

Performance e capital especulativo na música pop¹

Thiago SOARES²

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

O artigo debate a intensificação de uma cultura de especulação sobre artistas musicais nas redes sociais digitais como traço fundamental do consumo da música pop. Aponta para a noção de capital especulativo como um ativo sobre o qual artistas musicais se movem no mercado musical e do entretenimento a partir do agenciamento de um regime performático autorreferente e codificado nas práticas de fãs. Evidencia que videoclipes seriam territorialidades dramáticas em que performances audiovisuais em rede conectam estratégias mercadológicas e de consumo cultural, apontando para rasuras ficcionais que colocam em cena dramas sociais na cultura pop. Postula-se que as metodologias de Estudos de Performance são fundamentais para enquadramentos analíticos e clivagens conceituais.

PALAVRAS-CHAVE: música pop; capital especulativo; performance; consumo.

Quando lançou o álbum “Doce 22”, em 18 de julho de 2021, a cantora Luísa Sonza o definiu como “seu trabalho mais pessoal”, “um verdadeiro mergulho nos meus fantasmas emocionais”, “a maneira que encontrei de lidar com os ataques de ódio das redes sociais”. Trata-se de seu segundo álbum fonográfico de estúdio, lançado pela gravadora Universal Music e todo material de divulgação, incluindo *releases* para a imprensa, materiais para influenciadores digitais e entrevistas em portais e veículos de comunicação, destaca um traço do disco: a presença de dois “momentos” (que seriam análogos à personalidade da cantora), um mais alegre e festivo (que se inicia na primeira faixa “INTERE\$\$EIRA” e vai até “MULHER DO ANO XD”) e outro mais denso e introspectivo (de “melhor sozinha :-(-:” a “também não sei de nada :D”).

O argumento de que um álbum fonográfico seria a tradução de um senso de personalidade de um artista musical integra o debate proposto em torno da noção de semblante midiático (SOARES, 2013) para análise de produtos da música pop. O conceito auxiliaria na compreensão dos enlaces entre vida e produtos midiáticos e, num

1 Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Professor e pesquisador do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) e do Departamento de Comunicação Social (Decom) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); coordenador do grupo de pesquisa em Comunicação, Música e Cultura Pop (Grupop) e bolsista Produtividade em Pesquisa PQ-2 do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), e-mail: thiago.soares@ufpe.br

primeiro momento, ajudou a visualizar como videoclipes seriam formas de presentificação deste semblante dos artistas nas mídias: aparição e aparência destes corpos em espaços de alta visibilidade da cultura pop.

A noção de semblante midiático integra os escritos de Andrew Goodwin (2001) como uma espécie de adensamento do conceito de *persona*. Para o autor, o termo *persona* estaria por demais conectado a uma dimensão de personalidade e traria lastros de uma discussão essencialmente comportamental, sobretudo em função do campo de onde esta tradição de estudos viria: a comunicação política. A crítica parecia fazer sentido no momento em que Andrew Goodwin escreveu seu livro “Dancing in the Distracting Factory” e que ele analisava o impacto de um então novo regime de produção de sentido da música pop, com a criação da Music Television (MTV) e do constante acionamento da ideia de que o “vídeo teria matado o astro do rádio” (tradução da icônica música do grupo Buggles de 1979, que, não à toa, o videoclipe abriu a transmissão da MTV nos Estados Unidos em 1981).

Na perspectiva de Goodwin, ao contrário, o artista de música sempre esteve “projetado” sobre os produtos sonoros que lançava: seja em canções, através de sua presença na voz e na interpretação, seja na imagem que criava, primeiramente nos palcos e, posteriormente, nos videoclipes. Para o autor, a noção de um corpo implicado na escuta evidenciaria que, para além da audição de artistas musicais e na evocação de um corpo (argumento central no clássico texto “O Grão da Voz”, de Roland Barthes), estaríamos diante de um “semblante”, ou seja, de uma projeção, uma espécie de sombreamento ou zona de criação e fabulação que se dá a partir da escuta.

A ideia de semblante midiático parece ser mais atrativa, de acordo com Goodwin, para dar conta de uma certa intangibilidade que haveria na criação de estratégias de tradução de sentidos de personalidade de artistas por agentes da indústria fonográfica e do mercado musical. Para evitar uma espécie de retórica dos manuais de estratégias de marketing, o autor aposta num conceito que desloca a ideia de um “projeto acabado de criação de identidade para um artista” em direção a um campo ligeiramente mais difuso e impreciso, aberto ao acaso e às ingerências econômicas e contingenciais.

O argumento de Goodwin considera que a indústria fonográfica e o mercado musical forjariam identidades e, portanto, apelos de inúmeras ordens sobre a relação entre a vida de um artista e sua obra (argumento já apresentado e largamente explorado

por Simon Frith em seu “Performing Rites”), mas acrescentaria uma espécie de camada de acaso e de improbabilidade nestes trâmites. Portanto, ao apostar na ideia de semblante midiático, entende-se que as tecnologias de comunicação remodelariam os processos de formação identitárias atrelados às indústrias do entretenimento, ao mesmo tempo que evidenciam, para além de um certo gesto mimético em torno de um comportamento coletivo, a gênese de poéticas dos sujeitos que se organiza em torno de planejamento e gestão de si, mas também pelo acaso e pela improbabilidade em “manter” certos pactos simbólicos.

Em alguma medida, Goodwin estaria endossando a impossibilidade de defesa dos ideais da Modernidade de um sujeito planejado e racional, “edificado” segundo princípios do mercado (argumento próximo ao de Richard Sennett em “O Declínio do Homem Público”) mas sim sublinharia o desejo de criação deste “projeto” e a sombra de sua “falha” – ao mesmo tempo, a incorporação da “falha” como projeto também identitário pelas indústrias do entretenimento (algo defendido por Jack Halberstam em “A Arte Queer do Fracasso”). Há um argumento que parece fazer bastante sentido (agora ainda mais diante de um processo de intensificação das trocas simbólicas em redes sociais digitais) que é a ideia de “falta” (“*lack*” do termo original). Para Goodwin, a ideia de incompletude seria central naquilo que ele vai classificar como a “musicologia das imagens”, ou seja, a “falta”, ausência ou até mesmo carência numa certa produção de sentido, que vai gerar potências simbólicas incorporadas pelo mercado musical.

É, portanto, diante da noção de semblante midiático e na aposta de um adensamento conceitual em torno da postulação de que os produtos da música pop carregam em si amplo espectro performático e fabular capaz de gerar debates e especulações em redes sociais digitais que este artigo se apresenta. Estuda-se o álbum “Doce 22”, da cantora brasileira Luísa Sonza, verticaliza-se a discussão sobre uma canção que ganhou amplo espectro especulativo em rede por tematizar o fim de relacionamento da cantora com um humorista – e que este teria sido “responsável” por catapultar o sucesso da artista.

A hipótese que se desenha é a de que, num contexto de amplas visibilidade e performatividade, artistas musicais ganharão ou incrementarão a notoriedade em função daquilo que chamamos de capital especulativo, ou seja, a capacidade de gerar dimensões fabulares e especulativas em torno de episódios de suas vidas (incluindo aí a

sua obra), dentro de um regime performático marcadamente autorreferente e reconhecível primeiramente por sua base de fãs e, em seguida, por um amplo espectro de fruidores.

A ideia de capital especulativo, longe de ser uma aposta que visa “mensurar” influência ou alcance, traz à tona uma espécie de ativo capaz de promover mobilização em rede a partir do caráter emocional de alguns dramas sociais (TAYLOR, 2013) protagonizado por artistas musicais. O campo da música pop se configura como profícuo para a visualização destas articulações na medida em que aciona afetos e emoções (AMARAL e MONTEIRO, 2013 e SÁ, 2016), além de um amplo espectro de mobilizações em rede. Recorrer à noção de capital, trazendo à tona as contribuições da sociologia de Pierre Bourdieu, endossa aquilo que Goodwin vai defender sobre a criação de imagens, personagens e narrativas no âmbito do mercado de entretenimento: o caráter econômico e profundamente enraizado no capitalismo das estratégias de mercado para criações identitárias. Para Andrew Goodwin, não seria possível desvincular a estética de produtos da música pop de seu endereçamento mercadológico, colocando em evidência a sedução das imagens-sons e o gerenciamento do prazer e do marketing no âmbito do capitalismo.

A aposta do léxico “capital” também se faz em função de sua articulação com a ideia de “especulação”. Para alguns autores, como Maurizio Lazaratto (2014), estaríamos vivendo, pelo menos desde a retração e posterior crise econômica de 2008, no chamado capitalismo especulativo, em que os agenciamentos dos sujeitos seriam fortemente marcados por uma lógica presente no mercado financeiro, em que o esconder-e-revelar dos signos presentificaria uma constante incerteza que deslocaria para o âmbito performático a campo das escolhas, decisões e práticas discursivas. Esta ideia de incerteza e imprecisão nas leituras e interpretações das imagens e sons no contemporâneo foi tematizada no campo das imagens por André Brasil (2011) ao debater o caráter maquínico destas imagens e das performances num momento histórico profundamente autorreferente – temática também amplamente debatida por Sibília (2008).

O contexto analítico analisado pelo autor recai sobre a profusão de *reality shows* e de performances que reivindicavam uma autenticidade, um isso-foi ou um aqui-está-um-verdadeiro-eu do início dos anos 2000 e, já naquele momento, havia a aposta numa dimensão performática em torno do valor sobre aquilo que o autor vai chamar de

“cinismo”. André Brasil mapeia, assim, um paradoxo: ao mesmo tempo que se afirmaria um “verdadeiro-eu” em meio a uma profusão de imagens produzidas sobre os sujeitos, é exatamente este volume de imagens que acabaria gerando imagens e sons repetitivos, cíclicos e, portanto, esvaziados de sentido, acionando um constante gesto de desconfiança e de cinismo em torno dos discursos e das performances.

Portanto, testa-se neste artigo a possibilidade de discussão em torno da noção de capital especulativo como conceito norteador sobre consumo de música pop em redes sociais digitais. Reivindica-se, entretanto, que para além de uma dimensão estritamente imagética e estratégica destes termos, seria central debater como o capital especulativo estaria articulado às materialidades sônico-musicais dos artistas, numa relação com suas vidas midiáticas em rede e as clivagens oportunizadas por leituras e interpretação de fãs e consumidores de música.

Divide-se o artigo em três partes: a partir da descrição de uma rede de sentidos e sensibilidades evocadas pelas disputas de narrativas em torno da canção “Penhasco”, interpretada pela cantora Luísa Sonza, debate-se a formação do capital especulativo da artista a partir de episódios de sua vida pessoal que vão intensificando o drama social presente na canção e complexificando as práticas de escuta conexa (JANOTTI JÚNIOR e QUEIROZ, 2021) em rede; em seguida, postula-se que a teatralidade presente no videoclipe da faixa apontaria para a criação de uma territorialidade dramática ancorada em estratégias de marketing do mercado musical; por fim, delinea-se a metodologia das clivagens performáticas como importantes balizas de compreensão das performances na música pop.

A biografia de uma canção

Entende-se que fenômenos da música pop e mais amplamente da cultura pop são centrais para se teorizar a partir da noção de performance. Em alguma medida, empreende-se um conjunto de estudos que tentam abordar o debate sobre performance (TAYLOR, 2013) em deslocamento para fenômenos musicais. Dois campos emergem como produtivos em investimentos analíticos para tratar da música: 1. os estudos sobre roteiros performáticos e as clivagens em torno de como as narrativas se organizam em torno dos produtos midiáticos e 2. as abordagens dramatúrgicas (SOARES, 2021), ou seja, a dimensão de teatralidade que perpassam os formatos e ações em mídia de artistas

musicais. No primeiro, adota-se o gesto metodológico da clivagem de ações e acontecimentos midiáticos que permitem o reconhecimento de estratégias, pactos e fruições em contextos culturais e sócio-históricos específicos em se tratando de fenômenos musicais. A perspectiva dos estudos sobre roteiros performáticos não é da ordem meramente estrutural tampouco prescritiva, na verdade, é antes a formação de um quadro dinâmico de reconhecimento das articulações entre as dimensões estruturais e também da agência dos sujeitos nesta estrutura e quais as condições contextuais e culturais que estes atores sociais enfrentam como traço de sua vivência em rede. O estudo das dramaturgias se atém mais especificamente à teatralidade (FÉRAL, 2015) dos acontecimentos e seu poder de adesão, emoção e comoção também a partir de recortes culturais específicos e contingências conjunturais que incidem sobre as leituras e interpretações de ações no campo musical. Uma hermenêutica da dramaturgia midiática é acionada na medida em que os pactos de leitura e interpretação encontram-se móveis, potencialmente “frouxos” e aptos a serem lidos em circunstâncias específicas.

Os estudos sobre roteiros performáticos foram abordados nas investigações do grupo de pesquisa em Comunicação, Música e Cultura Pop (Grupop) na análise de espetáculos musicais (LIMA, 2017; MATEUS, 2018; LIMA, 2019; SOARES, 2021a), de celebridades no campo da música (SOARES, 2021b; SOARES e LINS, 2018); da cultura de fãs no campo da música (SOARES e SOUTO, 2017; LINS, 2017; SOARES, 2020); da agência de gêneros musicais e interseccionalidades sobre performances musicais (ROLIM, 2018 e SOARES e TENÓRIO, 2021) entre outras abordagens. Percebe-se entretanto a necessidade de adensar mais a discussão específica sobre performance oriunda do campo da Música, uma vez que a discussão dos Estudos de Performance (a partir de Diana Taylor) está inscrita e marcada por enquadramentos teóricos e conceituais que mesclam tradições da Antropologia, da Sociologia e das Artes Cênicas e Visuais.

Madrid (2009) reconhece um conjunto de “problemas de performance” no campo da Musicologia e da Etnomusicologia tanto no tocante à execução da música ao vivo quanto nas mediações tecnológicas e de consumo da música. Na produção acadêmica sobre cultura musical, o estudo da performance significou “uma ampla variedade de paradigmas de fazer música, desde as visões ortodoxas que separam composição e performance ao questionamento dessa dicotomia, às especulações práticas

e filosóficas trazidas pela prática da performance movimento dos anos 1970 e 1980 nas tradições ocidentais e não ocidentais” (MADRID 2009, p. 1). Assim, segundo Madrid, as questões de performance abordadas por estudiosos do campo da musicologia orbitam em torno da interpretação de textos musicais, acessibilidade da música aos ouvintes, performances musicais como textualidades e improviso – por exemplo. “A performance não existe para apresentar obras musicais, mas sim, as obras musicais existem para dar ao intérprete algo para representar” (MADRID, 2009, p. 3).

Planejamento de espetáculos musicais, técnicas e execuções, roteiros de shows, dispositivos técnicos, repertórios, entre outros, são questões que ajudam a entender como os espetáculos musicais são pensados para serem exibidos em ambientes presenciais ou midiáticos. Do campo da Comunicação e mais detidamente dos processos de midiática, debater performance na música implica em reconhecer a plataforma da cultura, as ingerências das materialidades dos meios de comunicação como importantes ambientes reguladores e também questões que orbitam sobre os conglomerados de mídia e suas ações mercadológicas em contextos digitais. As problemáticas de investigação sobre performance no campo da música convergem para o reconhecimento de que se trata de desdobramentos sobre estudos da música ao vivo que também implicariam em reconhecer um novo estágio da plataforma da música e da formação de redes sócio-técnicas a partir de gêneros musicais.

Adota-se a recomendação de Madrid para debater a dimensão performática das canções, da crítica genética à circulação e ao consumo cultural. Neste caso, incide-se na interpretação da faixa “Penhasco” a partir da clivagem midiática que gerou o que chamaremos aqui de “vida midiática” (FERNANDES, 2021) da canção, ou seja, tanto a sua poética e seu material sônico-musical mas também os comentários e textos que incidem e “formam” a faixa musical no ambiente das mídias. A proposta é reconhecer a dimensão performática de uma faixa musical a partir do que chamamos de mapeamento da biografia de uma canção, seu “nascimento”, permanência nas mídias e morte (esquecimento), considerando a sua reaparição em novos contextos históricos e culturais. A perspectiva é perceber como a biografia de uma canção incide sobre os enlaces de quem a performatiza, promovendo fricções especulativas e fabulações sobre a dimensão cênica da poética musical.

“Penhasco” é uma faixa que recria a imagem de alguém à beira do precipício como metáfora da indecisão sobre atos amorosos³. Recorre a clichês como pactos dramáticos, como na imagem formada ao Luísa Sonza cantar “quando segurei sua mão você soltou a minha e a inda me empurrou do penhasco”, como num clímax de filme de ação em que a personagem está “por um triz”, perto de morrer ao ser jogada de um local extremamente alto. A poética da canção desliza entre esta imagem do penhasco e referências mais pessoais (“você sabe bem que eu sou”; “eu não sinto raiva”; “pior é que eu tentei”) para se projetar no refrão com a ênfase no canto alongado de Luísa Sonza ao entoar “e eu sei que chora”.

Uma análise da dimensão performática de “Penhasco” envolve não apenas a sua textualidade e a ação corporal sobre o material sônico-musical, mas o conjunto de clivagens e fabulações que envolvem do nascimento à circulação da faixa em ambientes midiáticos. Em entrevista ao programa “Sabe aquela música” da Rádio Mix FM⁴, Luísa Sonza atesta que compôs “Penhasco” na volta de uma viagem de avião do México aos prantos. Há uma “falta” nesta narrativa da cantora que é material para ampla especulação de fãs: teria sido no México a desfecho do relacionamento dela com o humorista Whindersson Nunes, portanto, dentro deste espectro fabular, a faixa seria sobre o fim de relacionamento dos dois.

A cantora descreve outra indicação performática: “Aí depois eu chamei a Day (a compositora Day Lins) e Carol Biazin aqui, a gente entrou no escritório, apagamos todas as luzes, fiquei no escuro... E eu comecei a falar, falar. Falei coisas que eu nunca tinha falado para ninguém, vomitei tudo. E aí peguei o violão e comecei a cantar”⁵.

3 “Sabia que a queda era grande/ Mas tive que pular/ Queria que a gente fosse mais alto/ Quando segurei sua mão você soltou a minha/ E ainda me empurrou do penhasco. E te dizer te amo agora é mais estranho/ Estranho mesmo é te ver distante/ Botar o nosso amor numa estante. Eu tive que desaprender a gostar tanto de você/ Porque 'cê faz assim?/ Não fala assim de mim.

E eu sei que chora/ Não finge que não viveu toda nossa história/ Meu Deus eu pedi tanto pra não ir embora/ Mas tenho que seguir meu caminho agora. 'Cê sabe bem quem eu sou/ Sabe que se chamar eu vou/ 'Cê sabe bem quem eu sou/ Sabe que se me chamar eu vou.

E eu não sinto raiva, eu não sinto nada além/ Do que você já sabe/ Pior que 'cê sabe bem, meu bem/ O tanto que eu tentei/ que eu não sinto raiva, eu não sinto nada além/ Do que você já sabe/ Pior que 'cê sabe bem, meu bem/ O tanto que eu tentei.

Eu tive que desaprender a gostar tanto de você/ Porque 'cê faz assim?/ Não fala assim de mim. E eu sei que chora.

4Disponível em: <https://maringa.radiomixfm.com.br/luisa-sonza-abre-o-coracao-e-conta-que-escreveu-penhasco-aos-prantos-voltando-mexico/>. Acesso em 12 de junho de 2022.

5Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/celebridades/luisa-sonza-abre-coracao-sobre-musica-feita-para-whindersson-nunes-veja-video-63071?cpid=txt>. Acesso em 12 de junho de 2022.

Estas narrativas episódicas em torno da canção “Penhasco” ao mesmo tempo que dão início ao roteiro performático⁶ (que estamos chamando de biografia da canção) incidem sobre o caráter emocional da escuta conexa. Para parte significativa do público e fãs de Luísa Sonza, ouvir “Penhasco” significa se enredar nesta teia de episódios que se presentificam na audição da faixa, na performance ao vivo, na espetatorialidade do videoclipe, incidindo sobre a dramaturgia do semblante midiático da artista em redes sócio-técnicas.

Em busca de uma reflexão sobre a performance das canções, chama-se “biografar” as canções: sua gênese, os nascimentos e mortes do cantar, aquilo que, da efemeridade, fica: registra-se em torno de um bios cênico (BARBA, 2009), ou a forma com que a vida de alguém que canta “percorre” a canção, ancora versos, dramatiza estrofes, enfatiza refrões. Cada canção, um mundo biográfico: de quem canta, de quem ouve. Biografar uma canção é uma atividade que envolve um gosto pelo pragmatismo: por se aventurar em torno de como a canção aparece, como ela emerge e se corporifica. Estamos diante de um quadro mais amplo em que a canção desvela uma maneira de ver o mundo, uma ética, seus desafios e aprendizados. É neste sentido que se apoia nas teorias das performances para reconhecer um lugar para pensar a canção para além estritamente da linguagem: a experiência.

Performance, ambiguidade e especulação

Da gravação da canção “Penhasco” e de seu irrestrito consumo em plataformas digitais de áudio e vídeo, emerge novas camadas performáticas que movimentam Luísa Sonza no roteiro performático clivado a partir do nascimento da faixa. O humorista Whindersson Nunes é questionado sobre se a música teria sido escrita para ele e atesta: “Eu não joguei ninguém do penhasco”⁷. De um certo lugar de vítima da situação de abandono, a cantora Luísa Sonza se desloca para o drama social da vilania. Ela assume namoro com o cantor Vitão e adentra um debate público sobre caso a cantora tinha traído seu ex-namorado. Novas especulações, novas mobilizações em rede tanto de *haters* (odiadores) que a atacam, quanto de fãs que a defendem. É esta capacidade de

6 A cantora diz que criou a melodia de “Penhasco” a partir do início da canção “Blackbird” dos Beatles, evidenciando uma construção narrativa que aciona ideais de aprisionamento e liberdade também em retóricas clichês.

7 Disponível em: https://www.purepeople.com.br/noticia/whindersson-nunes-fala-o-que-achou-da-musica-penhasco-de-luisa-sonza_a330294/1. Acesso em 11 de junho de 2022.

mobilização de afetos em rede que chama-se de capital especulativo. Trata-se de uma característica fundamental de uma lógica especulativa do capitalismo financeiro aplicada ao mercado musical mas também uma premissa fundante dos estudos de performance. Para debater o que norteia a noção de performance, é fundamental adentrar as relações sempre precárias e imprecisas entre corpo e gesto ou corpo e expressão. Ou como o corpo adentra o debate em torno das formas de produção artísticas e midiáticas. Os estudos de performance acionam instâncias que se atritam e sobrepõem os estudos de linguagem, de gênero e das epistemologias. Pensar a performance na música requer enveredar por dois aportes pouco explorados nos escritos no terreno analítico da música: ambiguidade e especulação.

Paul Zumthor aciona o caráter emocional – chama-se aqui de pragmático – em torno do ato de ouvir. Na voz, segue o autor, palavra é lembrança, memória-em-ato de um contato, aurora que permanece em nós ligeiramente apagada, promessa de realização. A voz é de um acionamento da ordem do mistério: biológico e mítico/religioso. De alguma forma, Zumthor está recuperando e corporificando a dimensão fenomenológica do canto em performance e suas aberturas e ambiguidades. É deste caráter ambíguo que abre-se a fenda para a especulação e as dinâmicas interpretativas em rede uma vez que como já apontou David Heslmondagh (2012) a canção pop funciona como aparato de pedagogias da emoção, aprendizados simbólicos da existência.

A escuta de “Penhasco”, na voz de Luísa Sonza, mobiliza afetos na medida em que consolida aspectos éticos e morais em torno do debate público sobre amor e suas moralidades (hooks, 2021). O argumento central de bell hooks recai sobre a ideia de que o amor encenado nas mídias constrói marcadores interseccionais que politizam a discussão outrora chamada de banal sobre a política dos afetos. Neste sentido, impossível não reconhecer o quanto das marcações de gênero aparecem nos julgamentos sobre a suposta “traição” de Luísa Sonza, ao mesmo tempo, por ser uma mulher cis branca, o enorme lastro de privilégios que a cantora goza ao encenar lugares de vilania (como na canção “INTERE\$\$EIRA”).

O que interessa no debate sobre performance é o reconhecimento da potência cênica de alguns episódios e a maneira com que artistas agem nele (evita-se aqui o termo “atua” em função de seu caráter excessivamente prescritivo), uma vez que emerge uma carga de intangibilidade e acaso sobre a performance. É deste equilíbrio

sempre inacabado entre projeto de sujeito e falhas morais que a pretensão de coerência do sujeito também vacila. E no âmbito das disputas e vivências em rede, emergem valores performáticos em torno do fraquejamento e da moral difusa.

Videoclipe como territorialidade dramática

O videoclipe da canção “Penhasco” configura-se na clivagem final desta análise performática. Trata-se de um *lyric video* em que a cantora aparece encenando uma entrevista, fuma, apaga cigarros e remete a uma clássica aparição midiática da escritora Clarice Lispector na TV Cultura. Reivindica-se o videoclipe como uma territorialidade dramática em que a canção é reencenada diante de códigos que ampliam o espectro poético. Trata-se de um gesto metodológico de apreensão do videoclipe a partir do debate sobre performance e apareceu, inicialmente em nossos estudos, como uma categoria para debater metodologias de análises de vídeos (SOARES, 2013). A performance seria um eficiente arcabouço conceitual para empreender a ligação entre criação musical e dinâmicas comunicacionais que reconheçam audiência e ambiente musical num processo de produção de sentido que debateria regras formais e ritualizações partilhadas por produtores, músicos e audiência, direcionando experiências diante dos diversos gêneros musicais da cultura contemporânea.

Apreende-se os vídeos como territorialidades dramáticas, ou seja, espaços em que artistas atuam e constroem lugares cênicos que conjugam narrativas de controle e marketing do mercado musical com a agência de suas próprias vidas e os enlaces sobre mundos ficcionais. Este debate adensa conceitualmente a noção de performance a partir dos eixos de apreensão das relações entre artistas de música pop e os seus registros em vídeos, ou seja, as dimensões plástico-expressivas das canções, dos gêneros musicais e das performances. A performance passa a operar como expressividade dramática no campo do videoclipe. O conceito de performance desliza entre os estudos sobre oralidade e poéticas da voz, como defendia Zumthor, e aqueles oriundos da dimensão performática da música, através das reflexões sobre experiências e sentidos nas performances musicais (CLAYTON, DUECK e LEANTE, 2013). Debater a teatralidade nos vídeos significa adensar os estudos de Performance abrindo-se mais deliberadamente para o ato, a ação, o cênico. Aquilo que se faz, como se faz, em que contexto. Parte do que se chama de autoconsciência das ações significa reconhecer

que tais ações são feitas “para alguém”, para um “outro” visível ou invisível, uma “audiência imaginada” ou “público intencionado”, ao pensar as performances em sites de redes sociais. A tentativa é entender dinâmicas de construção de identidade e sociabilidade, que podem ser individuais ou coletivas, da ordem do cotidiano ou de eventos pontuais, sagradas ou profanas, efêmeras ou duradouras, envolvendo sujeitos comuns ou célebres e mais ou menos mediadas por tecnologias da informação e comunicação (TICs). A noção de teatralidade auxiliaria metodologicamente na discussão sobre performance na medida em que colocaria em evidência de maneira mais enfática aspectos dramáticos das performances em ambientes midiáticos.

A personagem Luísa Sonza que aparece fumando compulsivamente no videoclipe “Penhasco” parte da memória dos acontecimentos de sua própria vida dispostas midiaticamente, da poética da canção “Penhasco” e das narrativas também apresentadas no disco “Doce 22” e da maneira com que fãs e *haters* se mobilizam em rede. A presentificação da personagem que remete a Clarice Lispector parece ser resultado nos inúmeros percalços vividos midiaticamente pela cantora. Evitando uma relação funcionalista em torno da práxis analítica, parte-se do princípio de que a “dramaturgia é a ética que compõe o trabalho que traz ao mundo a obra-por-vir” (LEPECKI apud PAIS, p. 1) e que a dramaturgia partilha “a noção de uma intimidade com um ser estranho, que se constitui fatalmente como uma zona de não conhecimento” inerente ao jogo do cênico (PAIS, 2016, p. 2).

O que parece estar em jogo na escuta de “Penhasco” é a dramaturgia atrelada à ideia de cumplicidade. Ao reivindicar uma dramaturgia a partir do cotidiano e do ordinário, Pais pensa que “a dramaturgia pode ser familiar, mas ignorada enquanto força autônoma; desconhecida, mas ativa na estruturação de sentidos; estranha, mas íntima dos processos de construção do enunciado” (PAIS, 2014, p. 11). Especular e engajar no ambiente ficcional em que a vida de Luísa Sonza desliza instaura pactos especulativos que funcionam como importantes ativos no mercado de música pop.

Considerações finais

Uma canção pop é a expressão de um corpo sobre a música; a voz que performatiza um texto poético numa determinada encenação. Um ato performático que se faz em situações distintas: 1. o momento da composição, quando, fragmentos, versos

soltos, dispersos, vão se coadunando em torno de alguma expressão, num espaço, num tempo, num momento em que a canção nasce; 2. o instante em que é cantada, como ela chega até o artista que a encena, que relações existem neste dar/”vender” a canção, que relações estão em jogo (profissionais, pessoais, afetivas); 3. quando a canção se encena no estúdio, como é moldada pela voz, pelo microfone, as repetições, as pré e pós-produções, os gritos e sussurros – planejados, aleatórios – o estúdio como palco para uma canção que se faz no corpo de quem canta e na relação com o produtor que “dirige” a emissão daquilo que é cantado; 4. o tocar da canção nos dispositivos midiáticos, a audição, as práticas de escuta públicas ou privadas, os contextos que são molduras de formas de fruir a música em momentos distintos, tempos e espaços que se projetam sobre o material ouvido, quem ouve, o que há do sujeito na audição, de sua história privada, de alguma história pública; 5. a canção executada ao vivo, orquestração de músicos, timbres, tons, entradas, andamentos, refrões, suspiros, pausas, a luz, o calor, o frio, o palco em sua cenografia de devires, a voz em seu drama, os inúmeros contextos de (re)encenação da canção ao longo do tempo, suas ressignificações, suas aparições e apagamentos; disposições sensíveis acionadas num estar junto – artista e público; artista e músicos.

Adota-se a perspectiva de entendimento de que a performance envolve uma reflexão sobre o encontro. A canção pop como um encontro do artista, com alguma forma de dizer algo de si para o mundo; do público, com o desvelar de uma narrativa que lhe é apresentada; das capacidades de encontros e tensões, aproximações e afastamentos a partir dos contextos sócio-históricos em questão. Em alguma medida as recomendações sobre a problemática da performance nas canções aciona pensar uma pragmática da canção ampliando uma tradição analítica da semiótica (TATIT, 2007), direcionando-se para uma reflexão em torno das enunciações: as situações comunicacionais em que as canções são cantadas, ouvidas, encenadas, o que elas dizem sobre quem canta, quem ouve, os lugares em que são apresentadas, as épocas.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana, MONTEIRO, Camila. **“Esses roqueiros não curtem”:** performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock. Revista FAMECOS, Porto Alegre, PUCRS, V.20, N.2, 2013. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/15130/10018>. Acesso em: 12 de junho de 2022.

BARBA, Eugenio. **A canoa de papel - tratado de antropologia teatral**. 2. ed., Brasília: Teatro Caleidoscópio/ Dulcina, 2009.

BRASIL, André. **Formas de vida na imagem: da indeterminação à inconstância**. Revista FAMECOS, v. 17, n. 3, p. 190-198, 5 jan. 2011.

CLAYTON, Martin; DUECK, Byron e LEANTE, Laura. **Experience and Meaning in Music Performance**. New York: Oxford University Press, 2013.

FÉRAL, Josette. **Além dos Limites: Teoria e Prática do Teatro**. São Paulo, Perspectiva: 2015.

FERNÁNDEZ, José Luis. **Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual**. Buenos Aires: La Crujía, 2021.

GOODWIN, Andrew. **Dancing in the Distraction Factory: Music television and Popular Culture**. 2.ed. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001.

HESMONDHALGH, David. **Why Music Matters**. London: Wiley, 2012

HOOKS, bell. **Tudo sobre o Amor: Novas Perspectivas**. São Paulo: Elefante, 2021.

JANOTTI JR, Jeder e QUEIROZ, Tobias. **Deixa a gira girar: as lives de Teresa Cristina em tempos de escuta conexa**. Galáxia (São Paulo, online). Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2553202150973>. Nº 46, pp. 1-17, 2021. Acesso em: 12 de junho de 2022.

LAZARATTO, Maurizio. **Signos, Máquinas, Subjetividades**. São Paulo, N1-Edições, 2014.

LIMA, Daniel Magalhães de Andrade. **Forjando-se diva pop: virtuosismo, gestos inventivos e empreendimentos autobiográficos na performance de Lady Gaga**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 207 f. 2019.

LIMA, Mariana Lins. **A Estetização da política nas performances de Madonna**. (Mestrado em Comunicação) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 119 f. 2017.

LINS, Rafael Chagas. **Música pop latina, meet & greet e experiência estética: a experiência e consumo do fandom de Dulce María no Brasil**. (Mestrado em Comunicação) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 160 f. 2017.

MADRID, Alejandro. **Why Music and Performance Studies? Why Now?**. Trans – Revista Transcultural de Música. v. 13, n.1, online, 2009.

MATEUS, Suzana Maria de Souza. **Narrativas do feminino nas performances de Beyoncé.** (Mestrado em Comunicação) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 113 f. 2018.

PAIS, Ana. **O discurso da cumplicidade.** Dramaturgias contemporâneas. Lisboa: Colibri, 2004.

ROLIM, Mário Augusto. **Rosto branco, voz “negra”: Iggy Azalea e as tensões do pop-rap.** (Mestrado em Comunicação) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 172 f. 2018.

SÁ, Simone Pereira de. **Somos Todos Fãs e Haters: Cultura Pop, Afetos e Performance de Gosto nos Sites de Redes Sociais.** Revista Eco-Pós. v.19, n.3, 2016.

SOARES, Thiago. **A Estética do Videoclipe.** João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.

_____. **Fãs e Ídolos nos tristes trópicos: Performance e colonialidade nos acampamentos de fãs no Rio de Janeiro.** In: SIQUEIRA, Denise (org). *Corpos, Imaginários e Afetos nas Narrativas do Eu.* Rio de Janeiro: E-Papers, 2020.

_____. **Modos de Experienciar Música Pop em Cuba.** Recife: Editora da UFPE, 2021a.

_____. **Madonna tomando caipirinha em copo de plástico: Negociações performáticas na cidade do Rio de Janeiro.** In: FREITAS, Ricardo Ferreira; HELAL, Ronaldo e SIQUEIRA (org), Denise. *Narrativas e Performances de Consumo na Cidade.* Rio de Janeiro: Ayran, 2021b. p. 13-32.

SOARES, Thiago e LIMA, Mariana Lins. **Madonna, guerreira como Cuba.** *Contracampo*, Niterói, v. 37, n. 01, pp. 91-109, abr. 2018/ jul. 2018.

SOARES, Thiago e SOUTO, Juliana. **Sobre a tensão entre Justin Bieber e seus fãs: Apontamentos para uma pedagogia das emoções.** *Comunicologia*, Brasília, v. 10, n. 01, pp. 200-212, 2017.

SOARES, Thiago e TENÓRIO, Winglison Henrique. **Que branco é esse no Rap? Roteiros de masculinidades performados por Rappers brancos em videocliques.** *Revista Panorama*, Goiânia, v. 10, n. 2, p. 26-31, jul/dez. 2020.

TAYLOR, Diana. **O Arquivo e o Repertório: Performance e Memória Cultural nas Américas.** Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2013.

TATIT, Luiz. **Semiótica da canção: Melodia e letra.** São Paulo: Editora Escuta, 2007.

ZUMTHOR, Paul. **A letra e a voz.** São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

_____. **Tradição e esquecimento.** São Paulo: Hucitec, 1997.

_____. **Performance, recepção e leitura.** São Paulo: Educ, 2000.