

“Vou ver a Demi Lovato no Rock in Rio”: uma análise das performances de fãs de Demi Lovato no Twitter¹

Ayla Pinheiro GOMES²
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

O presente artigo tem objetivo de observar o preparo dos fãs da cantora estadunidense Demi Lovato para o Rock in Rio 2022 enquanto performance, através da publicação de *tweets* com expectativas, comentários sobre o show e disseminação de informações sobre o evento. Inspira-se nas contribuições dos estudos de performance como categoria analítica a fim de compreender as publicações dos *Lovatics* como atos performáticos que auxiliam no preparo dos fãs para a apresentação da artista no festival. Fazem parte do corpus de pesquisa *tweets* de fãs, encontrados através da plataforma de busca do Twitter com menções “Demi Lovato”, “Rock in Rio”, “RIR”, “Demi” publicados entre 2022 e 2022.

PALAVRAS-CHAVE: Estudos de fãs; performance; música pop; Rock in Rio; Twitter.

INTRODUÇÃO

Quem nunca contou os dias para a chegada de uma data importante? Quem nunca, por gostar muito de um artista, acompanhou todos os momentos até o lançamento de uma música, videoclipe ou álbum novo? E, ao gostar tanto desse artista não imaginou ter a oportunidade de ir a um de seus shows e assistir a sua performance ao vivo?

Fãs são pessoas que têm uma ligação afetiva se identificam com pessoas públicas e produtos culturais específicos. Alguns se unem a outros fãs para comentar sobre o objeto de interesse em sites de redes sociais. Outros divulgam seus pensamentos sobre assuntos do *fandom*, se organizam para tornar o objeto de interesse mais conhecido, como uma forma de ativismo através da divulgação de informações, fazendo campanhas para premiações, na busca por atualizações sobre os artistas, criadores, produtores etc. envolvidos (AMARAL, SOUZA e MONTEIRO, 2015). E alguns se dedicam mais à experiência sentimental com o objeto de interesse, aguardando lançamentos e apreciando o trabalho de outros fãs e ajudando a fazer circular a economia cultural do *fandom*, como os *lurkers* (HILLS, 2018; FISKE, 2001).

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 Mestranda em Comunicação no PPGCOM-UFF, e-mail: pinheirogomes.ayla@gmail.com.

Fãs performam seus afetos por seus ídolos em diferentes momentos de suas trajetórias sendo fãs: “seja no show estando no palco quando o artista chama o fã para compor a cena ou estando na plateia conectado ao celular ou ainda sendo levado por uma ambulância ao desmaiar de emoção enquanto vê seu ídolo (MASCARENHAS e SOARES, 2015, p. 157). Por esse motivo, o presente artigo é inspirado nas contribuições dos estudos de performance para analisar *tweets* de fãs da cantora Demi Lovato sobre sua futura apresentação no Rock in Rio 2022.

Demi Lovato é uma cantora e atriz estadunidense que se tornou conhecida por seus papéis em produções da Disney entre os anos de 2007 e 2010. A cantora foi lançada pela empresa na mesma época que outros artistas como os Jonas Brothers, Miley Cyrus e Selena Gomez. No período, suas produções eram exibidas pelo canal a cabo *Disney Channel*, da Disney, e que já havia sido responsável pelo lançamento de outras celebridades mirins desde sua criação, como Justin Timberlake, Britney Spears, Hilary Duff e Lindsay Lohan.

Além da atuação, a Disney, através da gravadora Hollywood Records, se encarregou do lançamento dos primeiros álbuns de Demi Lovato e, conseqüentemente, das suas primeiras turnês mundiais. A princípio, realizando shows de abertura para as turnês dos Jonas Brothers, também artistas do conglomerado de mídia e, depois, em turnês solo. Lovato também se tornou uma referência por seu ativismo em torno de questões de saúde mental, bullying, dependência química e defesa a população LGBTQIAP+.

Os *Lovatics*, como são chamados os fãs da artista, são um *fandom* expressivo. Em pesquisa de monografia realizada em 2018, sobre a construção da identidade *Lovatic* a partir do consumo de bens culturais, os fãs contatados declararam, em maioria, possuir uma forte relação afetiva com a celebridade, tomando-a como exemplo e inspiração em momentos difíceis. Outro fator indicado pelos fãs foi que o mais importante para serem considerados *Lovatics* não é o engajamento em práticas participativas, e sim a profunda relação afetiva com a celebridade, excluindo a necessidade de engajar em diferentes ações para serem considerados fãs (GOMES, 2018).

Com base na discussão apresentada, este artigo busca olhar para os *tweets* dos *Lovatics* sobre o Rock in Rio 2022 enquanto performance. Com o olhar dos estudos de performance, objetiva tratar das expectativas, ansiedades e organização enquanto atos performáticos que são parte de um contexto mais amplo, dentro do próprio *fandom*, que está inserido na lógica da estética do *fandom* de música pop (MASCARENHAS e

SOARES, 2015). O corpus de análise consiste em *tweets* publicados entre 2020 (início dos rumores sobre a apresentação) e 2022, filtrados através da plataforma de busca avançada do site de rede social em buscas pelas palavras “Demi Lovato”, “Rock in Rio”, “Demi” e “RIR”. Além da introdução e das considerações finais, a discussão está estruturada em duas seções. A primeira, busca contextualizar as motivações para tamanha expectativa com relação a uma performance ao vivo e a segunda, busca analisar os *tweets* enquanto atos performáticos dos fãs enquanto aguardam o show.

POR QUE O SHOW ROCK IN RIO É TÃO AGUARDADO?

Mesmo que Demi Lovato já tenha vindo ao Brasil nove vezes³ no período entre 2009 e 2017, suas últimas apresentações foram menores, em locais fechados e/ou festivais pontuais. A última turnê da artista no Brasil foi em 2014, com a *Neon Lights Tour*, e a seguinte teria sido em 2018. Contudo, a *Tell Me You Love Me Tour* foi a turnê que nunca chegou. Anunciada em fevereiro de 2018, com apresentações em todos os continentes, incluía quatro shows no Brasil em abril do mesmo ano e, pela primeira vez, duas datas na região nordeste (em Recife e em Fortaleza).

Além da movimentação para compra de ingressos no dia da abertura das vendas, já havia fãs se organizando para acampar nos locais onde Demi se apresentaria. De fato, a *Tell Me You Love Me Tour* seria a primeira turnê de uma parcela do *fandom*, que, por diferentes motivos, ainda não tinham tido oportunidade de ir a um show da artista. Performances ao vivo são momentos cruciais nas experiências de fãs de música pop, sobretudo por proporcionarem uma oportunidade para estarem próximos aos ídolos, em uma busca por reduzir, ao menos em parte, a distância inerente a relação entre fãs e ídolos ao possibilitarem encontros face-a-face com essas pessoas (MASCARENHAS, 2016, p. 13; FERRIS, 2001) e, por esse motivo, havia bastante expectativa. Tais expectativas foram frustradas em abril, quando a artista publicou uma nota oficial informando que alguns shows da turnê seriam cancelados e outros remarcados devido a problemas de

³ A primeira, para abrir os shows da turnê Jonas Brothers Live in Concert Tour, em 2009; a segunda para a turnê solo Here We Go Again 2010; a terceira e a quarta, ambas em 2012, para a turnê A Special Night with Demi (ou Unbroken tour) e o Z Festival; em 2013 para uma apresentação no programa Coletivation, da MTV; a quarta para a Neon Lights Tour em 2014; em 2015, para um show privado patrocinado pela plataforma Vevo para divulgar o álbum Confident; em 2016 para o Z Festival e, em 2017, para uma apresentação no festival Villa Mix.

produção⁴. Assim, as quatro apresentações no Brasil foram adiadas para novembro do mesmo ano.

Mesmo que inesperado, o adiamento também trouxe esperança a fãs que não poderiam comprar ingressos, por causa de uma campanha de financiamento coletivo criada por um fã de São Gonçalo, no Rio de Janeiro. A *Lovatic Support BR* foi criada em junho de 2018 com intuito de ajudar fãs que não tinham condições de comprar ingressos a realizar o sonho de ver a artista ao vivo⁵. A ideia era deixar a Vakinha disponível até os dias dos shows enquanto houvesse ingressos e ir sorteando os ingressos dos fãs por cidade, através do Twitter, no setor mais barato possível, a fim de garantir que a maior quantidade de *Lovatics* pudesse comparecer às performances.

Todavia, menos de um mês após a criação da campanha, Demi Lovato sofreu uma overdose. Com a falta de informações sobre a saúde da cantora, os fãs buscaram ajudar como podiam. Alguns, publicavam textos em sites de redes sociais com informações que tinham disponíveis e buscando lutar contra a desinformação a respeito de suas questões com dependência química. Outros, organizaram e participaram de ações coletivas em sites de redes sociais, como as hashtags #prayfordemi⁶ e #howdemihashelpedme⁷. Uma terceira ação foi feita por fãs brasileiros após a artista se internar em uma clínica de reabilitação. O combinado era usarem fitas vermelhas ou brancas nos pulsos durante toda sua estadia na clínica, para mostrar apoio à Demi (GOMES, 2018, p. 42-43).

Estas ações dos fãs podem ser compreendidas enquanto performance, na medida em que performances acontecem a partir de ações, interações e relações (SCHECHNER, 2006, p. 30) e aconteceram como comportamentos restaurados (SCHECHNER, 2006). Ou seja, as hashtags #prayfordemi e #howdemihashelpedme e o uso das pulseiras são, conforme Schechner (2006) porções de comportamentos apreendidas e realizadas pelos *Lovatics* de maneira única e repetida, a partir de uma linguagem compartilhada e em interação com uma materialidade possível (dos sites de redes sociais e do corpo de cada fã) e com um público intencionado (BOYD, 2011) que presenciaria a performance (sejam seus pares que também performaram, sejam outras pessoas que viram os relatos).

⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/demi-lovato-adia-shows-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 5 jul. 2022.

⁵ Para mais detalhes sobre a campanha, acesse: <https://www.vakinha.com.br/vaquinha/lovatic-support-br>. Acesso em 6 jul. 2022.

⁶ Esta hashtag foi usada por pessoas ao redor do mundo, entre celebridades, fãs, comentadores, entre outros. Foi criada no dia que as primeiras notícias sobre a overdose foram publicadas.

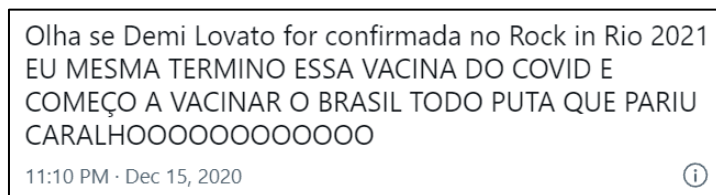
⁷ Esta hashtag foi criada por fãs, onde publicaram *tweets* com textos e imagens mostrando às pessoas como Demi os ajudou em momentos difíceis.

Embora essas performances não sejam especificamente vinculadas à música e a experiências imaginadas – e sim de manifestações de fãs a partir de um acontecimento que dificilmente poderiam presenciar ao vivo – esses atos organizados por fãs participam da memória do *fandom*, enquanto um *fandom* de música pop (MASCARENHAS e SOARES, 2015; DUFFET, 2013), por estarem vinculados a uma expressão de afetividade para a cantora e por tratarem de um acontecimento que marcou o *fandom*, inclusive a autora deste trabalho, que realizaria uma pesquisa de campo na fila do show no Rio de Janeiro, como parte da pesquisa de TCC.

Em 5 de agosto de 2018, a cantora publicou uma nota em suas redes sociais informando o cancelamento da turnê e demais compromissos profissionais para focar em sua recuperação⁸ e não teve muitas aparições públicas até 2019, quando decidiu cancelar o contrato com sua antiga equipe e assinar com o Scooter Braun⁹. Em 2020, a cantora começou a dar indícios de um retorno aos palcos com a apresentação dos singles “Anyone” no Grammy, em fevereiro, e o lançamento do single “I Love Me” em março. Um álbum com algumas parcerias seria lançado em breve, contudo, os planos foram adiados devido a pandemia de covid-19. Naquele ano, Demi fez algumas apresentações em formato de *live*, participou de algumas parcerias, e retomou as gravações de seu segundo documentário com o YouTube, lançado em março de 2021.

Foi neste contexto que, mesmo antes da decisão da produção do Rock in Rio de adiar o festival de 2021 para 2022¹⁰, devido à situação da pandemia de covid-19, que passaram a existir rumores de que a cantora viria ao Brasil para uma apresentação no festival. O exemplo a seguir ilustra os comentários de fãs sobre a possível apresentação.

Figura 1: captura de tela de tweet.



Fonte: a autora (2022).

⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2018/08/08/demi-lovato-cancela-shows-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 6 jul. 2022.

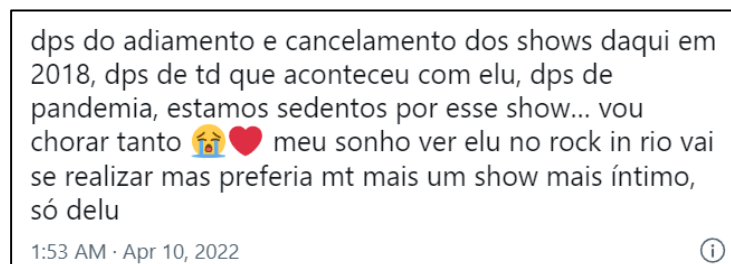
⁹ Disponível em: <https://www.tracklist.com.br/demi-lovato-assina-com-scooter-braun-empresario-de-justin-bieber/72680>. Acesso em: 6 jul. 2022.

¹⁰ Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/03/04/rock-in-rio-e-adiado-para-setembro-de-2022-por-causa-da-pandemia-de-covid-19.ghtml>. Acesso em 6 jul. 2022.

Em 2021, após o lançamento do sétimo álbum de estúdio e do documentário *Dancing with the Devil* em parceria com o YouTube, ainda não havia sinais de turnê, devido à pandemia. Além desse motivo, a divulgação do álbum foi interrompida sem o lançamento de outros singles e videoclipes, e Lovato passou a demonstrar estar focada em projetos em outras áreas¹¹. Simultaneamente, os rumores de um possível show no Rock in Rio 2022 foram se intensificando até o momento da confirmação oficial, em agosto. Agora, as expectativas de fãs assistirem a uma performance da cantora podem, de fato, acontecer.

Conforme as informações apresentadas, o *fandom* passou por uma espécie de quebra de expectativa coletiva desde 2018 com o cancelamento da turnê e overdose da artista. Mesmo que tenham acontecido diferentes ações dos fãs em apoio à artista, para além das apontadas neste artigo, a falta das apresentações ao vivo no Brasil é uma questão que vem sendo pautada entre fãs, conforme o *tweet* a seguir.

Figura 2. Captura de tela de tweet.



Fonte: a autora (2022).

Esta seção teve como objetivo pontuar alguns marcos do *fandom* com relação a apresentações ao vivo da cantora Demi Lovato, em busca de contextualizar os motivos pelos quais essa performance do Rock in Rio é tão aguardada pelos *Lovatics*. Na próxima seção apresento uma análise sobre as expectativas e ansiedades dos fãs enquanto performance, através de *tweets* publicados por fãs no período entre 2020 e 2022.

PERFORMANCES DOS *LOVATICS* NO “PREPARO” PARA O RIR

O termo performance é usado com diferentes finalidades. Pode se referir ao desempenho nos esportes e nos negócios, pode ser uma apresentação pontual num dado espaço-tempo, jamais se repetindo da mesma maneira, como nas artes plásticas, no teatro

¹¹ Como o podcast *4D with Demi Lovato*, a linha de vibradores, Demi Wand, em parceria com a empresa Belleza e o documentário *Unidentified With Demi Lovato*, em parceria com a plataforma de streaming Peacock.

e na música, com as apresentações ao vivo, onde incluem as performances de atores e cantores, entre outras (SCHECHNER, 2006). Para além destas concepções, a noção de performance também é usada enquanto aparato metodológico e se constituiu como um campo de estudos interdisciplinar (AMARAL, SOARES e POLIVANOV, 2018, p. 67).

De acordo com Schechner (2006), as ações da vida pública são performances coletivas, na medida em que os indivíduos buscam tensionar ou mudar as coisas, manter o estado das coisas ou definir um lugar comum. Alguns comportamentos de fãs podem ser analisados sob esta perspectiva. Ao tensionar, por exemplo, a escolha de uma música como o *lead single*¹² em detrimento de outra, que julgaria ser mais apropriada. E ao manter o estado das coisas, com a manutenção de posicionamentos “de fã” comunicando anseios e opiniões para o grupo em comunidades virtuais.

Conforme mencionado anteriormente, performances também podem ser compreendidas como comportamentos restaurados, que seriam ações físicas, verbais ou virtuais que são partes de um evento performático maior (SCHECHNER, 2006, p. 29). Por exemplo, pegar o celular e abrir o Twitter é a reprodução de um comportamento comum a usuários do site, que já faz parte da vida pública. Mas pegar o celular e abrir o Twitter para publicar um tweet sobre o *fandom* que faz parte, para participar de mutirões de divulgação de singles ou publicar letras ou links de músicas, é um comportamento restaurado que faz parte das performances de fãs em sites de redes sociais e dialoga com a noção de “fã de música pop”. Nesse sentido, ao pensar o preparo dos *Lovatics* para o Rock in Rio enquanto performance, buscamos compreender: “aquilo que se faz, como se faz, em que contexto” (AMARAL, SOARES e POLIVANOV, 2018, p.64), levando em consideração que a performance é sempre um processo inacabado (AMARAL, SOARES e POLIVANOV, 2018, p.71).

As performances de fãs no Twitter dialogam com a noção de *fan talk* (conversa fã, tradução livre) proposta por Fiske (2001). As conversas de fãs fazem parte de um dos três tipos de produtividade dos fãs¹³, a produtividade enunciativa (FISKE, 2001). Essa produtividade diz respeito a diferentes formas de comunicação entre fãs, desde sentimentos compartilhados em interações face a face ao uso de objetos com a temática

¹² *Lead single*, em tradução livre, seria o single principal. O termo é usado para definir a canção que seria o carro-chefe de um álbum a ser lançado. Seria a faixa que dá o tom do álbum e, teoricamente, a mais forte para disputar prêmios e posições em *charts* (classificações de músicas mais tocadas, como as “paradas de sucesso”).

¹³ As outras formas de produtividade dos fãs, segundo o autor, são a produtividade textual e a produtividade semiótica (FISKE 2001).

do ídolo, a incorporação de seu estilo de vestir, corte de cabelo, entre outras. Embora não tenha incluído em sua análise, modos de agir dos fãs em sites de redes sociais também se enquadrariam nesse modelo a partir de conversas on-line, no uso de fotografias dos ídolos como ícones de perfis, bem como ao usar referências ao *fandom* em suas *bios* e nomes de usuários (GOMES, 2018, p. 50, FISKE, 2001).

Seguindo as contribuições dos autores, a performance aqui é pensada como um processo inicial acerca de comparecer ou não ao show da artista no Rock in Rio. Assim, os *tweets* aqui citados são o início de uma performance que vai do preparo para o show, passa pelo show e o ultrapassa, a partir da memória gerada pelos materiais produzidos e reproduzidos pelos fãs, bem como por suas conversas entre si, em relatos sobre o show (em *threads* e *stories* de sites de redes sociais), em comparações com outras performances da artista, e em perfis de “*throwbacks*¹⁴” que publicam vídeos antigos.

Um ponto que marca as performances de fãs aqui apresentadas e motivou a escrita deste trabalho é que os atos performáticos dos *Lovatics* com relação ao Rock in Rio 2022 começaram antes mesmo do anúncio oficial da apresentação. São performances afetivas calcadas nas expectativas dos fãs sobre o retorno de Lovato aos palcos e ao Brasil, em um dos maiores festivais de música do país. Assim, com esse artigo, buscamos contribuir com o campo de Estudos de Fãs brasileiros a partir da perspectiva anterior a apresentação, ampliando a discussão sobre performances de fãs em experiências ao vivo.

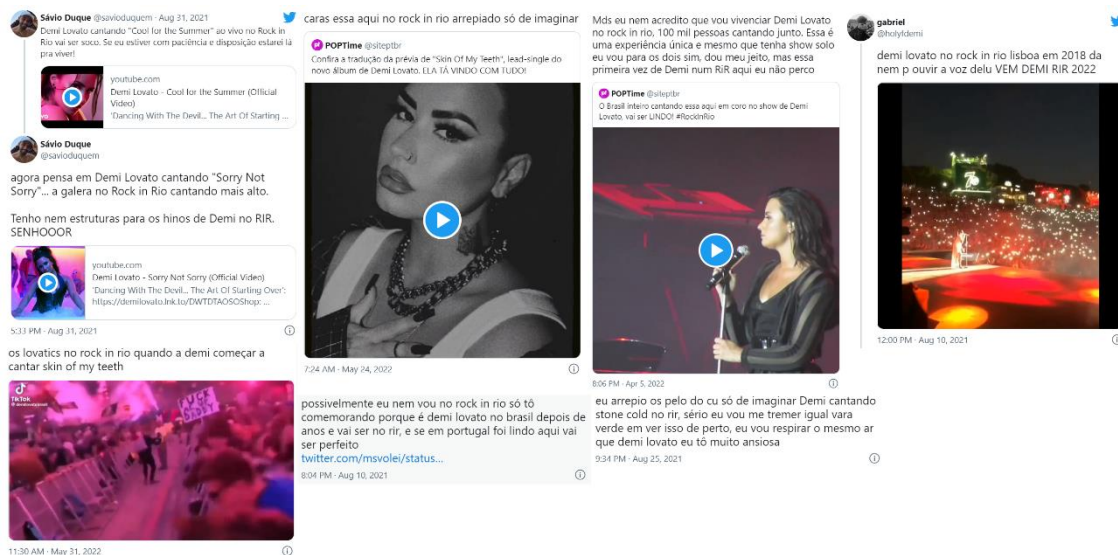
O Twitter foi escolhido como ambiente de coleta de dados por ser um lugar onde fãs expressam sentimentos, buscam contato com a celebridade e com outros fãs, circulam informações, sobem hashtags e divulgam e participam de ações para a celebridade – seja de músicas, votações ou projetos humanitários com os quais se Demi Lovato se envolve. Os *tweets* foram coletados através da ferramenta de busca avançada do site, com as palavras “Demi Lovato”, “Rock in Rio”, “Demi” e “RIR”, filtrados entre janeiro de 2020 e julho de 2022.

A partir dos dados coletados, foram elaboradas quatro categorias: *especulações/ansiedade para o Rock in Rio; fabulações sobre o show do Rio in Rio; Lovatics se preparam ir ao Rock in Rio e vou ver a Demi Lovato no Rock in Rio*. Outros achados, que não fazem parte da análise, dizem respeito a anúncios de venda e compra de

¹⁴ *Throwback*, é uma palavra em inglês que, em tradução livre, significa retorno. Se tornou comumente utilizada a partir do uso de Instagram, com a hashtag #tbt. No contexto da internet, os *throwbacks* seriam publicações de lembranças publicadas em sites de redes sociais. Atualmente, existem contas de fãs dedicadas especialmente a publicar *throwbacks*, como @demithrowbackz. Disponível em: <https://twitter.com/demithrowbackz>. Acesso em 17 jul. 2022.

imaginam os momentos em que a artista cantaria músicas de sua escolha e *tweets* que fazem comparações do show que ainda vai acontecer com sua apresentação no Rock in Rio Lisboa, em 2018. Aqui, as performances também incluem suas reações físicas às emoções que surgem ao imaginarem momentos em que Demi pode cantar algumas músicas, e menção à quantidade de pessoas para as quais a artista vai cantar e especulação sobre como essa plateia imaginada vai reagir. Com relação a materialidade das performances, na maior parte dos *tweets* coletados os fãs usam recursos em vídeo para complementar seu argumento. Já o contexto dessas performances varia entre o período do anúncio oficial em agosto de 2021 e um período logo após a venda oficial dos ingressos por dia do festival e o anúncio do single *Skin of my teeth*.

Figura 4. Categoria 2. Fabulações sobre o show do Rio in Rio



Fonte: a autora (2022).

A terceira categoria corresponde ao preparo dos *Lovatics* para ir ao Rock in Rio. Nela, estão incluídas performances onde fãs divulgam excursões e caravanas, uma pulseira *fanmade* (produto feito por fãs) com as cores da nova estética da artista, e *tweets* onde fãs imaginam como vão fazer para chegar ao Rock in Rio, ressaltam a preocupação com os *beliebers*, fãs do cantor Justin Bieber, que também vão estar no festival naquele dia. Aqui, as performances são voltadas para a organização dos fãs nesse momento – para comprar ingressos, para o contato com outros fãs, para como vão se organizar para ir ao festival, na identificação dos fãs enquanto fãs de Demi Lovato, como no caso da pulseira. Com relação a materialidade, as performances incluem o uso de hashtags, memes, capturas de tela e imagens de divulgação. Com relação ao contexto em que foram

publicadas, as performances correspondem ao período entre o anúncio oficial e período após a venda geral dos ingressos.

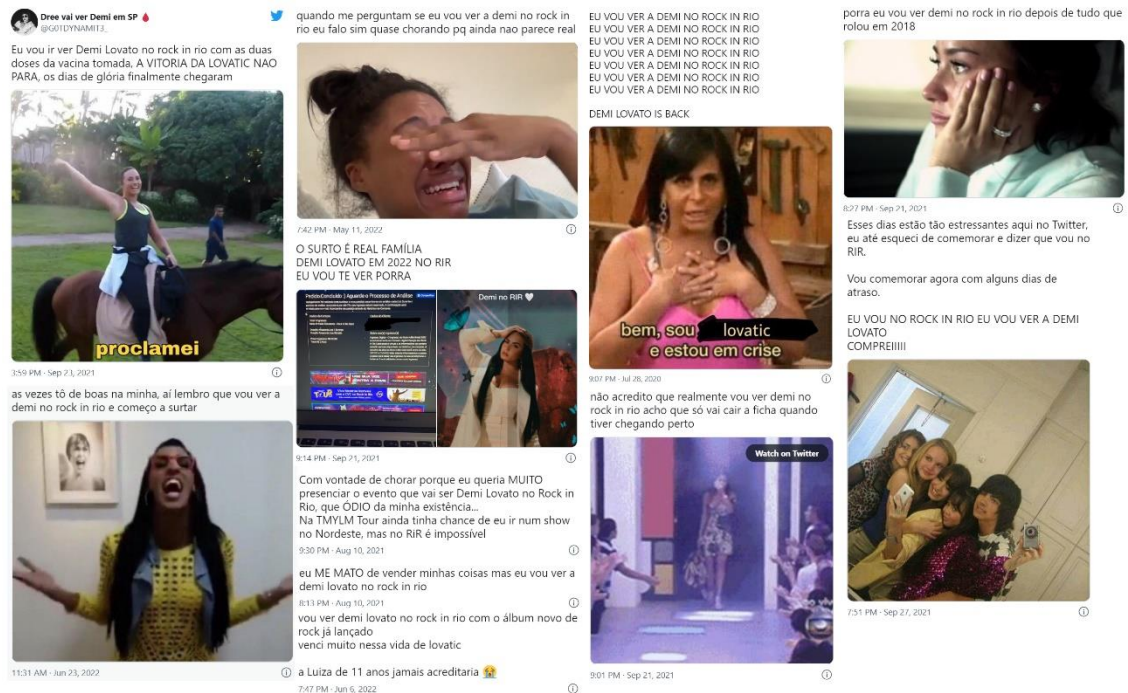
Figura 5. Categoria 3. Lovatics se preparam ir ao Rock in Rio



Fonte: a autora (2022).

A quarta categoria corresponde a performances onde fãs usam a frase “vou ver a Demi Lovato no Rock in Rio” ou similares. Nela estão incluídos *tweets* onde fãs comemoram que vão ao show após comprarem o ingresso ou onde indicam que não vão ver a artista no festival. Aqui, os fãs falam sobre ainda não acreditarem que vão estar no mesmo lugar que a artista, sobre a importância desse show na carreira de Demi, e, portanto, querer presenciá-lo ao vivo. Assim como nas duas primeiras categorias, os fãs recorrem a descrição de emoções para fortalecer os argumentos, com o uso dos verbos “chorar” e “surtar”. Com relação a materialidade das performances, os *tweets* incluem o uso de memes, fotografias da artista e imagem da tela de confirmação da compra do ingresso. Já a relação com o contexto, as performances indicam os períodos de venda do Rock in Rio card e ingressos por dia do festival até o anúncio do lançamento do novo álbum de estúdio, *Holy Fuck*.

Figura 6. Categoria 4. Vou ver a Demi Lovato no Rock in Rio



Fonte: a autora (2022).

A partir das categorias apresentadas, é possível observar que as performances dos *Lovatics* no Twitter sobre o Rock in Rio 2022 são, em maioria, displays públicos de emoção¹⁵ (PAPACHARISSI, 2015, p. 6, tradução livre) e sua materialidade está imbricada no uso dos recursos da plataforma. É possível interpretar essas performances como um reforço às posições dos fãs enquanto fãs, se tomarmos como perspectiva que as performances acontecem a partir da perspectiva de um público intencionado¹⁶ (BOYD, 2011, p. 44), no caso, seus pares e demais seguidores no site.

Outra possível análise é que as ações dos fãs dialogam com duas das sete funções da performance segundo Schechner (2006): “formar ou modificar uma identidade e construir ou educar uma comunidade” (SCHECHNER, 2006, p. 37). A primeira, por reforçarem suas posições enquanto fãs de Demi Lovato ao falarem sobre a futura apresentação e a segunda, por esses *tweets* se inserirem dentro de uma conversa entre seus pares, contribuindo para a manutenção de diálogos sobre a artista no *fandom*.

Por fim, as performances dos fãs extrapolam o ambiente digital e operam como uma organização das expectativas por meio das ações “em preparo” para estar no show.

¹⁵ Public display of emotion (PAPACHARISSI, 2015, p. 6).

¹⁶ Intended public (BOYD, 2011, p. 44).

Como mencionado anteriormente, as performances no site de rede social seguem inacabadas, e se ligam às performances que vão acontecer durante e após a apresentação, com outros objetos e materialidades. Assim, é possível interpretar que essas ações vão dialogar com performances maiores, ligadas a noção de “ser fã” de música pop (MASCARENHAS e SOARES, 2015).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo buscou olhar para as publicações de fãs da cantora Demi Lovato no Twitter sobre sua apresentação no Rock in Rio 2022 enquanto performance. Para tanto, buscamos contextualizar a relação desse *fandom* com a performance traçando um histórico das vindas da artista ao Brasil e do cancelamento das apresentações da turnê *Tell Me You Love Me* no país por causa da overdose que sofreu em julho de 2018. Observamos que há, no discurso de uma parcela do *fandom*, uma espécie de frustração coletiva causada pela quebra das expectativas de estar no mesmo espaço que a artista naquele ano. Ressaltamos a importância de encontros face a face (FERRIS, 2001) e da presença em apresentações ao vivo para as experiências de fãs, dentro da estética de música pop (MASCARENHAS e SOARES, 2015).

Também foram mencionadas as performances de fãs no Twitter na época do acontecimento, como parte das demonstrações de afeto e apoio pela artista, exibidas no site de rede social através de hashtags #prayfordemi e #howdemihashelpedme e das pulseiras que uma parcela do *fandom* usou no período em que a artista esteve na reabilitação. Consideramos essas ações enquanto comportamentos restaurados (SCHECHNER, 2006) que fazem parte da memória do *fandom* (DUFFET, 2013) por se ligarem tanto a um momento de choque, quanto a uma expressão de afetividade pela artista a partir do ocorrido.

A partir das contribuições de Schechner (2006) e Amaral, Soares e Polivanov (2018) compreendemos que o estudo através das lentes da performance demanda observar as ações enquanto ação, interação e relação entre participantes, materialidades e contexto da performance, tendo em vista que as performances não se encerram em si mesmas e estão em construção constante. Desse modo, partimos do pressuposto de que a performance dos fãs no Twitter faz parte uma performance mais ampla, enquanto estética da música pop (MASCARENHAS e SOARES, 2015), através de ações que atravessam

questões como a necessidade de estar no mesmo lugar que a artista, as conversas entre fãs, o preparo para o show (ouvir a discografia, comprar ingressos, pensar na vestimenta, viajar para outro estado ou não).

Por meio das quatro categorias de análise criadas: *especulações/ansiedade para o Rock in Rio*; *fabulações sobre o show do Rio in Rio*; *Lovatics se preparam ir ao Rock in Rio e vou ver a Demi Lovato no Rock in Rio*, observamos que a maior parte dos *tweets* se refere a performances vinculadas às emoções imaginadas e experienciadas pelos fãs com relação a essa apresentação, calcadas no uso de recursos visuais (fotografias, memes e vídeos) e ferramentas disponíveis na plataforma (links e *tweets* em sequência). Também constatamos que essas performances podem ser compreendidas como uma organização afetiva dos fãs que acontece a partir do preparo para a performance: ao declararem “vou ver a Demi Lovato no Rock in Rio”, ao publicarem pensamentos sobre como vão fazer para estarem lá – com itens de vestimenta personalizados, que horas precisam chegar, excursões, grupos de WhatsApp – e especulações sobre possíveis músicas que a artista vai performar e como o público vai reagir.

Por último, observamos que as performances extrapolam o momento de preparo para o show e se ligam a outras performances, que passam por seus comportamentos durante o show e após sua realização, com o *upload* e reprodução de vídeos do show (MASCARENHAS, 2016), em relatos sobre a performance em sites de redes sociais, bem como em perfis de *throwbacks* que vão permitir a continuação da performance. Compreendemos, por fim, que a análise da relação dos fãs com o show no Rock in Rio não se encerra com este artigo, cabendo uma observação mais profunda dos próximos acontecimentos acerca do retorno de Demi Lovato ao Brasil.

REFERÊNCIAS

AMARAL, A.; SOAREAS, T.; POLIVANOV, B. Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas. In: **INTERCOM – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, v. 41, n.1, p. 63-79, jan./abr. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-5844201813>. Acesso em: 30 jun. 2022.

AMARAL, A.; SOUZA, R.; MONTEIRO, C. De Westeros no #vempraru à shippagem do beijo gay na TV brasileira: ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital brasileira. In: **Revista Galáxia**, São Paulo: PUC-SP, n. 29, p. 141-154, jun. 2015. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/20250/16750>. Acesso em: 30 jun. 2022.

BOYD, D. Social Network Sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications. In: PAPACHARISSI, Z. (Ed.). **A networked self: identity, community and culture on social network sites**. Londres: Routledge, 2011, p.151-172.

DUFFETT, M. **Understanding Fandom: An introduction to the study of media fan culture**. Nova York e Londres: Bloomsbury Publishing Plc, 2013.

FERRIS, Kerry O. Through a Glass, Darkly: The Dynamics of Fan-Celebrity Encounters. In: **Symbolic Interaction**. Califórnia: Society for the Study of Symbolic Interaction, v. 24, n. 1, p.25-47, 2001.

FISKE, John. The Cultural Economy of Fandom. In: **The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media**. Ed. Lisa A. Lewis. Londres; Nova York: Routledge, 1992. 30-49.

GOMES, A. "**Aqui no brasil tem alguns dos meus melhores Lovatics do mundo inteiro**": fãs, construção identitária, consumo e disputas por um campo. Niterói, 2018. 73 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção Cultural) – Curso de Produção Cultural – Instituto de Arte e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2018.

HILLS, M. Always-On Fandom, Waiting and Bingeing: Psychoanalysis as an Engagement with Fans' "Infra-Ordinary" Experiences. In: CLICK, Melissa A.; SCOTT, Suzanne. **The Routledge Companion to Media Fandom**. 1ª edição. Nova York: Routledge, 2018, 462p. Pt 1. Cap. 2, 18-26.

MASCARENHAS, A. Utopia, heterotopia e nostalgia do fandom na performance dublada de música pop. **Revista Vozes e Diálogo**. Itajaí: Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), v. 15, n. 02, jul./dez. 2016. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/vd/article/view/8835>. Acesso em: 6 jul. 2022.

MASCARENHAS, A. SOARES, T. Estética do Fandom: Experiência e performance na música pop. **Revista Esferas**, Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Centro Oeste, Ano 4, No 6: Dossiê Comunicação e Reencantamento. Janeiro/Junho 2015. Disponível em: <http://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/viewFile/6156/3989>. Acesso em: 1 jul. 2022.

PAPACHARISSI, Z. **Affective publics: Sentiment, technology, and politics**. Oxford: Oxford University Press, 2015.

SCHECHNER, Richard. 2006. "**O que é performance?**". In: Performance studies: an introduction, second edition. New York & London: Routledge, p. 28-51.