depois, a velocidade dos computadores domésticos permitiu a gravação, armazenamento e processamento de músicas de forma mais simples (BYRNE, 2012). Os CDs foram a fonte principal de renda da indústria musical até o início dos anos 2000, quando surgem os downloads digitais, comprimidos em um formato MP3. Nessa conjuntura, a pirataria se torna acessível ao público geral, por conta de ferramentas como o eMule e LimeWire, que

⁶ Popular dispositivo portátil para escutar fitas cassette.

⁷ Compilação de músicas feita tradicionalmente em fitas cassette

⁸ "Not only could recordings bring distant musical cultures in touch with one another, they also had the effect of disseminating the work and performances of singers, orchestras, and performers within a culture." (BYRNE, 2012, p. 98)

copiavam digitalmente as canções e permitiam seu download para CDs e dispositivos portáteis como o iPod.

A partir desse contexto, nascem as plataformas de streaming, serviços pagos que permitem ao consumidor escutar milhões de músicas digitalmente, em desktops ou dispositivos móveis. Diferentemente dos CDs ou downloads digitais, não há uma compra direta do produto, mas uma assinatura mensal que concede acesso às músicas disponíveis. Portanto, nota-se que o streaming entra como um contraponto às plataformas de cópia, que, em grande parte, reproduziam conteúdo ilegalmente, sem qualquer compensação aos artistas ou gravadoras. Já nos serviços de streaming, esse pagamento existe, mas em valor extremamente inferior aos lucros de CDs, cassetes ou LPs.

2.2 A indústria fonográfica

Como apontado anteriormente, os avanços tecnológicos tiveram um grande impacto na criação e no consumo musical. O desenvolvimento do mercado musical veio acompanhado da estruturação mercantil do mesmo, com o surgimento de empresas e profissionais especializados nos mais diversos âmbitos do negócio. Para iniciar essa discussão, é importante delimitar o que é amplamente definido como "indústria fonográfica" (e.g. PETERSON e BERGER, 1975), que estende-se da produção à comercialização musical em seus variados formatos, sejam eles físicos ou digitais. A partir disso, levemos em consideração os quatro processos principais do setor, como apontados por (LEÃO e NAKANO, 2009):

- Criação: envolve a busca de novos artistas, a criação da música propriamente dita e o desenvolvimento dos estilos musicais, incluindo também seu registro e as relações de direitos autorais;
- Produção: envolve o registro da música criada em algum suporte físico ou digital, além de atividades de pós-produção, como mixagem e masterização;
- Distribuição: envolve os meios de levar a música produzida ao mercado consumidor, seja a distribuição física, por meio de cadeias de lojas e revendedores, ou virtual, por meio de sistemas de venda ou compartilhamento de músicas on-line;
- Divulgação: envolve os processos de divulgação visando à venda da música produzida, seja veiculando a música por meio de rádio, televisão e cinema, como também pelo desenvolvimento e exposição dos artistas e músico.

O início da indústria fonográfica é frequentemente atribuído aos compositores que vendiam suas partituras e canções às editoras, que, por sua vez, as vendiam ao público. O Tin Pan Alley, região no centro de Nova York, é considerado o primeiro *hub* de compositores que compunham músicas no início dos anos XX, partindo do princípio de que estas seriam

comercializadas. Por esse motivo, havia uma grande adequação aos ritmos da moda e apropriação de estilos que faziam sucesso. Assim, a fim de convencer pessoas a comprarem suas músicas, as editoras tentavam divulgá-las através dos shows de *vaudeville*⁹, estabelecendo relacionamentos com artistas e estratégias de exposição (SHEPHERD, 1982). Com o tempo e com os avanços tecnológicos e criativos, esse modelo foi se refinando e transformando-se em grandes empresas, que lidavam com os processos descritos acima, fazendo parte de todas as etapas. O surgimento das gravadoras é resultado de toda essa cadeia produtiva, especialmente durante o século XX, quando o contato com a tecnologia e o público geral eram menos acessíveis. A partir disso, as gravadoras assumem um papel protagonista dentro da indústria, permeando os quatro processos antes citados, e se estabeleceram como forças motrizes da indústria fonográfica. Todavia, é importante estabelecer uma diferença entre as gravadoras que, em teoria, têm a mesma finalidade, mas na prática se dividem em dois grupos com dinâmicas, artistas e públicos distintos.

O primeiro grupo, de maior relevância financeira e dedicado à cultura de massa, é composto pelas chamadas *majors*, grandes gravadoras que têm controle vertical das atividades dos seus agenciados e, em grande parte, lideram os quatro processos citados anteriormente, especialmente durante o século XX. As *majors*, como seu nome sugere, são os maiores *players* do mercado, guiando seus artistas e processos para que alcancem uma abrangência maior e falem com o grande público. No decorrer dos anos 50, a verticalização produtiva adotada pelas *majors* garantia um domínio intenso da indústria musical. "Essas empresas buscavam ganhos de escala ao oferecer um produto homogêneo em grandes quantidades para um mercado consumidor também considerado homogêneo." (LEÃO e NAKANO, 2009, p. 15). Contudo, é evidente que a indústria musical não está restrita exclusivamente às grandes empresas, e há gravadoras menores com relevância tanto cultural, quanto financeira. O segundo grupo, formado pelas chamadas *indies*, isto é, as gravadoras independentes, são parte do mercado desde o seu início, e muitas vezes são a casa para novos gêneros musicais e materiais mais experimentais.

Nos anos 60, quando o fácil acesso ao rádio levou a uma maior exposição a diferentes públicos, houve uma maior demanda por conteúdo musical diversificado. Nessa conjuntura, a integração vertical proposta pelas grandes gravadoras, que permitia controlar todo o processo de produção, mostrou sinais de esgotamento. Então, as *majors* buscaram, através de produtores independentes, novos artistas que poderiam suprir essa lacuna, frequentemente

⁹ Série de apresentações com propósito principal de entreter, extremamente popular do fim do século XIX ao início do século XX.

adquirindo essas produtoras ou negociando contratos de distribuição com selos menores, adequando o seu modelo de negócio. Assim, novos gêneros e artistas encontraram uma nova porta de entrada ao mercado popular, ainda com forte presença das grandes gravadoras nas diversas etapas da cadeia produtiva.

Isso gerou uma grande diversidade de novos estilos, principalmente a partir da década de 1980, como o new wave e o rap, nascidos fora do portfólio das majors, mas que foram quase completamente incorporados por elas através de seus selos independentes. Além disso, novos programas musicais nas rádios e na televisão, direcionados a um público cada vez mais segmentado, foram, ao mesmo tempo, impulsionados e impulsionaram esses novos estilos musicais. Porém, essa nova diversidade não enfraqueceu o domínio das majors, que, pelo contrário, se beneficiaram do crescimento e da segmentação do mercado para consolidar ainda mais o seu poder, dessa vez principalmente sobre as atividades de produção, distribuição e comercialização. [...] Mas os altos custos necessários para a produção de um videoclipe, por exemplo, favoreceram o controle das majors, que possuíam recursos financeiros maiores que artistas e selos independentes. (LEÃO e NAKANO, 2009, p. 16)

2.3 O mercado da música pós-internet

Historicamente, toda a cadeia de produção e distribuição musical está atrelada ao desenvolvimento tecnológico, ao passo que a indústria se desenvolve ao ritmo das suas inovações. O início do século XXI veio acompanhado da digitalização dos mais diversos ambientes, e o mercado musical se inclui neste contexto. A criação de novas formas de gravação e edição de som, assim como a sua digitalização, contribuíram para uma democratização desses processos, que passaram a ser menos custosos e deixaram de ser restritos à gravadoras e empresas especializadas. Tal facilidade está presente tanto na produção musical, que passou a ser possível para artistas amadores, quanto no consumo, que se tornou mais difuso e acessível.

Em nenhum outro momento da história, as pessoas tiveram tamanho acesso às gravações sonoras. A distribuição da música nas redes digitais permitiu que artistas desconsiderados pela indústria fonográfica pudessem expor sua produção para milhares de pessoas, ultrapassando os limites impostos pelos controladores do mercado de bens artístico-culturais e pela indústria do entretenimento. Um dos fenômenos mais impressionantes da digitalização foi a ampliação da oferta de bens musicais na internet, resultante da crescente facilidade de gravar, editar e divulgar um álbum a custos baixíssimos. As barreiras de entrada para atingir milhares de fãs estão sendo gradativamente reduzidas. (AMADEU DA SILVEIRA, 2009, p. 27)

Ao fim da primeira década do século, as vendas de álbuns físicos foram substituídas por suas versões digitais, que poucos anos depois se transformaram em assinaturas de serviços de streaming. Segundo o IFPI Global Music Report de 2021, a venda de produtos físicos correspondia a mais de 97% de toda receita da indústria musical em 2001, enquanto

hoje esse número é de apenas 19.5%. A categoria líder em receita é composta pelos serviços de streaming, que somaram 62.1% do faturamento da indústria musical em 2020. Portanto, pode-se perceber o declínio na relevância dos produtos físicos para o financiamento das atividades do setor. Tal processo implicou em uma mudança de intermediação e estratégias, que passam a incluir diferentes práticas para criação, arrecadação de direitos autorais, registro de propriedade intelectual, entre outras. Além disso, é preciso também levar em consideração diferentes rituais referentes ao consumo musical, haja vista que a atual conjuntura diminuiu a distância entre o consumidor e o artista a apenas um clique: não há mais a necessidade de ir a uma loja de discos ou esperar em filas para comprar o CD do momento, já que pode ser ouvido de forma fragmentada pelas faixas disponíveis nos aplicativos.

A possibilidade de compartilhamento e velocidade de comunicação inata às mídias digitais adiciona uma outra camada no processo, que permite um passo além aos artistas: conectar-se com o seu público na mesma plataforma em que disponibilizam suas músicas e/ou vídeos. Assim, cria-se um espaço de proximidade extrema, que perpassa o acesso ao conteúdo artístico e o contato com o indivíduo que o produz. Essa possibilidade gera um novo modelo de comunicação, que não depende de intermediários (jornalistas, veículos de comunicação, gravadoras) para conectar artista e consumidor, os quais ganham voz para interagir e transformar mensagens, antes unilaterais, em diálogo. O relacionamento entre artista e fãs sempre teve papel-chave no desenvolvimento de carreiras e no modelo de negócio fonográfico, e neste trajeto, o espaço cibرنético diminui as barreiras de tempo e espaço, possibilitando conexões antes impossíveis e atribuindo às plataformas de redes sociais extrema importância. Em uma cultura fã-cêntrica, a ideia de que o consumidor é o *expert* se tornou a regra, então a sua opinião é a mais importante e se sobrepõe à crítica especializada (SANNEH, 2021). Sobre isso, argumenta Castro,

O monitoramento de redes sociais faz parte de estratégias corporativas nos mais diversos segmentos de mercado. É preciso saber estar presente na rede, assim como também interagir a tempo e de forma adequada com a opinião pública na arena digital. São muitas as armadilhas que podem denunciar despreparo ou inaptidão, fragilizando a imagem pessoal ou corporativa. (CASTRO, 2012, p. 139)

É cabível concluir, então, que o mundo digital traz à indústria fonográfica tanto novos modelos de consumo musical, quanto diferentes formas de interação com os artistas. Em ambos os casos, os processos, públicos e narrativas que dizem respeito à imagem e obra do artista admitem um alcance maior do que nunca.

3 Cultura Pop

Produtos de entretenimento como a música, o cinema e a televisão são parte do cotidiano em todo o mundo, e se tornam cada vez mais acessíveis com o desenvolvimento tecnológico, que acelerou a sua produção e distribuição. Theodor Adorno e a Escola de Frankfurt foram os criadores do termo "indústria cultural", usado para simbolizar a capitalização da produção cultural por meio do surgimento das indústrias de entretenimento, o que, ao seu ver, acabava com o papel crítico e filosófico da arte (ADORNO, 2009).

A participação de milhões em tal indústria importa métodos de reprodução que, por seu turno, fazem com que inevitavelmente, em numerosos locais, necessidades iguais sejam satisfeitas com produtos estandardizados. O contraste técnico entre poucos centros de produção e uma recepção difusa exigiria, por força das coisas, organização e planificação da parte dos detentores. Os clichês seriam causados pelas necessidades dos consumidores: por isso seriam aceitos sem oposição. Na realidade, é por causa desse círculo de manipulações e necessidades derivadas que a unidade do sistema torna-se cada vez mais impermeável. (ADORNO, 2009, p. 5)

Contudo, Mattelart e Mattelart (2010) argumentam que, apesar do risco de padronização cultural produzido pelo modo de produção industrial, a crítica de Adorno está estreitamente ligada a uma nostalgia da experiência cultural independente da técnica. Portanto, eles creem que o conceito proposto por Adorno ignora diferentes possibilidades trazidas pela conjunção da arte com a tecnologia que podem ser positivas, como a maior acessibilidade a músicas, filmes e obras de arte ao redor do mundo. Hoje, o conceito de indústria cultural é usado para referir-se a algumas dinâmicas e elementos culturais, além de servir como um ponto de partida para a compreensão desses fenômenos pelos meios de comunicação de massa. No entanto, levando em consideração a conectividade digital dos tempos contemporâneos, torna-se impossível separar cultura e tecnologia, haja vista que ambos são inerentes à experiência humana do século XXI. Dessa maneira, o desenvolvimento acelerado das mídias, especialmente da internet, fez possível, e, de certa forma, exigiu, que artistas e organizações culturais façam uso delas para a divulgação, promoção e reconhecimento dos seus projetos.

O protagonismo da conectividade do digital tem um peso ainda maior nos meios da cultura *mainstream*, descrita por Martel (2012) como um ponto de contato entre a "cultura para todos" e a "cultura de mercado". Por vezes descrito como supérfluo, e outras como relevante, o *mainstream* é marcado por sua natureza superlativa: bilheterias milionárias, videoclipes profissionalmente produzidos e lançamentos colossais. Em sua raiz, há a vontade e os esforços para tornar-se aquilo que está na boca, ouvidos e mentes do povo. "A passagem

para o *mainstream* é o que querem todos os artistas em busca de público e mais ainda todas as *majors* em busca de dinheiro; ao mesmo tempo, é a crítica recorrente feita pelos puristas à comercialização e, supremo insulto nos Estados Unidos, ao 'selling out'¹⁰" (MARTEL, 2021, p. 143). Importante ressaltar que, especialmente ao fim do século XX, o universo musical tinha frequentemente um atributo tribal, que dividia seu conteúdo e público em gêneros e subgêneros, cada um com suas características comportamentais e expectativas (SANNEH, 2021). Contudo, a música pop surge como forma de contrariar essa conjuntura, comportando-se como a trilha sonora da cultura *mainstream*.

Não é de hoje que se usa com frequência o termo "pop" para classificar produtos, fenômenos, artistas, lógicas e processos midiáticos. De maneira mais ampla, a ideia de Cultura Pop sempre esteve atrelada a formas de produção e consumo de produtos orientados por uma lógica de mercado, expondo as entrinhas das indústrias da cultura e legando disposições miméticas, estilos de vida, compondo um quadro transnacional de imagens, sons e sujeitos atravessados por um "semelante pop" (GOODWIN, 1992). O termo pop tornou-se elástico, amplo, devedor de um detimento em torno de suas particularidades e usos por parte de pesquisadores das Ciências Humanas. [...] Oriundo de língua inglesa como abreviação do "popular", a denominação "pop" assume uma característica bastante específica em sua língua de origem. Como abreviação de "popular" ("pop"), a palavra circunscreve de maneira um tanto quanto clara, as expressões aos quais, de alguma forma, nomeia: são produtos populares, no sentido de orientados para o que podemos chamar vagamente de massa, "grande público", e que são produzidos dentro de premissas das indústrias da cultura (televisão, cinema, música, etc.)." (SOARES, 2015, p. 19)

Se antes o termo pop era apenas uma abreviação de popular, a partir do século XX, passou a ser usado para descrever o tipo de música que não era tocado nas salas de concerto, e sim nas rádios. Roy Shuker (1999) pontua que o termo começa a ser utilizado nos anos 50, como uma ideia de universalidade, agradando a todos os grupos. Já nos anos 60, assumiu uma conotação de juventude, ou, o que era popular entre os jovens — sugerindo exuberância, convidando inclusive a uma comparação com o movimento das artes visuais, conhecido como pop art, e sua natureza divertida. Nos anos 80, a música pop passou a ser sinônimo de músicas dançantes com elementos eletrônicos, roupas extravagantes e refrões chiclete (SANNEH, 2021). Cabe mencionar a contraposição que o pop faz ao rock'n'roll, gênero dominante até então, que, segundo Middleton, impunha o que ele chamou de *rockismo* — "a tendência a instalar normas do rock como um novo centro discursivo." (MIDDLETON apud SANNEH, 2021). Enquanto o rock tinha como um dos pilares a rejeição ao *establishment*, o pop abraçava o apelo comercial, transitando pelo *mainstream* e seus desdobramentos.

"Estrelas pop de décadas anteriores tendiam a ser 'pop' de uma maneira mais ampla e às vezes vaga. O termo sugeria acessibilidade e diversão, populismo assim como

¹⁰ Termo utilizado para referir-se a tentativas de produzir material destinado a cultura *mainstream*

popularidade"¹¹ (SANNEH, 2021, p. 493, tradução nossa). Por conta da sua elasticidade, pop muitas vezes era utilizado para descrever música popular como um todo, canções que flertavam com diversos gêneros, ou artistas que não se identificavam com um gênero específico. Nas últimas décadas do século XX, o gênero começou a se definir fortemente, à medida em que surgiam estrelas como Boy George e Madonna.

Compreende-se por música pop, as expressões sonoras e imagéticas que são produzidas dentro de padrões das indústrias da música, do audiovisual e da mídia; tendo como lastro estético a filiação a gêneros musicais hegemônicos nos endereçamentos destas indústrias (rock, sertanejo, pop, dance music, entre outros); a partir de orientações econômicas fortemente marcadas pela lógica do capital. (SOARES, 2015, p. 21)

A partir disso, consideraremos os principais pilares da música pop como: "as performances de artistas emblemáticos da música pop; de fãs desses artistas articulados em comunidades (*fandoms*) e destas experiências performáticas enunciadas em espaços codificados (como shows, eventos ou rituais midiáticos), seus sentidos e linguagens gerando experiências." (SOARES, 2015, p. 20)

3.1 Performances

O comportamento performático é uma das características mais marcantes da música pop. Desde o fim do século XX, a performance transformou-se em ferramenta vital para os artistas pop, que constantemente desafiam seus limites e formatos. A performance é uma ferramenta de interlocução, e segundo Zumthor, "seria um ato comunicativo que prevê obra e público, dessa forma, ela 'designa um ato de comunicação como tal; refere-se a um momento tomado como presente'" (ZUMTHOR, 1997, p. 59)." (ZUMTHOR apud SOARES, 2013, p.148). Zumthor também reafirma que performar é "se fazer imagem, é tratar de memória que compõe um espectro biográfico, narrativo, encenação midiática do indivíduo que aqui percebemos tanto do ídolo quanto do fã, quanto nos textos e sinestesias produzidos por ambos." (MASCARENHAS e SOARES, 2015, p. 156). Seja ao criar videoclipes, apresentar shows musicais ou produzir material para as redes sociais, as performances tendem a propagar crenças, elementos estéticos e um estilo de vida vinculado ao artista, seu ambiente ou o projeto presente. Elas se apresentam como um instrumento de posicionamento para o artista dentro do universo pop, e também, na sociedade.

Performances ao vivo, clipes e shows fornecem material simbólico para que indivíduos forjem identidades e modelem comportamentos sociais extensivos aos

¹¹ "Pop stars from earlier decades tended to be “pop” in a broad and sometimes vague sense. The term suggested accessibility and fun, populism as well as popularity." (SANNEH, 2021, p. 493)

propostos pelas instâncias da indústria musical. Os clipes seriam, desde a sua gênese, nos anos 80, um dos instrumentais de ensinamento de uma vivência pop, revelando uma maneira particular de encarar a vida a partir da relação deliberada entre a vida real e os produtos midiáticos. Videoclipes, com suas narrativas e imagens disseminadas, fornecem símbolos, mitos e recursos que ajudam a construir uma cultura comum para a maioria dos indivíduos em muitas regiões do mundo, de forma transnacional e globalizante. As performances da música pop acionam um senso de pertencimento transnacional que se alinha à própria perspectiva que as indústrias da cultura operam: a de que há uma espécie de grande comunidade global que, a despeito dos aspectos locais e da valorização de questões regionais, aponta para normas distintivas e de valores que estão articuladas a ideias ligadas ao cosmopolitismo, à urbanização, à cultura noturna. (SOARES, 2015, p. 28)

A relevância da performance para o âmbito cultural e econômico dentro do universo pop é inestimável: videoclipes contribuíram para a criação da MTV, e, posteriormente do YouTube. Por sua vez, as turnês faturam centenas de milhões ao redor do globo, como a Sticky & Sweet Tour, de Madonna, que arrecadou 408 milhões de dólares¹², impactando economias e culturas em todo o mundo. A partir dos artifícios performáticos, é possível criar uma visualização da canção e/ou do estilo de vida pop, assim como criar camadas extras de significado, adicionando ou aprofundando sentidos dentro da performance. Além disso, por conta da sua natureza massificada, as performances pop e seus produtos criam momentos e imagens icônicas, que passam a fazer parte do imaginário popular. Desde *looks* emblemáticos a coreografias e *product placement*, esses símbolos tornam-se universalmente conhecidos e reproduzidos. Assim, cria-se uma cadeia de retroalimentação, na qual artistas e fãs revisitam antigos ícones da cultura pop, os resgatam e os ressignificam.

Nas imagens a seguir, é possível ver a influência de ícones pop sobre personalidades da indústria, consolidando esse sistema de retroalimentação estética.

¹² Segundo a Rolling Stone.

<<https://www.rollingstone.com/music/music-news/madonna-wraps-record-breaking-sticky-sweet-tour-in-israel-112252/>>. Acesso em 29/10/2021 às 20:37.

Figura 1 - Hailey Bieber vestida de Britney Spears



Hailey Bieber recria look de Britney Spears em Baby One More Time, reprodução de post em seu perfil do Instagram, onde tem 38.5 milhões de seguidores (Outubro, 2021). [Link](#)

Figura 2 - Britney Spears em clipe de *Baby One More Time*



Captura de tela do clipe oficial de *Baby One More Time* (1998). [Link](#)

Figura 3 - Beyoncé homenageia Michael Jackson em show



Beyoncé, em 2016, homenageando Michael Jackson (performance feita em 1993). [Link](#).

3.2 *Fandoms*

A existência de estrelas musicais pressupõe uma imensa quantidade de pessoas que consomem assiduamente o seu conteúdo. Especialmente na música pop, esse conceito é amplificado por sua natureza massificada. Da Beatlemania¹³ à Bieber Fever¹⁴, há a figura do ídolo e do fã, relacionando-se através de experiências e rituais, como shows e redes sociais, e estabelecendo uma relação de interdependência. Assim, forma-se uma "dualidade do fã ser parcialmente privado e parcialmente social — parcialmente sentido e parcialmente performado (DUFFETT, 2013)." (DUFFET apud MASCARENHAS e SOARES, 2015, p. 157). A prática da idolatria tem seu início em congregações religiosas, e há uma transferência do significado para artistas, que ocupam o lugar de adoração e reverência. Além disso, em sua raiz, "fã" carrega um significado etimológico de devoção, que deriva do latim *fanaticus* — expressão frequentemente associada à psicopatia (JENKINS apud MASCARENHAS e SOARES, 2015, p. 156).

A conexão entre ídolo e fã se dá, muitas vezes, pelo sentimento de identificação e sensação de empatia, seja pelos temas das canções, valores socioculturais e políticos, seja pela apreciação estética. Por isso, é frequente a criação de comunidades de fãs, que se unem por conta de um interesse comum: o artista em questão. O termo *fandom*, usado para descrever essas comunidades de fãs, deriva da junção dos termos *fan* e *kingdom*, palavras em inglês para fã e reino, respectivamente. Cada *fandom* tem suas características próprias,

¹³ Termo usado para referir-se à onda de fãs dos Beatles

¹⁴ Termo usado para referir-se à onda de fãs do cantor Justin Bieber

desenvolvendo rituais, nomenclaturas e conceitos específicos. Tal forma de organização de fãs e suas dinâmicas são anteriores a internet, mas foram desenvolvidas e maximizadas com a migração para o mundo digital, que permite uma globalização desses fenômenos e maior acesso aos artistas, suas informações e sua produção de conteúdo.

Os *fandoms* funcionam como "mundos culturais" próprios, com suas regras sociais, vocábulos exclusivos e estruturas de organização. Nesse contexto, os fãs criam uma espécie de "economia paralela", com canais próprios de comunicação, como grupos no Facebook e hashtags no Twitter. Há também os fã-clubes, estruturas organizadas que produzem conteúdo constante acerca de seu ídolo, muitas vezes tornando-se um portal de notícias extraoficial com milhares de seguidores (Figura 4). Sandvoss (2013) divide os fãs em três categorias: fãs, adoradores e entusiastas. Os primeiros usam quase que exclusivamente as mídias *mainstream* para acompanhar seu ídolo. Já os segundos, utilizam canais mais específicos e especializados, e costumam estabelecer relações com outros adoradores dentro do *fandom*. Os entusiastas, por fim, consomem conteúdo produzido por fãs (como os fã-clubes). É importante também citar os *haters*, descritos por França e Simões (2020, p. 12) como “pessoas cuja motivação de vida na web está na manifestação de ódio a figuras públicas”. Especialmente na era digital, os *haters* têm forte impacto na carreira dos artistas, constantemente entrando em embates com as fã-bases. Dessa forma, criar uma conexão sólida com um *fandom* é essencial, já que estes podem ter papel tanto de consumidores, quanto de defensores em possíveis crises com os *haters*.

Figura 4- Perfil do fã-clube Ariana Grande Today no Twitter



O fã-clube Ariana Grande Today acumula 492.6 mil seguidores no Twitter.

Fonte: twitter.com/arianatoday. Acesso em 08/11/2021 às 15:49. [Link](#)

Pode-se então entender que existe uma relação entre a experiência de fruição de *fandom* (MASCARENHAS e SOARES, 2015) e práticas performáticas, que funcionam como um reforço de identidade e comunidade, "através de sinestesias, ficcionalização da narrativa proposta pelo ídolo pop, emulação de memórias artificiais e engajamento corpóreo." (MASCARENHAS e SOARES, 2015, p. 156). Levando em consideração os conceitos de performance de Zumthor antes citados — os quais consideram performance como um ato comunicativo que se pauta no fazer-se imagem — podemos concluir que a estrutura performática do *fandom*, as sinestesias e narrativas produzidas por artista e fãs contribuem para a delimitação de regras do próprio grupo. Cria-se então uma comunidade global, que se conecta a partir de interesses e narrativas comuns, a partir de dinâmicas e regras particulares a cada *fandom*.

Falar sobre performance de fã é falar sobre imitações, mímeses, sobre reapropriações, mas, sobretudo, sobre um ritual. [...] Soa necessário pontuar que a experiência do fã parece se pautar nessa questão de gosto que Frith coloca. É frívolo, vem do frisson, afinal, ser fã hoje é uma afiliação social conveniente. Pode ser algo efêmero ou não, exposto ou escondido pelas mediações, trazendo à tona uma ficção, encenada pelo artista, pelo fã, alternadamente ou simultaneamente pelos dois, que questiona: Como a música é performada por nós, ouvintes? (Frith, 1996). Duffett (2013) investiga uma lógica de performance e contra performance, as quais entendemos e utilizamos aqui, respectivamente como ato performático que aciona o engajamento através do objeto e como qualquer tipo de resposta a este ato do objeto. Ambas podem ser representadas tanto pela performance do artista e resposta do fã, quanto pelo inverso, de uma forma não linear e não tão delineada, nos levando a questionar para quem se performatiza. (MASCARENHAS e SOARES, 2015, p. 157)

Figura 5 - Fãs de Taylor Swift fantasiados da cantora



Fãs no show de Taylor Swift, vestindo roupas iguais às que a cantora usa no clipe Shake It Off.

Fonte: Pinterest. [Link](#)

3 O artista e rituais midiáticos

As celebridades estão presentes nos nossos cotidianos: ao assistir televisão, navegar pelo *feed* do Instagram ou ler uma revista, frequentemente nos deparamos com imagens de cantores, atrizes ou, nos últimos anos, *influencers*. Viver em uma sociedade midiatisada implica em saber sobre a vida dos outros, seja de forma ativa ou passiva.

“celebridades” são pessoas que – por razões diferenciadas – se tornam amplamente conhecidas e, para além disso, admiradas (ou detestadas), provocam sentimentos de adesão e/ou repulsa, são tomadas como modelos (ou contra-modelos), suscitam formas distintas de celebração. (FRANÇA; SIMÕES, 2020, p. 4).

Tais pessoas têm um poder de influência sobre seu público, seja por seus atributos profissionais, como sua arte, ou por sua figura pública, e gera impacto por meio de sua vida particular, posicionamentos e atitudes, de forma que esse impacto parece ser espontâneo e natural (ROJEK, 2008). Assim, a estrela existe em uma realidade entre a figura pública e privada, e entre imagem filmica e imagem pessoal (LIPOVETSKY, 2013). Contudo, celebridades são fabricações culturais, com a sua construção fortemente impulsionada pelo meio midiático e suas ferramentas. "Longe de se parecer com produtos fabris desprovidos de estilo (Adorno), são criações singulares, de extrema estilização." (LIPOVETSKY, 2013, p. 207). Com isso em mente, suas imagens se tornam presenças cativas nas mídias, com uma onipresença que permeia interações cotidianas (SIMÕES, 2013). Nesse sentido, há uma relação simbiótica entre os meios, que selecionam os famosos como pessoas de referência, e as celebridades, que usam a televisão, revistas e portais de notícia para propagar sua voz, ratificando seu poder como ícones da cultura popular. Há, portanto, um impacto intenso da mídia *mainstream* nas carreiras e figura pública das celebridades, que divulgam seus novos trabalhos e sua imagem através de entrevistas, apresentações e eventos de premiações.

Com a internet, os meios de comunicação se tornaram cada vez mais pulverizados, espalhando-se desde os veículos tradicionais, como televisão e rádio, a computadores e celulares. Admitindo que o viés tecnológico pode ser entendido como parte da experiência humana, é necessário ressaltar a importância daquele que se relaciona e interage com as ferramentas midiáticas, tornando-se peça fundamental na realização desse contexto híbrido-midiático. "A consolidação da integração multimidiática decorrente da convergência digital e das transformações culturais em curso enseja a figura do internauta como interator e favorece novos modos de sociabilidade e hábitos de consumo" (CASTRO, 2012, p. 135). As redes sociais, junto com a conectividade expandida pelo digital, transferiram aos espectadores a função de mediadores e produtores de conteúdo. É possível mandar uma mensagem a um

artista, assistir shows que aconteceram do outro lado do mundo, ou interagir com famosos ao vivo por meio de *livestreams*. Para o artista, as redes sociais oferecem a oportunidade de se comunicar com seu público sem a necessidade de um intermediador, como um jornal ou programa de televisão. Assim, um artista pode compartilhar suas criações em tempo real, recebendo feedback de seus fãs, como a cantora Imogen Heap, que disponibilizou uma plataforma na qual é possível escutar conteúdo exclusivo e comunicar-se com a artista¹⁵. Além disso, as redes sociais passaram também a ser um indicador de fama, contabilizando número de seguidores e curtidas, e, portanto, imprimindo valor na construção de reputação e capital social de um artista.

Rojek (2008) acredita que as celebridades funcionam como ferramentas humanizantes para o comércio, mas que, com o impulsionamento da mídia, as mesmas são transformadas em bens de consumo. Elas se configuram como mercadorias partindo da ótica que o público deseja "possuí-las", seja em objetos, através do *merchandising*, ou consumindo conteúdo com a marca da celebridade, como o de Imogen Heap, citado acima. Isso pode ser observado também em comportamentos comuns de fãs quando encontram artistas que gostam, seja ao tirar uma foto, para registrar o momento de encontro, quanto colocar as mãos ao alto em um show, a fim de estabelecer algum tipo de contato físico. Então, é factível considerar a figura da celebridade enquanto um produto, assim como outros itens que dela se derivam, como vídeos, roupas, acessórios e quaisquer materiais desenvolvidos em torno de si e de seu trabalho. "Celebridades são indivíduos que são ícones simbólicos, populares na cultura, e transferem seu significado simbólico para o produto que endossam na publicidade (McCracken)."¹⁶ (MCCRACKEN apud CHOI e RIFON, 2007, p. 307, tradução nossa). Desse modo, o desenvolvimento artístico não é suficiente para sustentar uma carreira, é preciso também haver uma formação nos âmbitos de comunicação e posicionamento, a fim de aproveitar aparições públicas, entrevistas e interações como oportunidades de visibilidade frente ao público.

É importante destacar aqui as cerimônias de premiações, como os Grammy Awards, Oscars, MTV VMAs, Billboard Awards, entre outros. Tais prêmios podem ser classificados como rituais midiáticos, assim como entrevistas e apresentações musicais. Contudo, as premiações são construídas a partir de um conjunto desses rituais, haja vista que há espaços para entrevistas, apresentações, discursos e pronunciamentos individuais, aparições

¹⁵ <https://imogenheap.app/>

¹⁶ "Celebrities are individuals who are symbolic icons, popular in the culture, and transfer their symbolic meaning to the products they endorse in advertising (McCracken)." (MCCRACKEN apud CHOI e RIFON, 2007, p.307)

públicas, contato com o público presente e transmissão para os fãs em casa. Por isso, as premiações tornaram-se momentos importantes para a cultura pop, sendo o período do ano batizado de "temporada de premiações"¹⁷, com dezenas de milhões de espectadores¹⁸. As premiações se tornaram espaços para posicionamentos políticos, como a apresentação feminista de Beyoncé (Figura 6), momentos de moda, como o vestido de carne de Lady Gaga (Figura 7), ou declarações chocantes, como a de Kanye West anunciando sua candidatura à presidência nos MTV VMAs de 2015 (Figura 8). A música apresentada por Beyoncé hoje tem mais de 95 milhões de visualizações no Youtube¹⁹, o vestido de Gaga foi exposto no Rock and Roll Hall of Fame em 2015 e o anúncio de West levou a pronunciamentos dos partidos republicano e democrata. Esses eventos são material simbólico, que se tornam ícones dentro do imaginário pop, integrando-se ao que Soares (2015) chama de estilo de vida vinculado a uma lógica pop.

Figura 6 - Beyoncé nos MTV VMAs de 2014



Beyoncé apresentando-se nos VMAs de 2014, com locução de Chimamanda Ngozi Adichie acerca do feminismo. Fonte: Time. [Link](#)

¹⁷ Tradução do inglês "awards season", que normalmente ocorre de novembro a fevereiro.

¹⁸ Dados: Nielsen, via CNBC. Link: <<https://www.cnbc.com/2021/05/02/oscars-2021-nielsen-data-shows-viewers-have-lost-interest-in-award-shows.html>> Acesso em 05/11/2021 às 16:06

¹⁹ Fonte: canal oficial de Beyoncé no Youtube. Link: <<https://www.youtube.com/watch?v=IyuUWOnS9BY>>. Acesso em 05/11/2021 às 16:39

Figura 7 - Lady Gaga e seu vestido de carne



Lady Gaga em um vestido feito de carne crua, em 2010, feito por Franc Fernandez. Fonte: Uol. [Link](#)

Figura 8 - Kanye West anuncia candidatura à presidência dos EUA



Ao receber o VMA Vanguard Award, West anunciou que se candidataria à presidência em 2020. Fonte: CNN.

[Link](#)

4 O capitalismo artista e a estética na cultura pop

O século XX foi marcado por um desenvolvimento acelerado e mudanças profundas no âmbito econômico e sociocultural, como visto anteriormente. As lógicas produtivas se sofisticaram e se transformaram, a um ponto que não há mais separação entre a produção industrial e a cultura, "(...) estamos no momento em que os sistemas de produção, de distribuição e de consumo são impregnados, penetrados, remodelados por operações de natureza fundamentalmente estética." (LIPOVETSKY, 2013, p. 13). Esse modo de produção estético é, então, o que define o capitalismo contemporâneo de hiperconsumo — um universo estético transbordante de imagens (LIPOVETSKY, 2013), ao qual Lipovetsky chama de “capitalismo artista”. No capitalismo artista, os fenômenos estéticos ganham protagonismo, integrando-se à produção, ao comércio e à vida cotidiana, construindo um mundo transestético, "em que a arte se infiltra nas indústrias, em todos os interstícios do comércio e da vida comum." (LIPOVETSKY, 2013, p. 27). É importante frisar, no entanto, que esse infiltração da estética nas indústrias não remete necessariamente a uma preocupação acerca do criativo, mas de uma apropriação de elementos e ferramentas estéticas dentro da lógica mercantil. Assim, o capitalismo artista se estabelece como uma conexão entre o econômico e o sensível, com a imagem e o entretenimento compondo partes vitais de sua estrutura.

O capitalismo artista criou um império transestético proliferante em que se misturam design e star-system, criação e *entertainment*, cultura e show business, arte e comunicação, vanguarda e moda. Uma hipercultura comunicacional e comercial que vê as clássicas oposições da célebre 'sociedade do espetáculo' se erodirem: o capitalismo criativo transestético não funciona na base da separação, da divisão, mas sim do cruzamento, da sobreposição dos domínios e dos gêneros. (LIPOVETSKY, 2013, p. 28)

O capitalismo artista serve de palco perfeito para o nascimento e desenvolvimento da cultura pop, que se pauta em produções massificadas, comportando-se como uma plataforma de investigação de estéticas do *mainstream* nas indústrias do entretenimento (PEREIRA DE SÁ, 2015). A realidade transestética do capitalismo artista, que inunda as vivências cotidianas com imagens e narrativas, torna possível a disseminação dos ícones pop, transformando-os em parte do imaginário popular. Como produto central da cultura midiatisada, o entretenimento leva o público a identificar-se com as representações sociais e ideológicas que propaga, através da espetacularização do cotidiano (ROCHA e CASTRO, 2009). Assim, a pessoa que vive nesse mundo transestético tem o entendimento sobre si e sobre o mundo atravessado pelas camadas estéticas do capitalismo artista, que "(...) adquiriu uma relevância

tal que constitui um vetor importante para a afirmação identitária dos indivíduos." (LIPOVETSKY, 2013, p. 31). A fim de influenciar essa afirmação identitária, o capitalismo artista faz uso de ferramentas como o *star-system*, que personifica o consumo ao transferi-lo à imagem das celebridades, que, por sua vez, se impõem como um produto de natureza estética, com uma equipe responsável por transformar e lapidar sua aparência física e comportamental em imagem sublime (LIPOVETSKY, 2013). Podemos concluir, então, que os elementos estéticos da cultura pop e do capitalismo artista participam da construção individual do sujeito contemporâneo, explicitada por Mascarenhas e Soares (2015): "Os contornos da percepção estética se dão no intenso apelo à presença (do eu, do outro), em momentos de contato com o mundo" (MASCARENHAS e SOARES, 2015).

4.1 Estética dentro do consumo de música pop

As propriedades estéticas da cultura pop podem ser atribuídas à música pop, também produto do capitalismo artista, que assimila as ferramentas descritas anteriormente à sua atividade. Seus pilares performáticos, que transitam entre artistas, fãs e sociedade, são nativos do contexto transestético contemporâneo, e se pautam em uma enxurrada de imagens, mimeses e apropriações (MASCARENHAS e SOARES, 2015). A natureza massificada da música pop permite uma experiência coletiva de identificação, ao mesmo tempo que a tecnologia (primeiro a cassete, e depois os dispositivos musicais móveis) cria também uma vivência particular, a partir do consumo individual. Assim, "a indústria musical favoreceu ao mesmo tempo uma dinâmica de individualização e novas formas de identificação e socialização juvenis." (LIPOVETSKY, 2013, p. 212).

No âmbito individual, Michael Bull declara que dispositivos musicais como o walkman, iPod ou, atualmente, o smartphone, funcionam como uma forma de estetizar o espaço público, através do consumo musical particular (BULL, 2012). Ao colocar os fones de ouvido, podemos controlar a trilha sonora das nossas próprias vidas, alterando-a a partir dos nossos desejos. Adorno descreve esse fenômeno como "solidão acompanhada"²⁰, uma situação em que estamos sozinhos, mas usamos a música para nos fazer companhia (ADORNO apud BYRNE, 2012). Nesse caso, a experiência se assemelha a sentar numa sala de concerto, com a possibilidade de examinar todos os detalhes da canção, desde as letras à produção musical. No âmbito coletivo, por sua vez, o consumo através dos shows, descritos por Mascarenhas e Soares (2015) como espetáculos performáticos ritualísticos, produzem material simbólico, que modelam comportamentos sociais extensivos e criam um senso de

²⁰ "Accompanied solitude", em inglês. (BYRNE, 2012, p. 139)

pertencimento comunitário (MASCARENHAS e SOARES, 2015). Além disso, a conectividade digital permite uma experiência coletiva também no consumo de video clipes, apresentações e *livestreams*, por meio das redes sociais e seus desdobramentos. Essas formas de consumo culminam no *fandom*, comunidades de fãs abordadas anteriormente, com suas regras sociais e dinâmicas próprias.

É importante ressaltar a relevância das celebridades dentro do contexto da música pop, como personalizadores do consumo, assim como antes discutido no capitalismo artista. Os artistas criam uma relação íntima com o público por meio do consumo individual, e são a peça que liga os *fandoms*, estabelecendo também um vínculo coletivo com essa comunidade.

O capitalismo artista, por meio das técnicas de reprodução musical, intensificou os gostos musicais e desenvolveu a sensibilidade musical de um número crescente de pessoas, engendrou verdadeiras idolatrias, beirando às vezes a histeria, entre os jovens. Na sociedade da racionalidade tecnológica, do desencantamento da arte e da música comercial, continua-se a ouvir "religiosamente" os novos ídolos. (LIPOVETSKY, 2013, p. 212)

A midiatização da sociedade contemporânea implica na constante reprodução das estrelas pop e de seus trabalhos. Dentro desses trabalhos, inclui-se seu conteúdo musical, apresentações ao vivo e gravadas e todos os seus desdobramentos: capas de álbum, ensaios fotográficos, videoclipes, entrevistas, aparições públicas, entre outros. Portanto, as estrelas e suas obras musicais funcionam como uma espécie de núcleos de conteúdo, dos quais derivam diferentes produtos estéticos, que, por sua vez, são reproduzidos e replicados, formando um grande universo estético ao redor do artista. A fim de delimitar projetos específicos dentro desse grande universo, alguns artistas atribuem uma identidade estética a um período de tempo e/ou a uma obra, como microcosmos que funcionam como marcadores temporais. Esses períodos são chamados de “eras”, termo atribuído especialmente dentro do universo digital e que será discutido no próximo capítulo.

4.2 Os artistas e suas eras

O turbilhão de imagens inerente ao capitalismo artista é responsável por um conjunto de ícones culturais presentes no imaginário. Como visto anteriormente, as celebridades são peça vital desse sistema, ficando-se como figuras amplamente conhecidas na cultura *mainstream*. "Primeiramente, cada estrela é construída como uma 'marca', facilmente reconhecível por características invariantes, e ilustra um tipo imediatamente identificável, um arquétipo que faz sonhar tanto os homens quanto as mulheres." (LIPOVETSKY, 2013, p. 205). Esses arquétipos ajudam o público geral a reconhecer uma celebridade em meio a tantas

outras, assim como digerir a sua figura frente um cenário digital de constante efervescência. A fim de estabelecer uma diferenciação entre seus projetos, alguns artistas criam identidades estéticas para cada um deles, batizadas pelo público de “eras”.

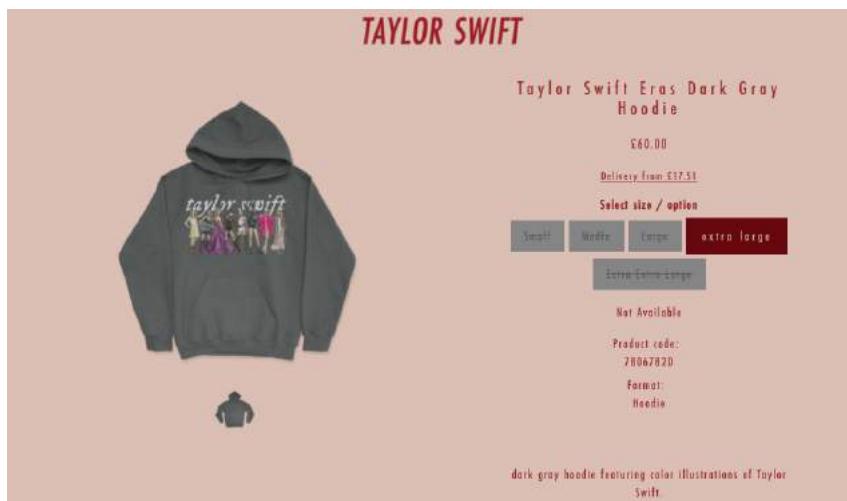
Segundo o dicionário Michaelis, uma era pode ser definida como: "Divisão do tempo (geralmente longo) que principia com um acontecimento marcante ou histórico e que dá origem a uma nova ordem de coisas" (ERA, 2021). Nesse contexto, uma era é geralmente associada a um projeto musical específico, como um álbum ou EP, que, segundo Askegaard (2010), funcionam como "imagens congeladas de um contexto histórico-social que não existe mais"²¹ (ASKEGAARD, 2010, p. 353, tradução nossa). Portanto, pode-se concluir que uma era delimita tanto um projeto específico, quanto a época em que este foi produzido. Com cada novo álbum, é esperado que os artistas produzam uma série de produtos que expresse a era: um estilo de cabelo, um figurino, uma paleta de cores, uma maquiagem, construindo um novo visual. Os próprios artistas fazem menção às suas diferentes eras (Figuras 9 e 10), assim como a imprensa (Figuras 11 e 12), e os fãs (Figura 13).

Nas figuras 9 e 10, podemos ver um casaco com uma imagem retratando algumas das eras de Taylor Swift, com roupas associadas aos seus álbuns Taylor Swift, Fearless, Speak Now, Red, 1989, Reputation, Lover e folklore (da esquerda para a direita). O casaco está à venda na loja oficial da cantora, o que indica que há o reconhecimento por parte da artista e de sua equipe acerca dos ciclos de eras de seus álbuns, e que há um desejo de reforçar essa ideia na cabeça dos fãs. Além disso, há também um claro reconhecimento dos fãs, que compraram o casaco (no momento em que este trabalho está sendo escrito, ele está disponível em apenas um tamanho e uma das cores). Já na figura 11, podemos ver um quiz²² disponível no site Buzzfeed, que categoriza o leitor em função de uma das eras da cantora Beyoncé, a partir de comandos como: "Escolha o seu álbum favorito", "Escolha o seu videoclipe favorito", entre outras. Na figura 12, um resultado do quiz, que descreve a era atribuída ao leitor após a apuração das respostas. Na figura 13, um tweet do usuário @miguelzitto_ comentando uma apresentação da cantora Anitta, em programas de televisão americanos. A faixa apresentada faz parte do projeto Girl from Rio, e o usuário inclui as apresentações feitas por Anitta como parte dessa era, juntando-as a um conjunto de outros eventos e produções feitas no mesmo projeto.

²¹ “In a sense, albums are frozen pictures of a socio-historical context that is no more” (ASKEGAARD, 2010, p.353).

²² Which Beyoncé Era Are You?, Buzzfeed, 2021. Disponível em: <<https://www.buzzfeed.com/hivefest/which-beyonca-era-are-you-2qw1j>> Acesso em: 08/11/2021 às 18:05.

Figura 9 - Casaco oficial das Eras de Taylor Swift



Casaco disponível para compra na loja oficial da cantora, com nome de "Eras Hoodie". Fonte: taylorswift.com. [Link](#)

Figura 10 - Ilustração do casaco das Eras de Taylor Swift



Ilustração ampliada do casaco das Eras de Taylor Swift. Fonte: taylorswift.com. [Link](#)

Figura 11 - Quiz: Qual era da Beyoncé você é?

The screenshot shows a BuzzFeed quiz page. At the top, there's a navigation bar with links for Quizzes, TV & Movies, Shopping, Videos, News, and Tasty. Below the navigation is a secondary header with links for Trending Quizzes, Kim And Pete, Pumpkin Spice Time, and Holiday Gifting. A yellow circular icon labeled 'QUIZ' is prominently displayed. The main title of the quiz is 'Which Beyoncé Era Are You?' followed by the subtitle "'Cause you slay!'. Below the title, it says 'by HiveFest Community Contributor' and 'Approved and edited by BuzzFeed Community Team'. There are 1,310 points indicated. At the bottom, there are social sharing icons for Facebook, Pinterest, Twitter, Email, and Print.

Quiz disponível no site Buzzfeed. Fonte: buzzfeed.com. [Link](#)

Figura 12 - Resultado do quiz: Qual era da Beyoncé você é?

The result page for the quiz has a pink header with the title 'Which Beyoncé Era Are You?'. The main content area is white with a red border. It features the heading 'Beyoncé Era' and a descriptive text: 'You long to express yourself, whether it's about self-awareness, love, world issues, or someone you miss. The world is not ready for the storm you are about to unleash. You're going to stamp your name on the world, whether it's ready or not.' Below this is a large black rectangular area containing the word 'BEYONCÉ' in white, stylized letters. At the bottom right of this area, there is a small text credit: 'Image: Parkwood Entertainment / Columbia'.

Quiz disponível no site Buzzfeed. Fonte: buzzfeed.com. [Link](#)

Figura 13 - Fã comenta a era Girl From Rio, de Anitta, no Twitter



Captura de tela do tweet. Fonte: twitter.com/miguelzitto. [Link](#)

Apesar de não haver um marco temporal de quando esses ciclos estéticos associados aos projetos passaram a ser chamados de eras, muitos artistas já atribuíam um *look*, ou outras características a um álbum ou período de tempo específico. Os Beatles, por exemplo, tinham diferentes visuais em diferentes álbuns, como podemos ver nas figuras 14, 15 e 16, referentes aos álbuns *A Hard Day 's Night* (1964), *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* (1967) e *The White Album* (1968). Os cabelos, bigodes (ou a falta deles) e estilo de roupa são a chave para entender de qual projeto estamos falando, e qual o período de tempo que se localiza. Em *A Hard Day 's Night* eles estão com os cabelos curtos e ternos de gola alta estilo Pierre Cardin, que foram popularizados entre os jovens. Já em *Sgt. Pepper 's Lonely Hearts Club Band*, há uma explosão de cores, bigodes, referências à bandas militares e uma subversão do uniforme Eduardiano, os quais casam com o tema do álbum, que protesta contra a guerra do Vietnã. No *White Album*, em grande parte composto em uma viagem espiritual para a Índia, os Beatles aparecem com cabelos longos, costeletas e ternos mais sóbrios, em contraste às cores de *Sgt Pepper 's*. De forma geral, a estética das eras é encapsulada nas capas dos álbuns (Figuras 17, 18 e 19), ilustrando o contexto daquela obra, e depois reproduzidas em demais contextos (apresentações, aparições, etc).

Figura 14 - A era A Hard Day's Night



Os Beatles na gravação do filme de Hard Day's Night (1964). Fonte:<https://canaldosbeatles.wordpress.com/>.

[Link](#)

Figura 15 - A era Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band



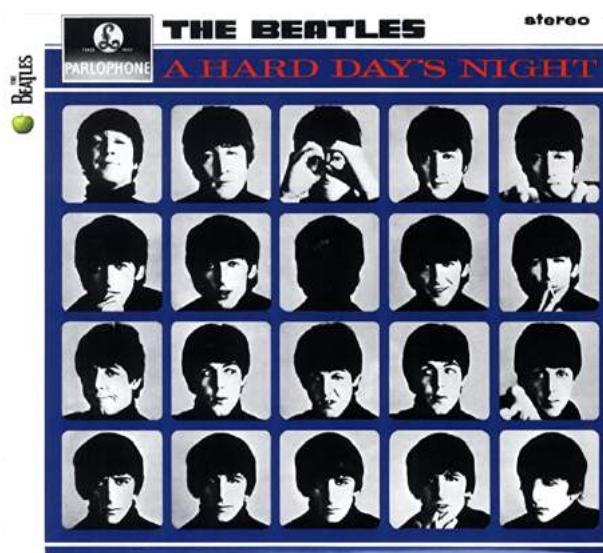
Os Beatles na era Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band. Fonte: Época Negócios. [Link](#)

Figura 16 - A era White Album



Os Beatles na era White Album. Fonte: Amino Apps. [Link](#)

Figura 17 - Capa de A Hard Day's Night



Fonte: Amazon. [Link](#)

Figura 18 - Capa de Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band



Fonte: Amazon. [Link](#)

Figura 19 - Capa do White Album

The BEATLES

Fonte: Amazon. [Link](#)

Especialmente no século XX, a capa do álbum era o principal ponto de contato entre o consumidor e o artista, já que o acesso a materiais adicionais como filmes, revistas e apresentações era limitado. Contudo, à medida que os meios de comunicação se desenvolveram, há uma multiplicação dos pontos de contato entre artista e fã, facilitando a reprodução de uma mesma estética em mais ambientes e eventos, e, inclusive, em fotos cotidianas de paparazzi. No próximo capítulo, abordaremos algumas eras de Taylor Swift e

Dua Lipa, a fim de entender como essas artistas apresentam um ciclo estético dentro de seus projetos.

5 Artistas pop e suas eras: estudos de caso

A fim de explicitar e analisar como artistas contemporâneos de pop fazem o uso de elementos estéticos para construir eras, com narrativas e identidades visuais próprias, serão analisadas as cantoras Taylor Swift e Dua Lipa. Usando os passos propostos por Merriam (apud XXX):

1. particularismo: o estudo se centra em uma situação, acontecimento, programa ou fenômeno particular, proporcionando assim uma excelente via de análise prática de problemas da vida real;
2. descrição: o resultado final consiste na descrição detalhada de um assunto submetido à indagação
3. explicação: o estudo de caso ajuda a compreender aquilo que submete à análise, fazendo parte de seus objetivos a obtenção de novas interpretações e perspectivas, assim como o descobrimento de significados e visões antes despercebidas;
4. indução: a maioria dos estudos de caso utiliza o raciocínio indutivo, segundo o qual os princípios e as generalizações emergem a partir da análise dos dados particulares. Em muitas ocasiões, mais do que verificar hipóteses formuladas, o estudo de caso pretende descobrir novas relações entre elementos. (DUARTE e BARROS, 2005, p.217)

Foram então escolhidas duas cantoras expoentes dentro da música pop global, assim como dentro seus respectivos países, que, por sua vez, são dois dos três maiores mercados musicais do mundo. Dessa forma, serão analisadas duas eras de cada artista, para que seja possível notar a diferença entre elas e entender as diferenças estéticas e narrativas dentro de cada uma das eras. Serão analisados elementos como: capas de álbum, vídeo clipes, capas de *singles*, figurinos, roupas casuais, aparições públicas, apresentações, entre outros.

5.1 Taylor Swift

A cantora americana Taylor Swift tem grande sucesso desde o seu primeiro lançamento, no fim de 2006. Ao longo dos anos, consolidou-se como um dos maiores nomes da música pop, lançando 9 álbuns que transitam por diferentes gêneros. Assim como as suas canções, seus projetos trazem consigo uma grande carga narrativa, com estética clara e definida, que os distinguem entre si. Em seus primeiros projetos, Swift se apoiou nos

materiais mais tradicionais da música country norte-americana, que valoriza a autenticidade e costuma contar histórias através das suas composições. Ela se vestia de forma simples, com roupas comuns do sul estadunidense e tocava sozinha com seu violão as músicas que escrevia sobre o colegial e vida adolescente, como se fossem parte de seu diário. Após seu álbum de estreia, Swift já tinha reconhecimento nacional, com 3 *singles* dentro do top 100 da Billboard²³ e uma delas, Our Song, se tornando a faixa número 1 na Billboard Hot Country Songs, ranking dedicado à música country. Entretanto, ao decorrer de sua carreira, experimentou diferentes sonoridades, mudando para o pop e adotando diferentes estéticas. Sempre com uma conexão forte com os seus fãs através das redes sociais, rapidamente construiu uma *fanbase* grande e fiel, que reconhece e celebra as suas eras. A seguir, analisaremos as eras Fearless (2008) e 1989 (2014).

5.1.1 A era Fearless

Fearless foi o segundo álbum de Taylor Swift, e foi responsável por sua fama internacional. Estreou como álbum número 1 do top 200 da Billboard, permanecendo por 11 semanas não consecutivas, o período mais longo para uma artista country feminina. O álbum foi premiado com 4 Grammy Awards, tornando Swift a pessoa mais jovem a vencer o prêmio de Álbum do Ano, estatueta mais importante da noite. Fearless mistura influências pop e country ao abordar temas como amor adolescente, aceitação na escola e desilusões amorosas. Em sua avaliação do álbum, o Pitchfork aponta que: "As canções são diarísticas, não apenas nas suas imagens de romance de contos de fadas e desilusões amorosas frustradas, mas em como Swift escreve suas letras como moni-histórias, com estruturas narrativas verbosas"²⁴ (PITCHFORK, 2019, tradução nossa). Love Story, seu primeiro *single*, conta a história de Romeu e Julieta, transformando-a em um final feliz. A estética dos materiais promocionais da faixa (Figura 20) e seu clipe (Figura 21) fazem referências a um conto de fadas, com cenários idílicos que seguem uma paleta de tons de amarelo, creme e oliva, similar à capa do álbum (Figura 26). O clipe se inicia com um casal de adolescentes (Figura 22), interpretados por Swift e um ator, trocando olhares em frente à uma escola de ensino médio. A partir daí, o cenário muda para um castelo (Figura 23), com cenas inspiradas em contos de princesas, desde Taylor na varanda do castelo à um baile (Figura 24), onde os dois dançam. O clipe

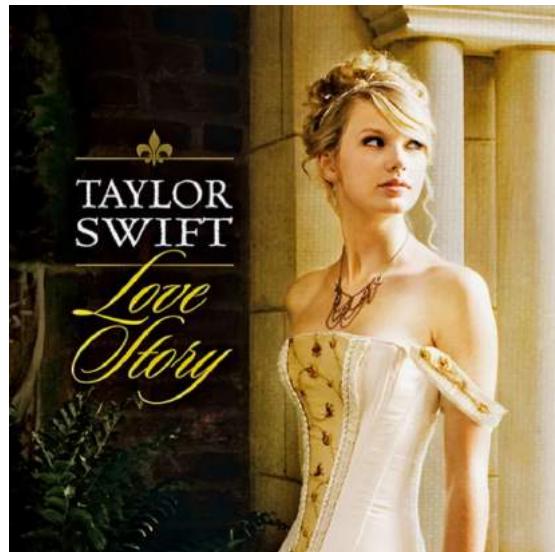
²³ Fonte: Billboard; Disponível em:

<<https://www.billboard.com/photos/6221976/taylor-swift-career-timeline-photo-gallery>>

²⁴ "The songs are diaristic not just in their images of fairytale romance and frustrated heartbreak, but in how Swift writes her lyrics like mini-stories with wordy, narrative structures." (PITCHFORK, 2019). Disponível em: <<https://pitchfork.com/reviews/albums/taylor-swift-fearless/>>. Acesso em 09/11/2021 às 12:11.

exala ideais de inocência, retratando um amor puro repleto de fantasia, conectando um amor juvenil do século XXI à história shakespeariana, mas com um final feliz (Figura 25).

Figura 20 - Capa do *single* Love Story



Capa do *single* Love Story. Fonte: Lastfm. [Link](#)

Figura 21 - Clipe de Love Story



Captura de tela do clipe de Love Story. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 22 - Clipe de Love Story



Captura de tela do clipe de Love Story. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 23 - Clipe de Love Story



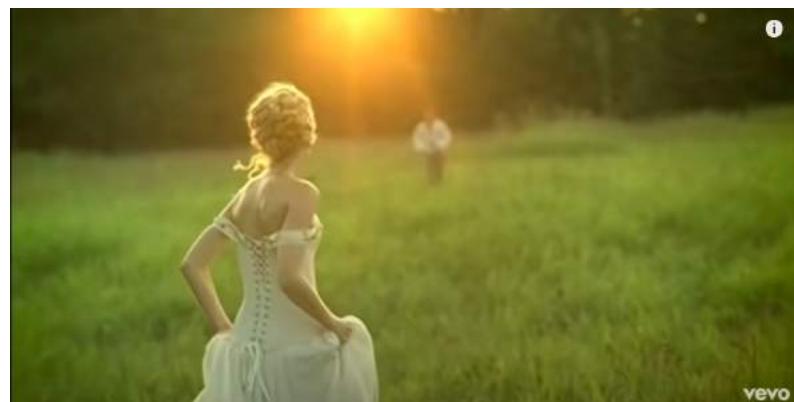
Captura de tela do clipe de Love Story. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 24 - Clipe de Love Story



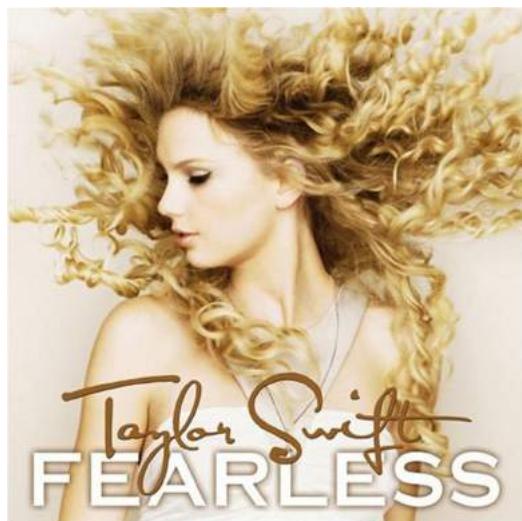
Captura de tela do clipe de Love Story. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 25 - Clipe de Love Story



Captura de tela do clipe de Love Story. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 26 - Capa de Fearless



Capa de Fearless. Fonte: Amazon. [Link](#)

A mesma atmosfera adolescente é mantida no *single* You Belong With Me, que trata de um amor secreto, ainda não correspondido. O eu lírico se coloca no lugar de "garota excluída", em oposição à namorada de seu interesse amoroso que é a líder de torcida popular, ambos papéis recorrentes em comédias românticas do colegial. No clipe, Swift interpreta as duas garotas, com cores de cabelos diferentes (Figura 27). A personagem principal está no seu quarto, que é vizinho à janela do interesse amoroso, pela qual eles trocam mensagens em folhas de papel (Figura 28). A personagem principal tenta atualizar seu visual, trocando de roupa para outros estilos frequentemente abordados em filmes de colegial (gótico, hippie, nerd), mas sua roupa principal é uma camiseta, famosa entre os fãs, que contém assinaturas de amigos (Figura 28). O clipe passa por eventos do colégio, como a espera pelo ônibus, um jogo de futebol e o baile, onde o interesse amoroso declara seu amor por Swift (Figura 29). Assim como na música Love Story, há um final feliz, tema recorrente no álbum, que fala do amor com esperança, otimismo e, às vezes, ingenuidade. A capa do single (Figura 30) retrata a mesma situação do clipe, com Swift vestida com a roupa de banda do colégio, excluída pela "garota popular", assim como visto em filmes populares da época, a dizer "Ela é demais", "Meninas malvadas" e "A nova cinderela".

Taylor mantém estética muito parecida à dos seus vídeos quanto de suas apresentações em premiações, como a de Love Story nos Country Music Awards de 2008 (Figura 31). A performance é feita em um cenário de castelo, com dançarinos imitando danças típicas medievais. Após uma troca de roupa para um vestido branco similar ao do vídeo, o ator do clipe se junta à Taylor na apresentação, em um encontro "felizes para

sempre" (Figura 32). Assim como no clipe, não há beijo entre os atores, reforçando a ideia de pureza. Na apresentação de You Belong With Me nos CMT Awards, Taylor começa vestida de forma similar ao clipe, com os mesmos roupão e óculos (Figura 33). Ao longo da apresentação ela revela um vestido azul, e se junta a banda e um grupo de dançarinos vestidos de líderes de torcida, que usam, inclusive, uniformes muito similares aos da escola de ensino médio da cantora (Figura 34). Assim como no caso anterior, é mantida uma estética similar ao clipe, que neste caso simula uma atmosfera típica de ensino médio norte-americano. Em suas aparições em eventos de premiação, Taylor frequentemente usava vestidos similares àqueles do *prom* estadunidense, com muitos brilhos e convencionalmente femininos (Figuras 35 e 36). Seus cabelos eram usados sempre cacheados, como na capa do álbum, estilo que a caracterizava nos primeiros anos de sua carreira, assim como o loiro dourado.

Figura 27 - As duas personagens de You Belong With Me



Montagem feita pelo usuário AdnanKhanReXx no Reddit, com capturas de tela das duas personagens interpretadas por Swift no clipe, com letras da canção que caracterizam ambas as personagens. Fonte: Reddit.

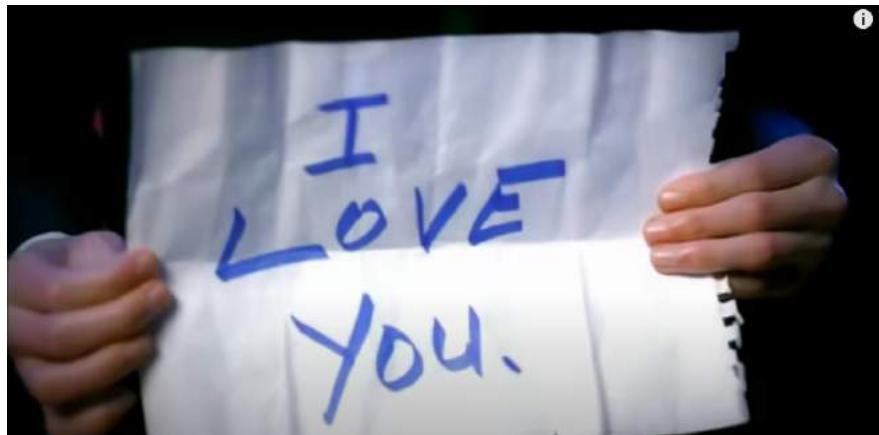
[Link](#)

Figura 28 - Swift e seu interesse amoroso em You Belong With Me



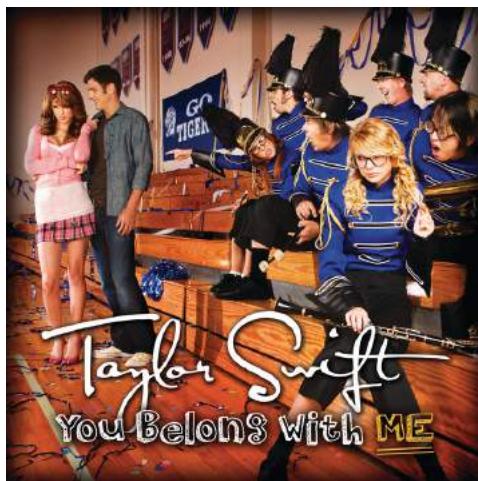
Captura de tela do clipe de You Belong With Me, onde Swift se comunica com seu vizinho e interesse amoroso, através de mensagens escritas em uma folha de papel. A camiseta Junior Jewels, com assinaturas de amigos, é famosa entre os fãs. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 29 - A declaração de amor



Captura de tela do clipe de You Belong With Me, quando o interesse amoroso se declara, com um papel, assim como o que eles usavam para se falar entre as janelas, escrito "eu te amo". Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 30 - Capa do single You Belong With Me



Capa de You Belong With Me. Fonte: Spotify. [Link](#)

Figura 31 - Love Story nos CMA Awards 2008



Captura de tela do vídeo da apresentação de Love Story nos CMA Awards 2008. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 32 - Love Story nos CMA Awards 2008



Captura de tela do vídeo da apresentação de Love Story nos CMA Awards 2008. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 33 - You Belong With Me nos CMT Awards 2009



Captura de tela do vídeo de apresentação de You Belong With Me nos CMT Awards 2009. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 34 - You Belong With Me nos CMT Awards 2009



Captura de tela do vídeo de apresentação de You Belong With Me nos CMT Awards 2009. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 35 - Taylor Swift nos CMA Awards 2009



Taylor Swift no tapete vermelho dos CMA Awards 2009. Fonte: E! Online. [Link](#)

Figura 36 - Taylor Swift nos American Music Awards 2008



Taylor Swift no tapete vermelho dos American Music Awards de 2008. Fonte: Just Jared. [Link](#)

A similaridade entre apresentações e videoclipes também pode ser notada na turnê de Fearless, que contava com apresentações de Love Story e You Belong With Me muito similares às antes analisadas. Além disso, a mesma estética romântica era traduzida em suas roupas, que misturavam brilhos, silhuetas clássicas e referências country, como as botas na Figura 38. As referências ao ensino médio podem ser escutadas nas músicas e vistas no palco, como em Teardrops On My Guitar, onde ela canta sobre um amor não correspondido em um cenário de biblioteca do colégio. As narrativas trazidas nas canções são ponto de identificação com muitas adolescentes em todos os cantos do mundo, e a postura casual e despretensiosa de Taylor Swift a tornam uma figura extremamente cativante. Assim, criou-se uma relação de proximidade muito forte entre os fãs e a artista, que costuma comunicar-se com eles através das redes sociais, enviar presentes e fazer surpresas em suas casas. No show, podemos ver essa proximidade em dois espaços: o B-stage e a T-Party. A fim de conseguir conectar-se com os fãs sentados em partes mais afastadas da arena, ela criou o que chama de B-stage, um palco pequeno secundário onde canta músicas em versões acústicas e consegue ficar mais perto de áreas mais distantes do palco principal. Já as T-Party são eventos após os shows, que funcionam como um encontro entre a cantora e seus fãs, escolhidos através das

redes sociais, ou por sua mãe na plateia. A artista não realiza *meet and greets*²⁵ pagos, o que torna as T-Party um dos poucos ambientes em que os fãs podem conhecê-la de forma mais íntima, já que a experiência funciona como uma pequena festa com Swift e sua banda. Essas atitudes contribuem para construir uma sensação de intimidade com a cantora, e, corroborar sua imagem de "garota comum", o que se conecta à relação de identificação entre fã e ídolo através da empatia, discutida por Mascarenhas e Soares (2015).

Figura 37 - Taylor Swift na turnê Fearless



Figurino de Swift na turnê Fearless. Fonte: Taylor Swift Style. [Link](#)

²⁵ Eventos organizados para promover o encontro entre fãs e artistas, para os quais frequentemente cobra-se um valor de ingresso alto.

Figura 38 - Taylor Swift na turnê Fearless



Figurino de Swift na turnê Fearless. Fonte: Taylor Swift Style. [Link](#)

Figura 39 - B-stage da turnê Fearless



Captura de tela do vídeo de apresentação na turnê Fearless. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 40 - T-Party

Captura de tela de vídeo sobre a T-Party. Fonte: Youtube. [Link](#)

Essa mesma estética era traduzida também nas roupas pessoais da cantora, que adotava o mesmo estilo romântico e juvenil em suas produções cotidianas, frequentemente fotografadas por paparazzis. O uso de vestidos femininos, quase sempre em tons claros ou com estampas florais era muito frequente, como na Figura 41. Além disso, Swift misturava elementos classicamente country com seu estilo romântico, como no caso da figura 42, onde é vista usando uma composição de saia floral e botas de montaria. Combinados, os videoclipes, material promocional, turnê e visuais em aparições públicas constroem uma estética da era Fearless, que se caracterizou pela imagem de garota doce do interior, que poderia frequentar uma escola de ensino médio comum e exala inocência e meiguice.

Figura 41 - Taylor Swift fotografada em Londres



Foto de paparazzi de Taylor Swift andando em Londres. Fonte: Taylor Swift Style. [Link](#)

Figura 42 - Taylor Swift dando autógrafos a fãs



Foto de paparazzi de Taylor Swift dando autógrafos a fãs. Fonte: Taylor Swift Style. [Link](#)

Fearless encapsula a experiência adolescente norte-americana tão veiculada em Hollywood: paixões, ensino médio, jogos de futebol americano e líderes de torcida ao som de

refrões country pop, sonoridade extremamente associada com tal referência cultural. Assim, a cantora se apoia em um arquétipo já conhecido por seu público alvo, tornando-se um tipo facilmente identificável (LIPOVETSKY, 2013). A juventude de Swift, há pouco tempo parte do imaginário popular, é traduzida em canções que ressoam com um público gigantesco, que, assim como ela, sofreu com amores não correspondidos, sonhos não realizados e falta de popularidade no colégio. Essa era marca a transição de Swift entre uma cantora country local e uma super-estrela em todo o mundo. Por isso, foi a estética que a definiu em seus primeiros anos de carreira, estabelecendo a imagem de doçura e inocência, que viria a ser transformada alguns anos depois.

5.1.2 A era 1989

O estrelato trazido com *Fearless*, seu segundo álbum, e, posteriormente com *Speak Now* e *Red*, terceiro e quarto álbum, respectivamente, tornaram Taylor Swift uma das personalidades mais famosas do planeta. Seus amigos, família e, especialmente seus namorados, tornaram-se alvo de atenção pública. Seus relacionamentos públicos com pessoas famosas como Joe Jonas e John Mayer, assim como as canções posteriormente escritas, tornaram-a alvo de comentários sexistas, que desqualificavam seus trabalhos e pintavam uma imagem de "namoradeira", levando a insultos machistas. Matérias como a da figura 43, que lista "15 razões por que é perigoso namorar Taylor Swift", tornaram-se extremamente comuns, levando a piadas frequentes nas redes sociais. Por outro lado, Swift passou a experimentar musicalmente, se aproximando cada vez mais de uma sonoridade pop, e colaborando com artistas do gênero, como Ed Sheeran e o produtor Max Martin, responsável pela produção de artistas como Britney Spears e Backstreet Boys. Esses dois fatores distanciaram Taylor Swift da imagem pública inicialmente estabelecida em *Fearless*, de uma menina comum do sul estadunidense. Dessa maneira, conseguimos ver o conceito de um álbum como marcador temporal, proposta por Askegaard (2010).

Figura 43 - Matéria sobre Taylor Swift

15 Reasons Why It's Dangerous To Date Taylor Swift

That's right, little Miss Swift is a notorious serial dater.

BY ARIANE SINGER

PUBLISHED FEB 22, 2017



Captura de tela do site [thetalko](#), onde lê-se "15 razões por que é perigoso namorar Taylor Swift. Fonte: [thetalko.com](#). [Link](#)

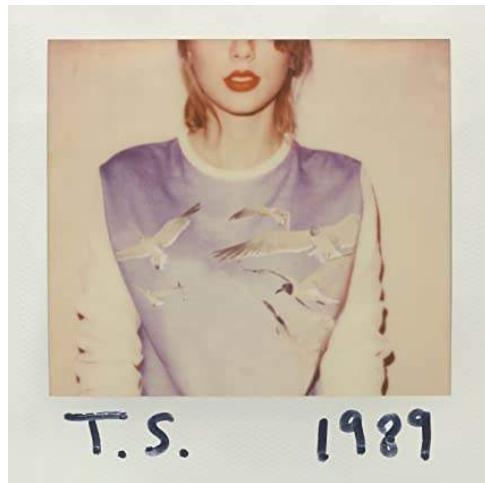
Nasce então 1989, o primeiro álbum exclusivamente pop da cantora, apresentado em uma transmissão ao vivo. Swift estreia um novo visual, com um cabelo curto e liso (Figura 44), em um apartamento em Nova York, para onde se mudou. 1989 é o ano de nascimento da cantora, e esse álbum serviu como uma forma de renascimento, uma vez que ela desafiou sua gravadora²⁶ e decidiu seguir com um projeto 100% pop, apesar de seu público cativo estar no country. O álbum tem como principal inspiração o pop sintético dos anos 80, e mostra uma Swift mais madura e desafiadora, escrevendo com confiança e embarcando em batidas dançantes. "No álbum, Swift perde a sua inocência, veste um senso de indiferença imperturbável, e aprende a navegar um mundo que subestimou seu lirismo e a envergonhou por namorar homens demais"²⁷, diz o Pitchfork em sua avaliação do álbum (PITCHFORK, 2019, tradução nossa). A capa apresenta a cantora com apenas parte de seu rosto à mostra, em uma foto Polaroid com somente "T.S 1989" escrito em sua caligrafia e um casaco com gaivotas voando. A ausência de seu nome mostra o quanto a cantora já era conhecida: apenas suas iniciais eram suficientes para que o público identificasse a quem aquele produto pertencia, mesmo com o seu rosto pela metade. Já as gaivotas exalam uma sensação de liberdade, uma artista que está prestes a alçar voo depois de produzir um projeto no qual acredita fielmente. O cabelo curto, por sua vez, mostra que a cantora estava deixando seu

²⁶ Swift contou em entrevista que sua gravadora não queria que ela saísse do country e fizesse um álbum pop. Mais em: "Taylor Swift revela que gravadora tentou vetar '1989'". Disponível em: <<https://portalpopline.com.br/taylor-swift-revela-que-gravadora-tentou-vetar-1989/>> Acesso em 11/11/2021 às 19:11.

²⁷ "On the album, Swift loses her naïveté, dons a sense of unfazed nonchalance, and learns to navigate a world that underappreciated her lyricism and shamed her for dating too many men." (PITCHFORK, 2019). Disponível em: <<https://pitchfork.com/reviews/albums/taylor-swift-1989/>>. Acesso em 11/11/2021 às 19:47.

passado country para trás, assim como seu tradicional penteado. A foto Polaroid foi usada tanto na capa, quanto no material colecionável que vinha em cada um dos álbuns: um kit de fotos com letras de diferentes canções e que eram recebidos aleatoriamente, mas que sofriam uma construção de valor por sua conexão com Swift, que transfere seu valor simbólico para o produto (CHOI e RIFON, 2007).

Figura 44 - Capa de 1989



Capa de 1989. Fonte: Amazon. [Link](#)

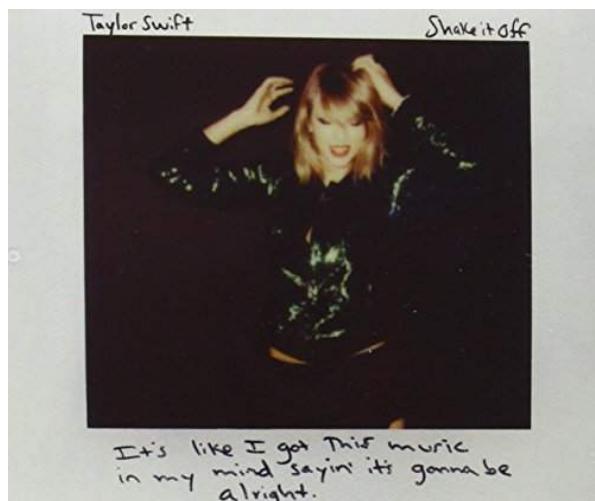
O primeiro *single* do 1989 é Shake It Off, pop dançante que fala sobre "deixar para lá" a negatividade dos *haters* - "odiadores vão odiar, jogadores vão jogar e eu só vou deixar para lá"²⁸, diz o refrão, em tradução livre. A capa do *single* (Figura 45) mostra a cantora em uma foto Polaroid, rindo, com uma frase da música escrita à mão ("É como se eu tivesse uma música na minha mente, dizendo que vai ficar tudo bem", em tradução livre). O clipe mostra a cantora dançando estranhamente diversos estilos, ao lado de dançarinos profissionais, enquanto rebate críticas ao cantar "Eu fico fora de casa até tarde, não tenho nada no meu cérebro, é isso que as pessoas dizem. Eu vou a muitos encontros, mas não consigo fazer eles ficarem, é isso que as pessoas dizem."²⁹. Anteriormente, Swift havia sido ridicularizada por

²⁸ "Haters gonna hate, hate, hate
Players gonna play, play, play
I'm just gonna shake, shake, shake
Shake it off, shake it off"
Verso original de Shake It Off

²⁹ "I stay out too late
Got nothing in my brain
That's what people say, hm hm
That's what people say
I go on too many dates, but I can't make them stay
That's what people say, hm hm

seus movimentos de dança em eventos, como na matéria da Figura 46. Por isso, a cantora assume sua falta de jeito ao dançar e se junta aos dançarinos, enquanto copia as coreografias de forma cômica (Figura 47). Depois, Swift também aparece dançando despretensiosamente com fãs, que foram convidados secretamente pela cantora para a gravação do vídeo. Shake If Off estreou na primeira posição da Billboard, onde ficou por quatro semanas, antes de ser destronado pelo segundo single do 1989.

Figura 45 - Capa de Shake It Off



Capa de Shake It Off. Fonte: Amazon. [Link](#)

Figura 46 - Matéria ridicularizando a dança de Swift

WATCH Taylor Swift throw some TERRIBLE dance moves in the VMA audience

The singer loves the opportunity to get her groove on and the 2014 MTV Video Music Awards were no exception

By Kara O'Neill, Reporter
12:37, 25 Aug 2014 | UPDATED 13:40, 25 Aug 2014

Taylor Swift is no stranger to a bit of **in-your-seat dancing, especially if she's in the audience at an awards ceremony.**

Matéria do site Mirror, que diz "Assista à Taylor Swift lançar movimentos de dança terríveis na plateia do VMA". Fonte: Mirror. [Link](#)

That's what people say"
Verso original de Shake It Off

Figura 47 - Clipe de Shake It Off



Captura de tela do clipe de Shake It Off. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 48 - Clipe de Shake It Off



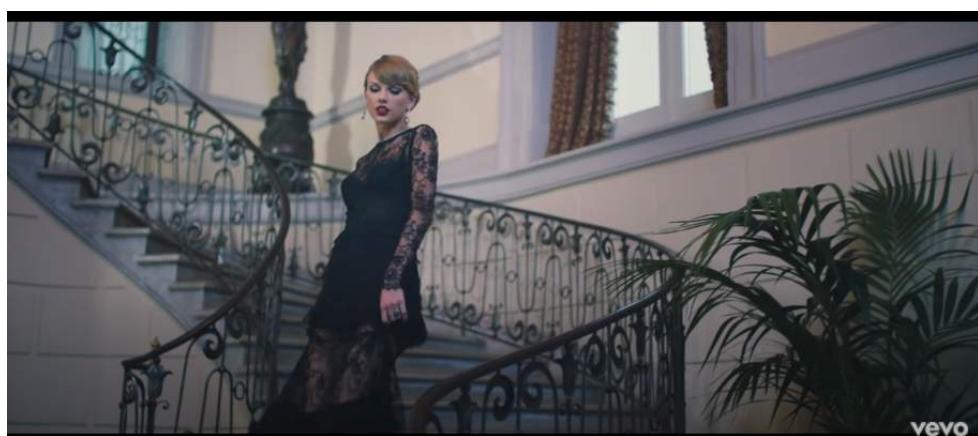
Swift com fãs no clipe de Shake If Off. Fonte: Youtube. [Link](#)

O segundo *single* de 1989 é Blank Space, música em que Taylor Swift encarna a personagem de uma mulher extremamente ciumenta, e que é muito controladora e emocionalmente instável com seus parceiros. A personagem é, segundo Swift, inspirada na imagem que a imprensa e parte do público propagava dela, como uma "namoradeira em série", pegajosa com seus amantes e que se aproveita deles para escrever músicas. Nesse contexto, podemos perceber como os *haters* (SIMÕES e FRANÇA, 2020) podem influenciar no trabalho dos artistas pop. No refrão, ela canta "Tenho uma longa lista de ex-amantes, eles te dirão que eu sou louca. Mas eu tenho um espaço em branco, baby, e vou escrever o seu nome."³⁰, que é seguido de um som de clique de caneta. No clipe, Taylor Swift interpreta o eu

³⁰ "Got a long list of ex-lovers
They'll tell you I'm insane
But I've got a blank space, baby

lírico, que vive em uma mansão e usa roupas extravagantes enquanto recebe o seu mais novo pretendente (Figura 49). No início, os dois estão apaixonados, vivendo momentos românticos em sua mansão (Figura 50). Contudo, a cantora interpreta um comportamento obsessivo (Figura 53), fazendo pinturas do namorado (Figura 51), escrevendo seus nomes em uma árvore e observando seus movimentos. Em um ataque de ciúmes, ela estraga as roupas dele (Figura 54), esfaqueia a pintura antes feita (Figura 52) e quebra o carro do amante (Figura 55). Ele foge desesperado, dando espaço para o próximo pretendente. A música é uma crítica à mídia e ao seu julgamento sobre Swift ao longo de sua carreira, e foi número 1 nas paradas da Billboard por sete semanas, derrubando Shake It Off da primeira posição.

Figura 49 - Clipe de Blank Space



Captura de tela do clipe de Blank Space. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 50 - Clipe de Blank Space



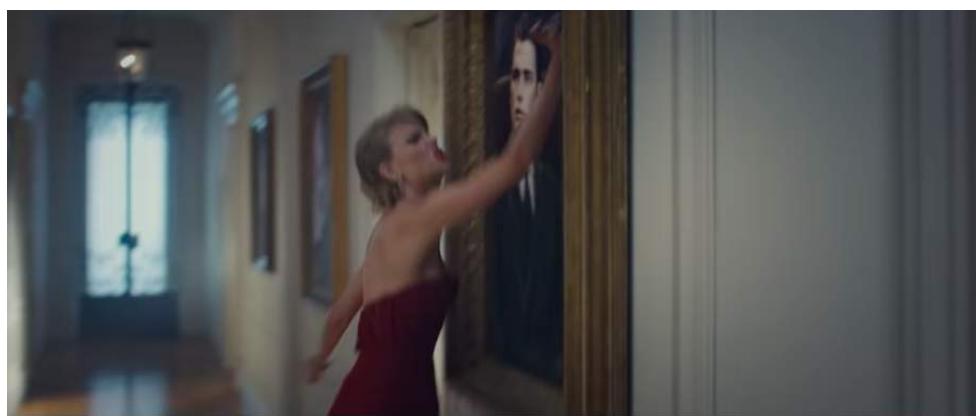
Captura de tela do clipe de Blank Space. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 51 - Clipe de Blank Space



Captura de tela do clipe de Blank Space. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 52 - Clipe de Blank Space



Captura de tela do clipe de Blank Space. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 53 - Clipe de Blank Space



Captura de tela do clipe de Blank Space. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 54 - Clipe de Blank Space



Captura de tela do clipe de Blank Space. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 55 - Clipe de Blank Space



Captura de tela do clipe de Blank Space. Fonte: Youtube. [Link](#)

As apresentações em programas de televisão e premiações foram numerosas para os dois *singles* analisados acima, diferenciando-se imensamente das apresentações de *Fearless*. Aqui, Swift passou a fazer mais uso de artefatos pop, como dançarinos e pirotecnia. Na apresentação de *Shake It Off* no *The X Factor*, reality show de música, Swift aparece usando um conjuntinho, estilo famoso nos anos setenta e oitenta, em um cenário cheio de cores vibrantes (Figura 56). As botas usadas em *Fearless* foram trocadas por salto alto, e a cantora dança junto com as suas backing vocals e banda de sopro. As estampas colocadas nas telas (Figuras 56 e 57) ao fundo podem ser associadas àquelas do Memphis Group, grupo italiano de design famoso nos anos oitenta (Figura 58). Portanto, podemos concluir que Swift faz uso de referências dos anos oitenta, mesclando-as com símbolos da cultura pop contemporânea.

Figura 56 - Shake It Off no The X Factor



Taylor Swift se apresenta no The X Factor Australia. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 57 - Shake It Off no The X Factor



Taylor Swift se apresenta no The X Factor Australia. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 58 - Projeto Memphis



Projeto compartilhado pelo fundador do Memphis Group em seu Instagram. Fonte: Instagram. [Link](#)

Na apresentação de Blank Space, música que traz uma narrativa em suas letras e também no videoclipe que a acompanha, Swift decidiu trazer uma estética muito similar à do clipe, interpretando a mesma personagem. Assim como na apresentação anterior, ela usa elementos performáticos da música pop, um deles sendo o microfone móvel, comum em apresentações de estrelas como Madonna e Britney Spears. Taylor Swift começa a apresentação em um jantar, que está emoldurado, assim como pinturas clássicas (Figura 59). Referências como a maçã envenenada dada a um dos namorados (Figura 60), assim como o fogo em suas mãos (Figura 61), denotam a ideia de "vilã" e loucura que a cantora deseja passar na canção, feita com sentido satírico. Dançarinos são "descartados", à medida que a personagem se cansa deles, e pinturas de antigos namorados são interpretadas por outros figurantes (Figura 62). Ao fim, a apresentação culmina em chamas (Figura 63), ilustrando o refrão da canção "Vai durar pra sempre, ou vai sucumbir em chamas", entrando no conceito de loucura do eu lírico.

Figura 59 - Blank Space no American Music Awards



Captura de tela da apresentação de Blank Space no American Music Awards 2014. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 60 - Blank Space no American Music Awards



Captura de tela da apresentação de Blank Space no American Music Awards 2014. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 61 - Blank Space no American Music Awards



Captura de tela da apresentação de Blank Space no American Music Awards 2014. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 62 - Blank Space no American Music Awards



Captura de tela da apresentação de Blank Space no American Music Awards 2014. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 63 - Blank Space no American Music Awards



Captura de tela da apresentação de Blank Space no American Music Awards 2014. Fonte: Vanity Fair. [Link](#)

Taylor Swift nunca foi uma fashionista, mas na era 1989, a cantora começou a ousar mais com seus *looks*, vestindo roupas mais decotadas e chamativas do que anteriormente. Nos Grammy Awards de 2016 (Figura 57), quando 1989 ganhou o prêmio de Álbum do Ano, tornando Swift a primeira artista feminina a ganhá-lo duas vezes, a cantora usou um *look* Versace, em um *color blocking*³¹ de laranja e rosa chamativos, assim como nas roupas dos anos oitenta. O vestido é quase uma versão superlativa do seu clássico conjuntinho de *cropped* + saia ou shorts, transformando-o em uma longa saia com uma fenda que revelava *hot pants*, similares às de academia. Já nos Billboard Awards (Figura 58), Taylor Swift usou um macacão que fazia referência aos tempos de disco, como uma Studio 54³² sutil. Nos cabelos, um estilo que lembra o vocalista dos Rolling Stones, Mick Jagger, na balada novaiorquina ao fim dos anos setenta (Figura 59). A sua bolsa diz "Bad Blood", um dos *singles* de 1989, contribuindo para a mescla de referências de: Nova York, Studio 54 e o presente.

³¹ Tendência de moda dos anos oitenta, que consiste na criação de blocos de cor dentro de um *look*.

³² Famoso clube de disco novaiorquino, que funcionou do fim dos anos 70 a meados dos anos 80.

Figura 64 - Taylor Swift nos Grammys



Taylor Swift nos Grammy Awards de 2016. Fonte: E! Online. [Link](#)

Figura 65 - Taylor Swift nos Billboard Awards



Taylor Swift nos Billboard Awards de 2015. Fonte: Fashionismo . [Link](#)

Figura 66 - Mick Jagger na Studio 54



Mick Jagger na Studio 54 em 1977. Fonte: Artsper. [Link](#)

Assim como outros momentos da era, a estética da turnê fazia referências aos anos oitenta, como o palco, que formava um aparelho de som em sua cortina e no chão (Figura 60), e todas as cores neon. Além disso, as menções a Nova York, também frequentes na era, podiam ser vistas na faixa de entrada e nas placas luminosas que replicavam as sinalizações nova-iorquinas (Figura 61). Os figurinos seguiam o estilo de Swift: conjuntos de *croppeds* com saia ou shorts, e roupas que a destacavam no palco, especialmente em Shake It Off, que cantava usando um conjunto com franjas, que se mexiam ao dançar.

Figura 67 - Palco da turnê 1989



Palco da turnê 1989. Fonte: Twitter. [Link](#)

Figura 68 - Placas nova-iorquinas na turnê 1989



Placas nova-iorquinas na turnê 1989. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 69 - Taylor Swift na turnê 1989



Taylor Swift na turnê 1989. Fonte: Vanity Fair. [Link](#)

Figura 70 - Taylor Swift na turnê 1989



Taylor Swift na turnê 1989. Fonte: Twitter. [Link](#)

A era 1989 foi parte renascimento, parte mola propulsora para Taylor Swift. A cantora, que até então fazia parte do rol de artistas country, se aventurou na música pop, gênero mais ouvido no planeta. O abandono de referências estéticas country, como as botas de caubói que tanto usava, somado à adoção de artefatos pop, como videoclipes ultra-produzidos e coreografados, distanciaram Taylor Swift de sua imagem antes cunhada. 1989 a tornou a artista mais ouvida no planeta, o que levou a um status de fama antes não experimentado pela cantora. Ela passou a frequentar os círculos mais exclusivos de Hollywood e se tornou presença cativa em todos os eventos mais importantes. Além disso, foi em 1989 que Swift passou a fazer referências à comunidade LGBTQIA+ e feminismo, assim como demonstrar mais sensualidade em suas canções e visual. Contudo, apesar de todo o glamour dessa nova vida de estrela pop, Swift continuou extremamente próxima dos seus fãs, fazendo, inclusive, sessões secretas em suas casas para que eles escutassem o álbum antes do lançamento (Figura 65). Além disso, apesar de uma maior variedade de assuntos e de uma abordagem mais madura, as letras de Swift continuavam extremamente narrativas, mantendo a mesma característica empática que seus primeiros hits. Apesar do cabelo, estilo, e som novo, a talvez parte mais importante de Taylor Swift continuou intacta: sua capacidade de conectar-se com seus fãs através da música.

Figura 71 - Secret Sessions de 1989



Fotos Polaroid de Taylor Swift e seus fãs em sua casa, para ouvir secretamente o álbum antes de seu lançamento. Fonte: Capricho. [Link](#)

5.2 Dua Lipa

Dua Lipa é uma cantora britânica de origem familiar kosovar-albanesa, que cresceu em Londres e inciou sua carreira no entretenimento como modelo, antes de lançar seu álbum de estreia em 2017, rapidamente conseguindo sucesso local. Com *New Rules*, sexto *single* do disco, conseguiu sucesso internacional e tornou-se uma das artistas mais ouvidas no mundo. A influência inglesa em seu trabalho é clara, assim como do pop americano dos anos 2000, dance music, e do hip-hop. Lipa entra no mercado já no momento de domínio das plataformas de streaming, assim como das redes sociais, as quais usaativamente para catalisar seu sucesso e conectar-se com seu público. Além disso, ela traz, desde suas primeiras produções, valores como o empoderamento feminino, tratando de temas como sororidade e sexualidade em suas canções. Com uma carreira jovem, mas já considerada um dos grandes nomes do pop, Dua Lipa já tem uma *fanbase* fiel e coleciona hits globais. A seguir, analisaremos suas duas eras: a chamada de *self-titled* (2017) e a Future Nostalgia (2019).

5.2.1 A era *self-titled*

O álbum homônimo de Dua Lipa estreou em junho de 2017, após meses de atraso e antecipação dos fãs, que já tinham acompanhado os *singles* anteriores. Lipa ganha popularidade ao fim dos anos 2010, quando pautas como feminismo, autoconhecimento e

sexualidade feminina já faziam parte de discussões *mainstream*, inclusive entre garotas adolescentes. Tais pautas têm papéis protagonistas nas canções e vídeos de seu álbum de estreia, que conta com uma melodia dançante, com fortes referências do pop, dance music e hip-hop. Mesmo nas faixas que tratam de desamor ou conflitos internos, Lipa exala confiança, assumindo uma postura tanto atrevida quanto firme. Em contraponto à Swift, não há qualquer tentativa de propagar uma imagem de inocência e docura, ao mesmo tempo que a cantora não é hipersexualizada como Britney Spears em seu início de carreira. Dua Lipa consegue existir em um espaço no qual exercita sua sensualidade, mas a partir de um ângulo que rejeita sua objetificação.

A atmosfera noturna é frequentemente abordada nesta era, contribuindo para a imagem de mulher jovem e independente, que sai livre com as amigas para a festa. Tal clima é refletido na capa do disco (Figura 72), onde Lipa é retratada à frente de um cenário de luzes, similares a de uma casa noturna. Com o cabelo molhado e maquiagem leve, com exceção dos olhos, que fazem referência à maquiagem icônica da modelo britânica Twiggy, Dua Lipa posa para a câmera. Contudo, a única peça de roupa visível na foto é uma jaqueta de couro semelhante a uma pele de cobra, que, além do visual descolado, denota tanto uma ideia de sensualidade e tentação, quanto de nascimento. Tal celebração de nascimento é também referenciado na canção inicial do álbum, Genesis, que faz um paralelo entre referências bíblicas, amor e recomeço. Podemos inferir, então, que seu primeiro álbum tem como objetivo celebrar o nascimento metafórico da cantora a partir de sua própria voz, ou, como dito por Dua Lipa em seu anúncio do álbum: "A razão pela qual é um álbum homônimo é porque esse álbum sou eu. É uma representação de quem eu sou como pessoa e artista."³³ (tradução nossa).

³³ "The reason it is self-titled is because this album is me. It's a representation of who I am as a person and as an artist." Disponível em: <<https://www.facebook.com/123471471072112/photos/a.779999248752661/1055244781228105/?type=3>>. Acesso em 13/11/2021 às 00:30.

Figura 72 - Capa do álbum Dua Lipa



Capa do álbum homônimo de Dua Lipa. Fonte: Amazon. [Link](#)

Figura 73 - Twiggy, modelo britânica



Twiggy, modelo icônica inglesa. Fonte: Globo. [Link](#)

Dua Lipa atingiu reconhecimento internacional com o sexto *single* do disco, New Rules. A canção é quase que um passo-a-passo de como superar um término, listando regras

como: "Um, não atenda o celular, você sabe que ele só está ligando porque está bêbado e sozinho"³⁴ ao som de uma batida eletro-pop. Na capa do *single* (Figura 68), Dua Lipa aparece no que parece ser uma festa com as amigas, rindo e dançando. O mesmo clima de amizade é retratado no clipe, mas de forma mais profunda. O vídeo se passa em um quarto de hotel à noite (Figura 69), onde Dua Lipa aparece deitada, sendo consolada pelas amigas (Figura 70). A cantora, que canta sobre superar um ex-namorado, é muitas vezes "interditada" pelas amigas, como ao tentar ligar para o antigo namorado (Figura 71), que, segundo a música, não a amava ("Ele não me ama, então eu me digo..."³⁵). Assim, a fim de ajudar Lipa a superar um amor tóxico, suas amigas dizem repetidamente as "novas regras" de superação, cantadas no refrão da música (Figura 72). O clipe segue por várias imagens que representam a sororidade, como ao ritual íntimo de uma pentear uma o cabelo da outra (Figura 73), usando-se sempre como apoio uma das outras (Figura 74). Ao meio do clipe, Lipa já sabe todas as regras de cor, dançando a coreografia junto às amigas. Então, ela sai ao sol (Figura 75), liderando-as enquanto caminham pela água (Figura 76) - o fatídico ex-namorado foi finalmente deixado para trás. No entanto, há uma outra amiga que surge na situação inicial de Lipa (Figura 77), que corre ao resgate. Portanto, Dua Lipa passa a ser aquela que serve de âncora, ditando à nova amiga as regras que aprenderá, compondo a sua rede de apoio (Figuras 78 e 79).

Figura 74 - Capa de New Rules



Capa do *single* New Rules. Fonte: Amazon. [Link](#)

³⁴ "One, don't pick up the phone
You know he's only calling because he's drunk and alone"
³⁵ "He doesn't love me so I tell myself"

Figura 75 - Clipe de New Rules



Captura de tela do clipe de New Rules. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 76 - Clipe de New Rules



Captura de tela do clipe de New Rules. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 77 - Clipe de New Rules



Captura de tela do clipe de New Rules. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 78 - Clipe de New Rules



Captura de tela do clipe de New Rules. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 79 - Clipe de New Rules



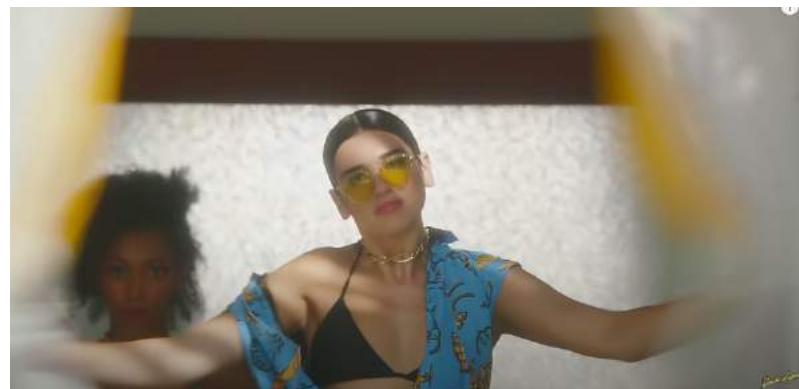
Captura de tela do clipe de New Rules. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 80 - Clipe de New Rules



Captura de tela do clipe de New Rules. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 80 - Clipe de New Rules



Captura de tela do clipe de New Rules. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 81 - Clipe de New Rules



Captura de tela do clipe de New Rules. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 82 - Clipe de New Rules



Captura de tela do clipe de New Rules. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 83 - Clipe de New Rules



Captura de tela do clipe de New Rules. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 84 - Clipe de New Rules

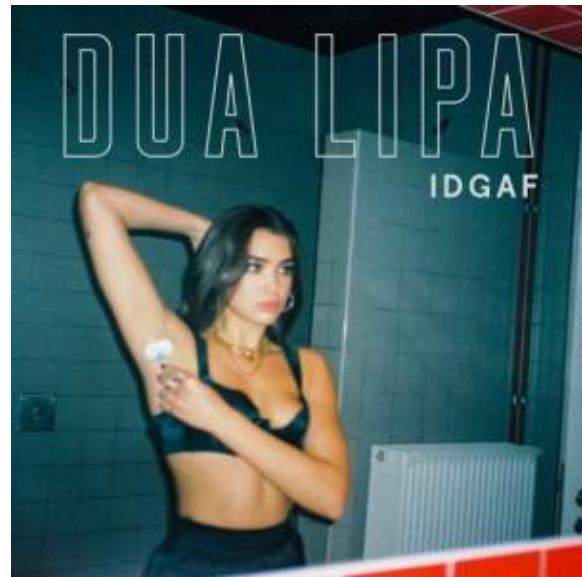


Captura de tela do clipe de New Rules. Fonte: Youtube. [Link](#)

O último *single* do álbum, IDGAF, trata sobre um término, com Dua Lipa sendo enfática que não liga mais para o ex-namorado, que a fez sofrer. Por isso, a cantora se coloca em primeiro lugar e rejeita as investidas do antigo namorado, dizendo que "não precisa do seu amor". O título é uma sigla, importada da linguagem digital, que significa "I don't give a fuck", que podemos traduzir como "eu não dou a mínima", atitude retratada na capa do *single* (Figura 80), na qual a artista é fotografada fazendo sua depilação. No clipe, a cantora trabalha a mensagem da música de uma forma um pouco diferente, explorando os conflitos internos individuais, tão frequentes em meio a términos, mas que também fazem parte do dia a dia de todos. Tendo isso em mente, o clipe mostra Lipa com um grupo de mulheres em roupas azuis e laranjas (Figura 83), representando as partes antagônicas que trazemos dentro de nós. Cada um dos grupos usa apenas um lado dos acessórios (Figuras 81 e 82), e, ao início, está em confronto com o grupo oposto, encenando os conflitos internos individuais (Figura 83).

Contudo, ao decorrer do vídeo, os grupos vão entendendo que ambas as partes são importantes, formando, inclusive um *yin-yang* (Figura 84), símbolo taoísta que exprime a dualidade do universo, acentuando sua força complementar. Assim, essa batalha interna dá lugar a uma auto aceitação (Figura 85), resultando em uma união e cooperação das duas partes (Figura 86).

Figura 85 - Capa de IDGAF



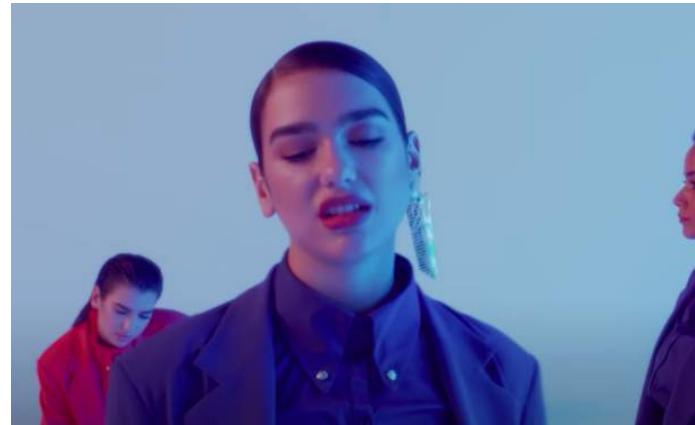
Capa de IDGAF. Fonte: Wikipédia. [Link](#)

Figura 86 - Clipe de IDGAF



Captura de tela do clipe de IDGAF. Fonte: Youtube. [Link](#).

Figura 87 - Clipe de IDGAF



Captura de tela do clipe de IDGAF. Fonte: Youtube. [Link](#).

Figura 88 - Clipe de IDGAF



Captura de tela do clipe de IDGAF. Fonte: Youtube. [Link](#).

Figura 89 - Clipe de IDGAF



Captura de tela do clipe de IDGAF. Fonte: Youtube. [Link](#).

Figura 90 - Clipe de IDGAF



Captura de tela do clipe de IDGAF. Fonte: Youtube. [Link](#).

Figura 91 - Clipe de IDGAF

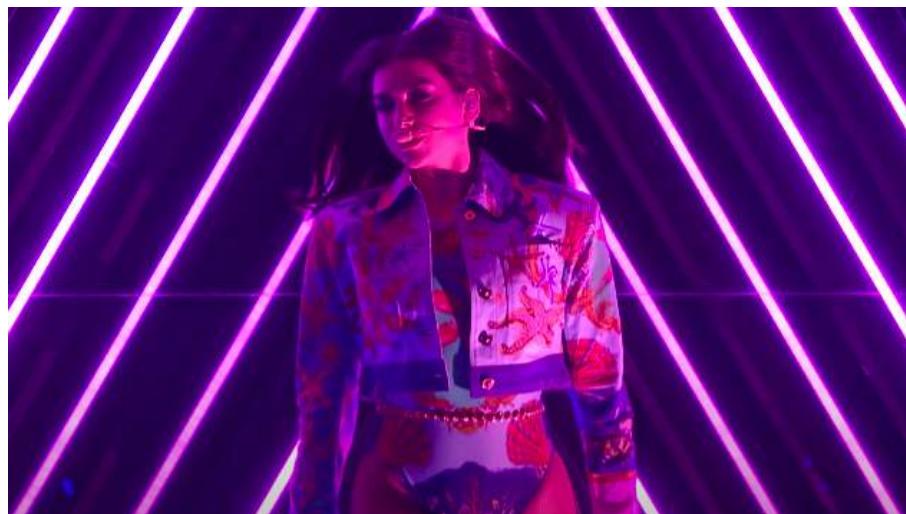


Captura de tela do clipe de IDGAF. Fonte: Youtube. [Link](#).

Em suas apresentações ao vivo dessa era, Dua Lipa usava elementos que conversavam com os clipes das canções apresentadas, fazendo um *link* entre o ao vivo e o vídeo antes visto por fãs. Nos BRIT Awards de 2018, ela apresentou New Rules, trazendo referências ao clima do clipe, como os figurinos das dançarinas (Figura 88), que são todas mulheres, assim como em ambos os clipes analisados. Ela inicia a apresentação deitada (Figura 87), assim como no clipe, e é colocada para cima por suas amigas, dando início a uma apresentação cheia de dança. O cenário contém elementos que remetem a ambientes noturnos, como as luzes neon, colocadas em todo palco (Figura 91). Por fim, a reprodução de momentos do clipe, como na figura 90, complementam a narrativa de sororidade, peça-chave tanto no clipe quanto nas

letras da faixa. Lipa termina a apresentação cantando: "Você vai superá-lo!", ao lado das dançarinas, fazendo uma pose em conjunto (Figura 91).

Figura 92 - New Rules no BRIT Awards 2018



Apresentação de New Rules no BRIT Awards 2018. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 93 - New Rules no BRIT Awards 2018



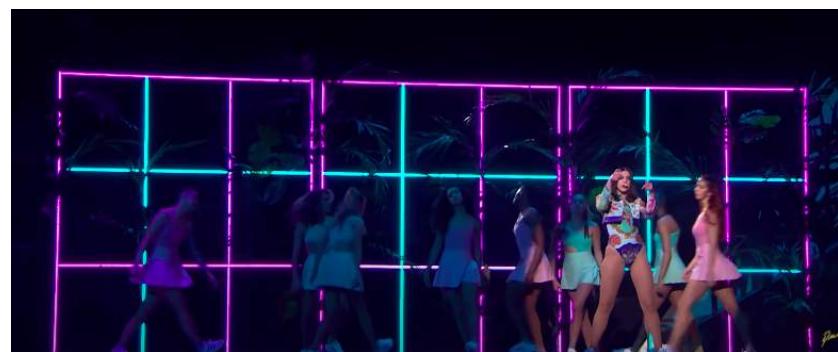
Apresentação de New Rules no BRIT Awards 2018. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 94 - New Rules no BRIT Awards 2018



Apresentação de New Rules no BRIT Awards 2018. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 95 - New Rules no BRIT Awards 2018



Apresentação de New Rules no BRIT Awards 2018. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 96 - New Rules no BRIT Awards 2018



Apresentação de New Rules no BRIT Awards 2018. Fonte: Youtube. [Link](#)

Na apresentação de IDGAF no programa de Stephen Colbert, Dua Lipa também faz alusões ao clipe, utilizando o mesmo tema de dualidade interior como base. Contudo, a abordagem para o tema é um pouco diferente do clipe. Ao invés de contar com grupos de dançarinos com figurinos distintos, ela usa um jogo de espelhos para ilustrar esse embate interno, fazendo coreografias dentro deste ambiente (Figura 92). Assim, há a impressão de que na verdade há duas versões da cantora, ao invés de uma, e o laranja e azul do clipe são incluídos na iluminação do palco (Figuras 93 e 94). A apresentação é complementada também com uma estética noturna, com vestidos brilhantes e luzes neon, ambos recorrentes em toda estética do álbum.

Figura 97 - Apresentação de IDGAF



Captura de tela da apresentação de IDGAF em Stephen Colbert. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 98 - Apresentação de IDGAF



Captura de tela da apresentação de IDGAF em Stephen Colbert. Fonte: Youtube. [Link](#)

As referências estéticas a seus clipes também estavam presentes nos seus *looks* de tapete vermelho, como na peça usada nos Billboard Music Awards de 2018, quando Dua Lipa apresentou sua canção New Rules. O vestido roxo parece uma versão mais sensual e estilizada dos robes usados no clipe de New Rules, que se tornaram famosos em todo o mundo. O visual traz também o clássico visual noturno de Lipa, com um tecido metálico combinado a um decote profundo. A mesma silhueta é usada ao apresentar-se no Jingle Ball, em 2018, quando apresentou New Rules no festival.

Figura 99 - Dua Lipa nos Billboard Music Awards 2018



Dua Lipa nos Billboard Music Awards em 2018. Fonte: Entertainment Tonight. [Link](#)

Figura 100 - Dua Lipa no Jingle Ball



Dua Lipa no Jingle Ball. Fonte: Dua's Outfits. [Link](#)

A era autointitulada de Dua Lipa foi, antes de tudo, sua carta de apresentação ao público, que passou a conhecer seu nome, sua sonoridade e associar sua imagem a um conjunto de valores. Porém, a era funcionou também como um momento de desenvolvimento da própria identidade da cantora, que tinha apenas 21 anos no lançamento do álbum. Assumindo que as imagens de celebridades funcionam como marcas (LIPOVETSKY, 2013), é natural que a sua identidade se desenvolva ao longo do tempo, à medida que elas se profissionalizam. Apesar de um pouco mais difusa do que as eras de Swift e a sua era seguinte, a era *self-titled* de Dua Lipa estabelece valores fundamentais que a tornaram reconhecível: como seu ode ao feminismo, ousadia, sensualidade e constantes referências à cena noturna.

5.2.2 A era Future Nostalgia

Em sua segunda era, Dua Lipa tinha o desafio de superar as expectativas de sucesso, já que seu primeiro álbum a havia tornado a artista feminina mais escutada no Reino Unido. Mesmo que a estratégia mais óbvia parecesse ser replicar o modelo feito anteriormente, Lipa decidiu ir além ao criar um universo estético e sonoro para o novo projeto. Future Nostalgia, título de seu segundo álbum, descreve perfeitamente o disco, que mistura referências de gêneros como disco e funk music a batidas eletrônicas do pop contemporâneo. Por isso, Lipa se apoiou em signos dos anos 80 e 90 para construir essa identidade visual, mesclando-os tanto com referências futuristas, quanto contemporâneas. A capa (Figura 102) mostra a cantora em um carro antigo, vestindo uma camisa social estilizada e luvas de látex com

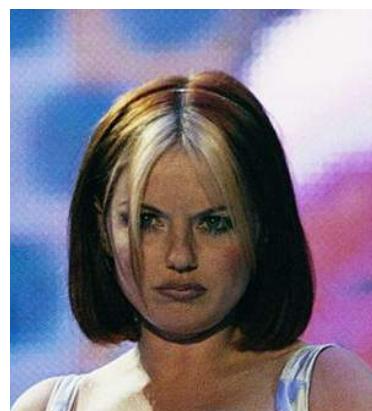
recortes, enquanto estreia um novo estilo de cabelo: luzes marcadas, inspiradas na *spice girl* Geri Halliwell (Figura 102) - traduzindo perfeitamente o título do álbum.

Figura 101 - Capa de Future Nostalgia



Capa de Future Nostalgia. Fonte: NME. [Link](#)

Figura 102 - Geri Halliwell

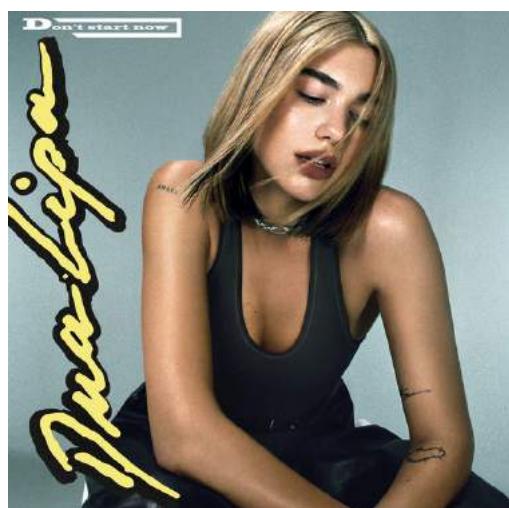


Geri Halliwell em apresentação com as Spice Girls, 1997. Fonte: Elle. [Link](#)

A era se inicia com o lançamento de *Don't Start Now*, primeiro *single* do álbum, uma canção que junta todas as referências musicais antes mencionadas, acompanhando letras chiclete que carregam toda a ousadia de Lipa, profissional em esnobar ex-namorados nas suas músicas. O tema é frequente nas canções da artista, que costuma retratar suas vivências a partir de uma ótica empoderada. Nesse contexto, assim como em sua era anterior, "a

experiência feminina colore Future Nostalgia do início ao fim, seja por um senso de empoderamento, seja por observações das desigualdades que as mulheres enfrentam. 'Não importa o que você faça, eu vou conseguir sem você / Eu sei que você não está acostumada com uma fêmea alfa', ela declara na faixa-título. A confiança em sua voz não te dá razão alguma para duvidar dela.³⁶ (NME, 2020). A capa do *single* (Figura 103) conta com o cabelo da era Future Nostalgia, assim como a nova logo da cantora, com fonte inspirada nos anos oitenta, em contraponto a logo genérica usada durante sua primeira era (Figura 72). Tal fonte serviu de inspiração para a apresentação de Don't Start Now no MTV EMA Awards, que aconteceu antes do lançamento do álbum.

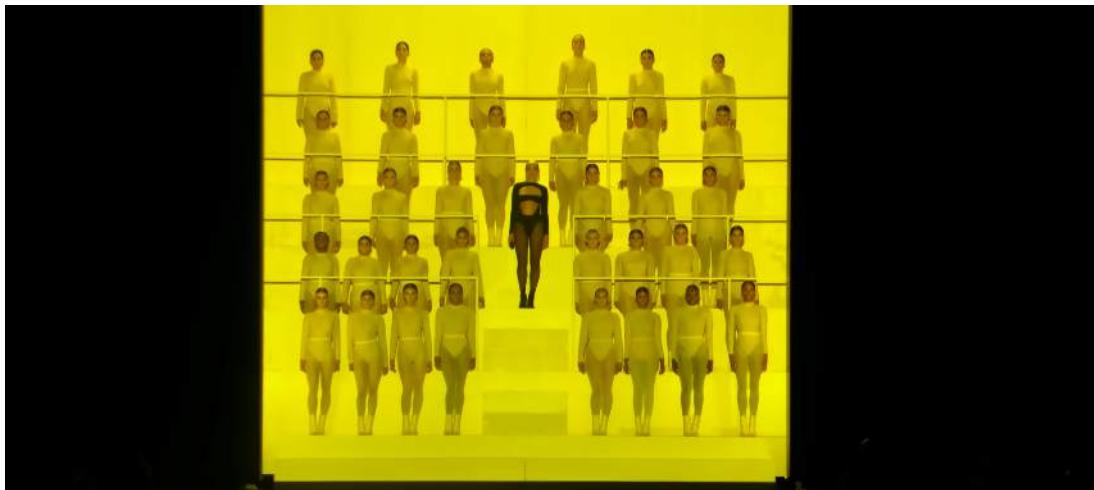
Figura 103 - Capa de Don't Start Now



Capa de Don't Start Now. Fonte: Discogs. [Link](#)

³⁶ "The female experience is one colours 'Future Nostalgia' from start to finish, be that through a sense of empowerment or observations on the inequality women face. "No matter what you do, I'm gonna get it without ya / I know you ain't used to a female alpha," she asserts on the title track. The confidence in her voice gives you no reason to doubt her." Disponível em: <<https://www.nme.com/reviews/album/dua-lipa-future-nostalgia-album-review-2633945>>. Acesso em 13/11 às 11:47.

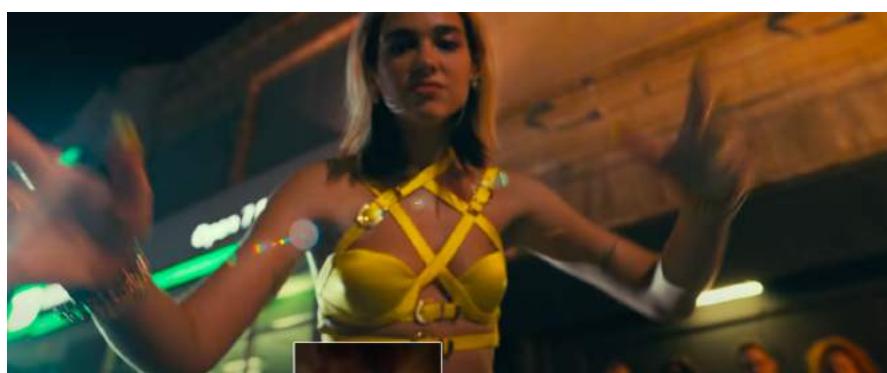
Figura 104 - Don't Start Now no MTV EMA



Dua Lipa apresentando Don't Start Now no MTV EMA, em 2019. Fonte: Youtube. [Link](#).

No clipe de Don't Start Now, Lipa usa o mesmo tom de amarelo como seu figurino principal, em um *top* que se assemelha ao figurino usado por Madonna em ensaio fotográfico. O vídeo trabalha a fusão entre passado e futuro, tema do álbum, usando como fio narrativo a superação de Lipa sobre um namorado, que é expulso de uma festa na primeira cena (Figura 104). Durante todo o vídeo, há um mix de referências antigas, como o microfone (Figura 105) e o baile de máscaras (Figura 107), e referências modernas, como o celular que a fotografa enquanto se apresenta (Figura 106). O globo de espelhos e as roupas que se transformam em neon (Figura 109) contribuem para acrescentar um elemento *disco* ao vídeo, conversando com a sonoridade da música. Por fim, é importante destacar que a discoteca aparece como lugar sagrado onde, junto com os amigos, ela dança de forma quase que catártica.

Figura 105 - Clipe de Don't Start Now



Clipe de Don't Start Now. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 106 - Clipe de Don't Start Now



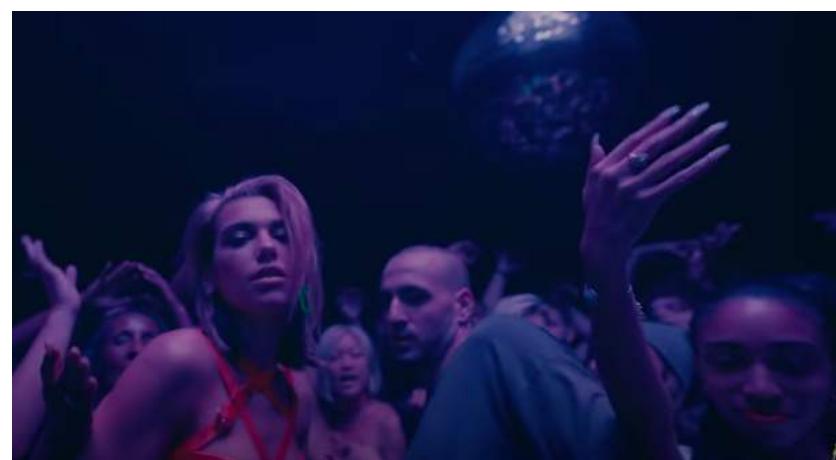
Clipe de Don't Start Now. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 107 - Clipe de Don't Start Now



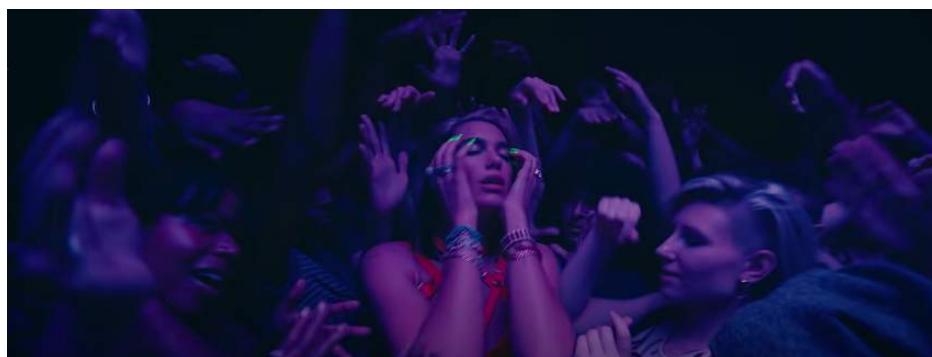
Clipe de Don't Start Now. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 108 - Clipe de Don't Start Now



Clipe de Don't Start Now. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 109 - Clipe de Don't Start Now



Clipe de Don't Start Now. Fonte: Youtube. [Link](#)

Para seguir o sucesso de *Don't Start Now*, a cantora lançou *Physical* como segundo *single* do *Future Nostalgia*. Tanto o título, quanto a sonoridade da faixa remetem à música de mesmo nome lançada por Olivia Newton-John lançada em 1981³⁷. A música tem alta conotação sexual, explorada pelo clipe através de uma adaptação do diagrama *Order and Cleanliness*³⁸ (1981), de Fischli e Weiss (Figura 110). O diagrama divide o mundo em conceitos fundamentais como: os seres humanos, emoções, animais e matéria, que formam novos conceitos em suas intersecções. Ao centro do diagrama, está o orgasmo, que, segundo os autores, existe a partir da junção de todos os outros conceitos fundamentais, sendo o centro da existência. No clipe, o diretor adaptou esse conceito a um diagrama de cores (Figura 110), onde cada uma delas representa os conceitos trazidos por Fischli e Weiss e suas intersecções. Assim, tanto Lipa quanto seus dançarinos usam roupas de diferentes cores, enquanto transitam por todas as seções do diagrama, com jaquetas contendo escritos que as conectam às categorias de Fischli e Weiss (Figura 114). Ao fim, todos se juntam no centro de diagrama, onde dançam em volta de Dua Lipa, que veste um vestido preto com ombreiras, fazendo, mais uma vez, referência aos anos oitenta (Figura 110).

³⁷ Ver "Physical", Olivia Newton-John, lançado pela MCA em 1981.

³⁸ Diagrama desenvolvido por Peter Fischli e David Weiss em 1981, que afirma os conceitos fundamentais que compõem o mundo.

Figura 110 - Clipe de Physical



Reproduzir (k)

Diagrama de cores no clipe de Physical. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 111 - Diagrama de Fischli e Weiss

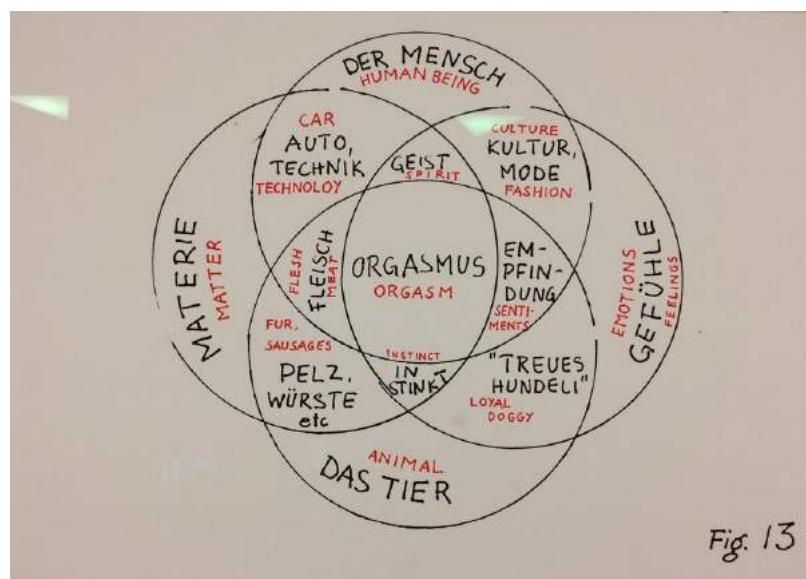


Diagrama de Fischli e Weiss, com traduções em inglês em vermelho. Fonte: Fake Art Colony. [Link](#)

Figura 112 - Clipe de Physical



Clipe de Physical. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 113 - Clipe de Physical



Clipe de Physical. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 114 - Clipe de Physical



Clipe de Physical. Fonte: Youtube. [Link](#)

Além do clipe oficial, analisado acima, a cantora produziu também um vídeo de exercício (Figura 115), inspirado nas fitas *fitness* vendidas nos anos oitenta. Nesse segundo

vídeo, a cantora usa *collant* e tênis inspirados na época (Figura 116), e que depois foram disponibilizados no seu *site*, e realiza exercícios físicos ao som de Physical.

Figura 115 - Vídeo *fitness* de Physical



Vídeo *fitness* de Physical. Fonte: Youtube. [Link](#)

Figura 116 - Vídeo *fitness* de Physical



Vídeo *fitness* de Physical. Fonte: Youtube. [Link](#)

Os planos para Future Nostalgia foram extremamente impactados pela pandemia da COVID-19, já que o álbum foi lançado poucas semanas após o início do isolamento social em todo o mundo. Ao lançá-lo, Dua Lipa fez uma transmissão ao vivo no Instagram, onde disse que esperava que seu álbum trouxesse um pouco de felicidade em um momento tão sofrido. Quase inteiramente composto de músicas dançantes, o Future Nostalgia foi um sucesso, mesmo em quarentena e sem quaisquer eventos físicos de divulgação. A pandemia também

impactou a turnê, que estava marcada para acontecer do ano de 2020, mas foi postergada. Por isso, a cantora decidiu realizar o Studio 2054, show conceitual feito através de *livestream*. Assim como toda a era Future Nostalgia, o show faz uma mescla de referências retrô (especialmente dos anos 80) e futurísticas, como denotado pelo nome, que faz alusão a famosa boate de disco Studio 54. O show *online* contou com a participação de convidados, que, junto a Dua Lipa, realizaram apresentações das faixas mais famosas da cantora e do disco. Lipa transitava entre diferentes cenários, como um palco que contava com a mesma lua da capa do álbum, onde fez uma coreografia inspirada em Flashdance (Figura 117) e uma balada, com um globo de espelhos gigante, que iluminava uma pista cheia de patinadores (Figura 118). O evento contou também com adereços de luzes neon (Figura 119), uma roupa inspirada na cantora Cher (Figura 120), e uma transmissão que fazia parecer um filme produzido na década de oitenta. Por fim, a cantora apresentou também algumas versões do Club Future Nostalgia (Figura 117), álbum que fez compilando *remixes* do Future Nostalgia.

Figura 117 - Studio 2054



Show Studio 2054. Fonte: LIVENow. [Link](#)

Figura 118 - Studio 2054



Show Studio 2054. Fonte: LIVENow. [Link](#)

Figura 119 - Studio 2054

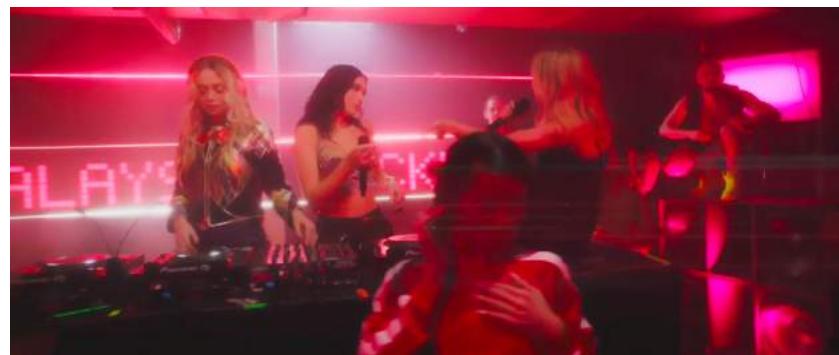


Show Studio 2054. Fonte: LIVENow. [Link](#)

Figura 120 - Studio 2054



Roupa inspirada em Cher, usada no show Studio 2054. Fonte: onlystars. [Link](#)

Figura 121 - Studio 2054

Show Studio 2054. Fonte: LIVENow. [Link](#)

Em 2021, com a flexibilização das medidas contra a COVID-19 e o retorno de alguns eventos presenciais, Lipa compareceu aos Grammy Awards, onde ganhou a estatueta de Melhor Álbum Pop Vocal. No evento, ela usou um vestido que ilustrava as referências do Future Nostalgia, do disco ao pop dos anos noventa, com referências a Cher e Mariah Carey, enquanto a roupa do *after party* homenageou Christina Aguilera, reiterando seu hábito de propagar o que Soares (2015) chama de estilo de vida sob uma lógica pop.

Figura 122 - Dua Lipa no Grammy Awards

Dua Lipa no Grammy Awards, em 2021. Fonte: Cosmopolitan. [Link](#)

Figura 123 - Cher



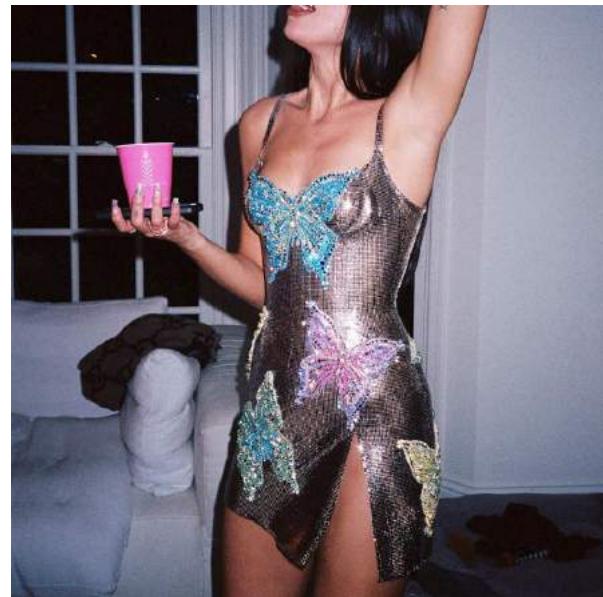
Cher com vestido e penteado que serviram de inspiração para Dua Lipa. Fonte: Glamour. [Link](#)

Figura 124 - Mariah Carey



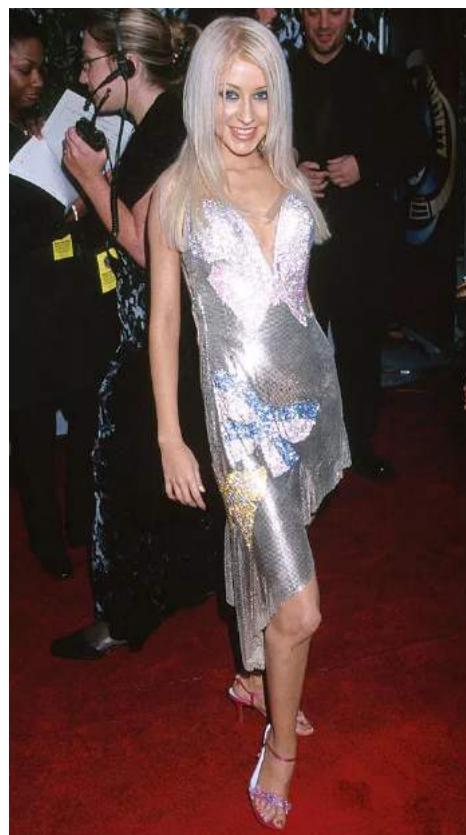
Mariah Carey com blusa que serviu de inspiração para Dua Lipa. Fonte: Glamour. [Link](#)

Figura 125 - Dua Lipa em *after party*



Dua Lipa em *after party*. Fonte: Glamour. [Link](#)

Figura 126 - Christina Aguilera



Vestido que serviu de inspiração para Dua Lipa. Fonte: Glamour. [Link](#)

A era Future Nostalgia é amarrada a partir de uma estética extremamente coesa, que permeia a música, o visual da cantora e todo material visual produzido para o álbum e sua divulgação. As referências disco são misturadas com a cultura pop contemporânea, criando uma sonoridade e visual muito singular. Assim, ela exprime a cadeia de retroalimentação pop, que recicla ícones anteriormente trabalhados, e a qual podemos entender a partir da compreensão de que performances pop trazem consigo símbolos que contribuem para a formação identitária do público (SOARES, 2015). Diante disso, é possível entender o sucesso estrondoso do projeto, que foi o álbum mais ouvido de 2020 no Spotify³⁹, um reflexo do desenvolvimento artístico da cantora entre os seus projetos.

6 Considerações finais

O desenvolvimento frenético do século XX, que permeou os mais diversos segmentos, levou a transformações intensas na esfera sociocultural, impactando todo modelo de produção e consumo vigente. A partir disso, houve uma ruptura da barreira que separava a indústria e a cultura, dando início ao capitalismo artista e sua dinâmica transestética, que transpassa a vida contemporânea. Nesse contexto, ícones pop, marcados por sua natureza massificada, encontram terreno fértil para sua disseminação, tornando-se parte do imaginário popular. Admitindo que o entretenimento é o produto central da cultura midiatisada, é possível concluir que a construção identitária dos indivíduos sofre uma forte influência das camadas estéticas formadoras do capitalismo artista, que incluem a cultura *pop* e as celebridades. O desenvolvimento dos meios de comunicação tornaram possível a criação de fenômenos globais, as super-estrelas, conhecidas em todo o mundo. Além disso, a conectividade nativa do ambiente digital, especialmente as redes sociais, nutriram o surgimento de relações antes impossíveis, seja por restrições geográficas ou sociais. Dessa forma, os artistas criam uma relação muito próxima com seus públicos, que se identificam com os valores e mensagens compartilhados por suas estrelas favoritas. Portanto, é comum que os fãs desejem consumir todo tipo de conteúdo produzido por seus artistas favoritos, assim como qualquer material que o circunscreva. Ademais, os grupos de fãs estabelecem um tipo de consumo particular, criando canais de comunicação paralelos, assim como códigos e termos próprios. Então, há uma produção massiva de produtos estéticos por parte das

³⁹ ““Future Nostalgia”, de Dua Lipa, é o álbum de 2020 mais reproduzido no Spotify” Disponível em:<<https://tracklist.com.br/future-nostalgia-dua-lipa/101071>>. Acesso em: 19/11/2021 às 17:22

celebridades, suas equipes e seus *fandoms*, tornando-os figuras quase que ubíquas, que tem sua imagem cuidadosamente construída, assim como uma marca.

As eras criadas por artistas pop como Taylor Swift e Dua Lipa exprimem tanto a realidade transestética dominante no capitalismo artista, quanto a meticulosa construção de imagens das celebridades, destacadas por Lipovetsky (2013). Por meio das eras, os artistas comunicam o conceito de seus projetos através de diferentes meios, apoiando-se em elementos estéticos que compõem uma identidade visual e narrativa. Nos Estados Unidos e Reino Unido, dois dos três maiores mercados musicais do mundo, há um ciclo definido de produção artística dentro da música pop: gravação do álbum, lançamento, divulgação, turnê e então uma migração para o projeto seguinte. Por isso, as eras são facilmente identificáveis dentro desses ciclos, tanto por sua estética, quanto por uma delimitação temporal clara. No Brasil, por outro lado, esse ciclo de produção artística não funciona de forma tão definida, o que dificulta a categorização das produções pop brasileiras em eras, como é feito com artistas americanos e britânicos. Ainda assim, há uma exploração estética por parte de alguns artistas, como, por exemplo, Pabllo Vittar. Em seu álbum Batidão Tropical (2021), Vittar se apoiou em referências nordestinas e internacionais do início dos anos 2000, aludindo a criações das bandas de forró, novelas mexicanas e pop internacional da época. Dessa maneira, assim como Lipa, ela participa da cadeia de retroalimentação antes mencionada, adaptando antigos ícones pop ao conceito atual, e assim propagando o que Soares (2015) chama de estilo de vida sobre uma lógica pop.

Dessa forma, desenvolvem-se novos tipos de consumo por parte do público, que recebe material midiático constante das celebridades, imergindo-se nos seus universos estéticos e posicionando-o dentro das suas referências culturais. Portanto, podemos considerar que as estrelas de música pop são figuras ativas na disseminação de produtos estéticos, cuidadosamente produzidos, costurando-os junto a uma narrativa pessoal. Assim, artistas e fãs constroem seu imaginário popular, permeado por símbolos pop, que funcionam como referências visuais cotidianas e tornam-se parte das vidas individuais e coletivas de cada um.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, T. **Indústria cultural e sociedade**. Editora Paz e Terra. 2009
- ASKEGAARD, S. **Experience economy in the making: Hedonism, play and coolhunting in automotive song lyrics**. Consumption, Markets and Culture, 13(4), p.351– p.371. 2010.
- BYRNE, D. **How music works**. Crown. Kindle Edition. 2012.
- BULL, M. **The end of *flânerie*: iPods, aesthetics and urban experience**. Ekman—Throughout. 2012.
- CASTRO, G. S. **Entretenimento, Sociabilidade e Consumo nas Redes Sociais: cativando o consumidor-fã**. Revista Fronteiras. Vol 14. 2012
- CHOI, S. M.; RIFON, N. J. **Who is the celebrity in Advertising? Understanding Dimensions of Celebrity Images**. The Journal of Popular Culture. Vol. 40, No. 2. 2007
- DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. Editora Atlas. 2005
- ERA. In: Michaelis: **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. 2021. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=era>. Acesso em: 08/11/2021 às 16:44.
- FRANCO PERPETUO, I.; AMADEU DA SILVEIRA, S. (orgs.). **O futuro da música depois da morte do CD**. Momento editorial. 2009.
- FRANÇA, V. ; SIMÕES, P. **Celebridades, acontecimentos e valores na sociedade contemporânea**. E-compós (Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação), jan-dez, publicação contínua, 2020, p. 1-25.
- LIPOVETSKY, G. ; SERROY, J. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. Companhia das Letras, 2013.

MASCARENHAS, A.; SOARES, T. **A estética do fandom: experiência e performance na música pop..** 2015.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação.** 13. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

PEREIRA DE SÁ, S.; CARREIRO, R.; FERRARAZ, R (orgs.). **Cultura pop.** EDUFBA. 2015.

PETERSON, R. A.; BERGER, D. **Cycles in symbolic production: the case of popular music.** American Sociological Review, v. 40, 1975.

RIBOWSKY, M. **He's a rebel: Phil Spector - Rock and Roll's legendary producer.** Cooper Square Press. 2000.

ROCHA, R.; CASTRO, G. **Cultura da mídia, Cultura do Consumo: Imagem e espetáculo no discurso pós-moderno.** Logos 30: Tecnologias de Comunicação e Subjetividade. Ano 16, 1º semestre. 2009.

ROJEK, Chris. **Celebridade.** Edição Única. Rio de Janeiro. Rocco, 2008.

ROSS, A. **The rest is noise: Listening to the twentieth century.** Picador. 2007.

SANDVOSS, Cornel. **Quando a estrutura e a agência se encontram: os fãs e o poder.** Tradução de Simone do Vale. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/download/36927/21502>. Acesso em: 11/09/2020.

SANNEH, K. **Major labels: A history of popular music in seven genres.** Canongate Books. Kindle Edition. 2021

SHEPHERD, J. **Tin Pan Alley.** Routledge. 1982.

SIMÕES, Paula. **Celebridades na sociedade midiatisada: em busca de uma abordagem relacional.** ECOPÓS, v. 16, n. 1, p. 104-119, jan./abr. 2013.

SOARES, T. **A estética do videoclipe.** Editora da UFPB. 2013.