



**Deusa e Vadia:
A rede social *Instagram* como ambiente performático da cantora Rihanna¹**

Hedilberto Pessoa BERTO JÚNIOR²

Thiago SOARES³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

Desde sua gênese, as indústrias culturais (cinema, música, etc) sempre ancoraram seus discursos em torno da noção de “divindades”. Integra uma máxima neste contexto, a ideia de pessoas que até pouco tempo eram comuns, mas logo estampam veículos midiáticos por todo o mundo, arrastando consigo uma legião de seguidores, que em um processo de projeção e identificação constroem fortes laços afetivos com seus ídolos. Este artigo pretende analisar a relação de representação e apropriação imagética que têm os indivíduos com seus objetos de culto, usando o *Instagram* como caminho para a construção mútua de subjetividades. O objeto de estudo será a conta da cantora Rihanna (@badgalriri) com seus seguidores.

PALAVRAS-CHAVE: identificação; representação; projeção; ídolo; *Instagram*.

INTRODUÇÃO

A aproximação entre celebridade e fã acompanha os desdobramentos tecnológico dos meios de comunicação. Através das ondas hertzianas, no início do século passado, foi possível sentir-se pela primeira vez próximo aos ídolos, devido a entrada dos programas musicais de rádio nos lares de todo o mundo. Nos anos 30, com a sonorização do cinema, a sensação de aproximação entre espectador e ídolo é ainda maior. A união da imagem em movimento com a sonorização da narrativa fílmica foi capaz de aumentar a empatia de quem assistia as produções, que podiam enxergar seus ídolos com maior humanização, menos marmóreas, como ressalta Morin (1989).

Já nos anos 80 e 90, com a explosão dos programas televisivos musicais, os ídolos ganharam um novo espaço de exposição. Emissoras como a *Music Television*, mais na frente chamada apenas pelo acrônimo *MTV*, dedicavam 24 horas de

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Multimídia do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), email: hedilbertopessoa@gmail.com.

³ Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas, do Mestrado Profissional em Jornalismo e do Curso de Jornalismo da UFPB, email: thikos@uol.com.br



programação voltada à apresentação desses artistas, com programas que mostravam desde os videoclipes e shows até os bastidores da vida dos cantores. Para sentirem-se mais próximos desses seres ainda ‘intocáveis’, os fãs deveriam comprar CDs, revistas, jornais, pôsteres, dentre vários outros produtos que tivessem a estampa de seu ídolo evidenciada, uma forma de ter ali, perto do idólatra, uma fatia imagética de seu adorado.

Na contemporaneidade, as personalidades midiáticas operam em torno da visibilidade. Mostrar-se ao mundo, hoje em dia, é tarefa fácil, graças às inúmeras formas de sociabilização trazidas com as redes sociais. *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* são vitrines virtuais onde as celebridades podem expor suas realidades, produzindo e reproduzindo ao mundo suas ideias, trabalhos e opiniões, por mais moldados que esses discursos possam ser.

Esta aproximação torna-se fácil para ambas partes: os fãs usam as redes sociais como caminhos para se chegar as suas estrelas, espaços onde ele poderá acompanhar em “tempo real”, ou melhor dizendo, tempo real da estrela, a vida do seu objeto de culto; e, do outro lado, as estrelas permitem tal aproximação, fazem bom uso dela, alimentando-a para que seu amante não se sinta repellido, ignorado.

A aproximação entre personalidade midiática e seus fãs não é objeto do acaso e tampouco por simples compaixão com aqueles que estão do outro lado da tela. O *feedback* do artista pelas redes sociais é antes de tudo ferramenta de empatia, moeda de troca para barganhar a afeição do outro. Ao mostrar atenção ao seu fã, o ídolo alimenta a empatia do mesmo, característica essencial para fidelização daquele indivíduo, ou daquela massa de indivíduos, com aquela celebridade.

Como Nascem os Novos Deuses Mitológicos

Ao mostrar-se aos seus seguidores, o ídolo abre uma brecha na construção da subjetividade de seus fãs, que, por idolatria, vão espelhar-se naquilo que é representado por seus cultuados, sentimentos incontáveis que vão depender da idiosincrasia de quem consome aquelas mensagens midiáticas. A idolatria ocorre porque o ídolo ganha novo sentido para o fã, deixa de ser apenas artista para adquirir *status* de divindade, deuses do olimpo moderno, segundo pensamento de Morin (1989).

O processo de construção de uma estrela é complexo e faz uso de diversos artifícios para transformar uma pessoa comum em divindade, ou melhor dizendo, diva.



Das vestimentas até o modo de se portar em público, tudo é moldado para transformar um simples artista em ser mítico.

Segundo Morin (1989), o *star system* é o sistema que realiza essas transformações, capazes de metamorfosear um indivíduo comum em objeto de culto da massa. Nesta perspectiva, o mito, para o autor, é “(...) um conjunto de condutas e situações imaginárias... Quando se fala em mito da estrela, trata-se portanto em primeiro lugar do processo de divinização a que é submetido o ator (...), e que faz dele ídolo das multidões” (1989, p. 26).

O “novo deus” será objeto de culto da massa, ganha seguidores que por razões específicas vão considera-lo como um ser diferente dos demais. O ídolo adquire status de deus ao tornar-se louvado pelos seus seguidores. “Aos pés de cada estrela edifica-se espontaneamente uma capela, isto é, um clube” (Morin, 1989, p.52) e esta legião de adoradores vai precisar de apreensões subjetivas para construir essas “capelas”.

Para tornar-se ídolo da massa não basta ter perfeição técnica para a função que se presta – afinação vocal para o cantor, boa interpretação para o ator, etc. – é necessário também elementos que vão permear a subjetividade de quem consome tais produções midiáticas, ou seja, elementos que vão tornar os indivíduos comuns (fãs) atraídos pelos artistas.

A estrela é, antes de mais nada, espelho de subjetividades de quem consome-a e o fã precisa querer estar perto dela. Mesmo que no plano virtual, ela precisa transmitir sensações que vão permear a subjetividade de quem a assiste. Ao mostrar-se acessível nas redes sociais, as personalidades estão cumprindo esta que é a primeira regra imposta pela indústria cultural do entretenimento: transmitir sensações através das representações.

O carisma da divindade midiática vai ser o elemento inicial para a empatia do fã, é ela responsável pela busca do fã pelo seu ídolo e as redes sociais, mais precisamente o *Instagram*, é quem hoje em dia realiza essa aproximação. A acessibilidade oriunda desses novos meios de socialização é apetitosa para quem está do outro lado da tela, pois “quebra” os limites de alcance do fã e seu ídolo.

Ao postar diariamente imagens pessoais em suas redes sociais, as estrelas humanizam-se, tornando suas vidas mais próximas daquelas vividas por quem está do outro lado da tela, ou seja, os fãs.



(...) as estrelas participam da vida quotidiana dos mortais. Não são mais astros inacessíveis, mas mediadores entre o céu e a Terra. Moças formidáveis, mulheres estrondosas, despertam um culto em que a veneração cede lugar à admiração. São menos marmóreas, porém mais ternas; menos sublimes, todavia mais amadas. (MORIN, 1989, p. 20)

Dessa forma, o “Outro”, no caso, o ídolo, tenta se aproximar do “Eu”, o fã, em um movimento de transfusão recíproca, onde ele concede sua imagem e uma fatia de suas particularidades cotidianas para que o fã possa alimentar-se delas, suprimindo sua carência afetiva e, conseqüentemente, aumentando o afeto pelo ídolo.

O “eu” no “Outro”

Toda representação significa algo. Nas relações midiáticas, essa afirmação não poderia ser diferente. Na construção do “Eu”, ou seja, na formação da identidade e intelecto, o ser humano busca por espelhos, referenciais que vão ajudar a criar as realidades individuais do indivíduo, imagens mentais responsáveis pela construção do banco idiossincrático do ser. No contexto midiático, essas imagens vão chegar de diferentes formas e proporções nos indivíduos, criando, assim, imagens mentais distintas, de acordo com a realidade de cada um, conforme evidencia Irene Tiski-Franckowiak, em “Homem, Comunicação e Cor” (1997).

A mensagem do comercial, do filme ou da telenovela transforma-se em encenação imaginária com o indivíduo presente de maneira simbólica, pelos processos defensivos e pelas fantasias inconscientes. (...) A interpretação particular será mais diversificada, quanto mais a mensagem for obscura. (...) mas por alguns segundos o telespectador pode fantasiosamente transportar-se para as cenas, ser tão bela e desejável quanto as modelos. (TISKI-FRANCKOWIAK, 1997, p.20)

Ao assistir a vida de seu ídolo através das redes sociais, os fãs ficam envoltos em determinadas subjetividades transmitidas pelas mensagens do ídolo, que deixa de ser simplesmente um artista ao qual o fã acompanha o trabalho, e passa a ser objeto de inspiração. Força, poder, sedução e sucesso são alguns desses objetos de desejo dos adoradores, que ao perceber tais características na vida do ídolo, tentam parecer com o mesmo, adotando as mesmas atitudes para aproximar-se imgeticamente daquela realidade.

A cantora Rihanna (@badgalriri) é uma das personalidades midiáticas mais populares no *Instagram*, com 6.856.100 seguidores, número este que só cresce. Em

média são duas postagens por dia, com imagens variadas, que vão desde paisagens exóticas de lugares visitados até festas e momentos íntimos da artista.

As imagens postadas pela cantora são ferramentas de aproximação com os fãs, através delas os seguidores podem saber o que se passa na vida da personalidade cultuada. Poucos segundos são suficientes para que a postagem atinja milhares de comentários, na maior parte vindos de pessoas que têm forte admiração pela artista.

Ao alcançar os ídolos, os fãs constroem “pactos afetivos”, eles serão eternamente fiéis aos seus amados pois através deles conseguem absorver diversas subjetividades. O ídolo deixa de ser simples profissional musical e passa a adquirir papel fundamental na vida do fã, a força motor para que os indivíduos “comuns” possam alcançar determinados ideais. Nesta perspectiva, Morin fala que “(...) as estrelas passaram a desempenhar um papel tutelar, conselheiro, consolador” (1989, p. xv).

A lógica do agradecimento dos fãs

Este “novo papel” que adquire as estrelas pode ser constatado ao analisar a resposta dos fãs ao conteúdo divulgado pela estrela. No dia 20 de janeiro de 2013, por exemplo, a cantora Rihanna postou uma fotografia (**Fig. 1**) intitulada “*Buckle up bitches*” – “Apertem os cintos, vadias” em português livre.

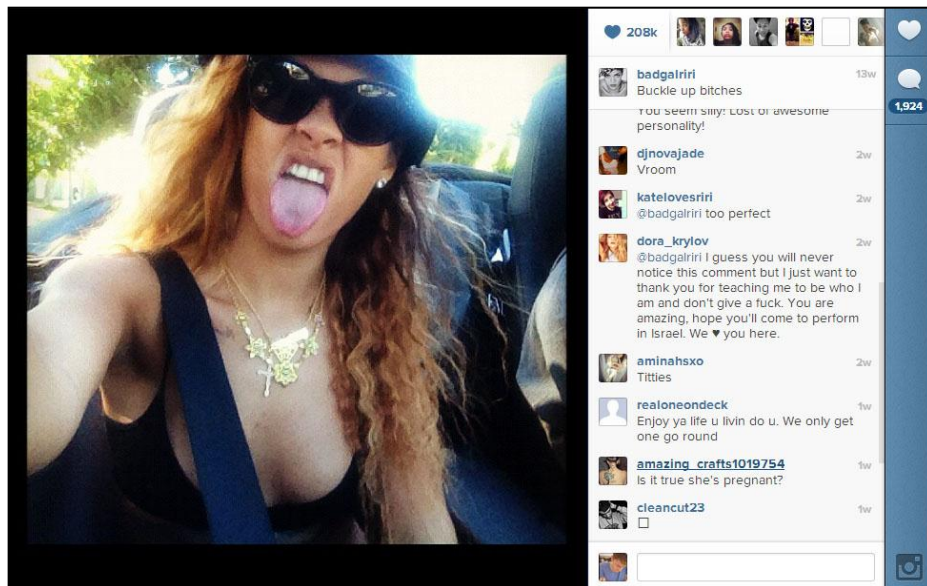


Figura 1

A imagem mostra a cantora dentro de um carro, em pose espontânea, sem mensagem direta aparente. Para os fãs, entretanto, a imagem vai além do que é proposto e abre um leque para inúmeras interpretações carregadas de subjetividades.

Uma seguidora, chamada Dora Krylov (@dora_krylov), comenta a imagem, não se apegando a objetividade da imagem e sim todo o universo subjetivo que foi criado naquele espaço que leva a cantora aos computadores dos fãs. A seguidora disse: “Eu acho que você nunca vai perceber este comentário, mas gostaria apenas de agradecer a você por ter me ensinado a ser quem eu sou hoje. Você é incrível, espero que você venha se apresentar em Israel. Nós amamos você” (**Fig. 2**).

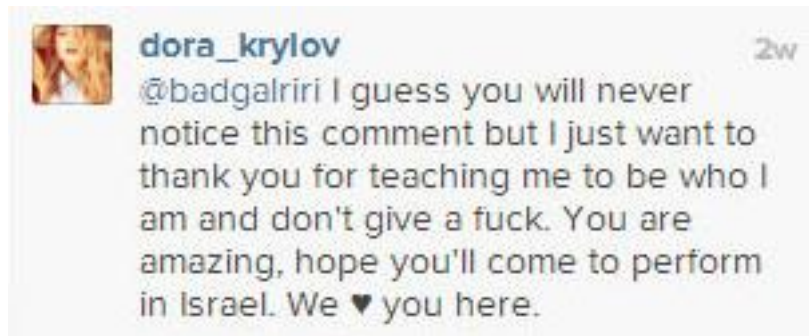


Figura 2

No caso em questão, a fã sabe que provavelmente não será respondida pela sua diva, mas não se sente ignorada, tendo em vista que sua idolatria é recompensada no plano subjetivo, através das imagens e mensagens simbólicas da cantora.

O amor do fã não pode possuir, nem no sentido sociológico nem no sentido físico do termo. O amor pela estrela não provoca ciúme ou inveja, é partilhável, pouco sexualizado, ou seja, adorador. (...) O fã, por seu lado, aceita ser pura e simplesmente verme. Desejaria ser amado, mas sem perder sua humildade. É esta desigualdade que caracteriza o amor religioso, essa adoração não-recíproca, embora eventualmente recompensada. (MORIN, 1989, p.52)

Ao ter acesso aos “fragmentos” cotidianos da artista, a fã apreendeu ensinamentos, lições que hoje fazem parte de seu modo de ser, subjetividades que por processos de absorção imagética estarão presentes na sua identidade, na forma pela qual a fã se mostra ao mundo. A estrela passa a desempenhar papel tutelar, tona-se guia das



atitudes da fã, ela passa a ser referencial para a construção da identidade da seguidora, que vai mimeticamente adotar a mesma imagem mental do ídolo.

Na perspectiva de Morin, isso acontece porque a alma do fã, carente de referenciais aos quais possa se apropriar de determinadas subjetividades, confunde o real com o imaginário e se vê no direito de se apropriar da imagem mental ao qual seu ídolo passa a representar (imagem de independência, liberdade, poder, etc.).

O mesmo movimento que aproxima o imaginário do real aproxima o real do imaginário. Em outras palavras: a vida da alma se amplia, se enriquece, se hipertrofia mesmo. (...) a alma é precisamente o lugar de simbiose no qual imaginário e real se confundem e se alimentam um do outro; o amor, fenômeno da alma que mistura de maneira mais íntima nossas projeções-identificações imaginárias e nossa vida real, ganha mais importância. (MORIN, 1989, p.11)

A partir do discurso de Rihanna, essas subjetividades não são fáceis de ser encontradas, entretanto algumas características apontam para ideais e ideias específicas. No discurso verbal, a cantora preza por expressões coloquiais, que beiram a fala da “marginalia”, através de expressões típicas do chamado “linguajar do gueto”.

Referir-se aos seguidores como “*bitches*” (vadias), por exemplo, é uma forma de afirmar uma cultura de minoria, mostrar para quem está do outro lado da tela a raiz da cantora, que mesmo saindo do gueto de Barbados, ilha caribenha onde nasceu, manteve o espírito de sua terra natal, de seus amigos e de sua vida particular.

A forma de se comunicar com seus fãs cria maior aproximação, pois confere sinceridade ao discurso da cantora. Ao chamar os fãs de “vadias” – e também ser chamada de vadia pelos fãs – a artista aproxima os dois polos dessa relação, é criada uma identidade mútua entre ídolo e seguidor.

Toda informação traz algum segredo que permite ao leitor apropriar-se de uma parcela da intimidade da estrela. Qualquer um, eventualmente, poderá incorporar a si mesmo essa parcela, adaptando penteados, maquiagens, toilettes, assimilando assim a matéria assimilável por natureza, a alimentação da estrela. (MORIN, 1989, p.61)

Cigarro, anarquismo e libertinagem

Através do discurso não-verbal, ou seja, das imagens postadas, é possível perceber que a ideia de transmitir sua identidade é recorrente. Ao mostrar as particularidades que constituem sua identidade e realidade, ou seja, imagens comuns do cotidiano, a estrela se coloca no mesmo patamar que os seus súditos, que desejam fazer parte daquela vida, se não do lado da cantora, através das imitações mentais.

Uma outra seguidora, chamada de @twentiethcenturyfoxx, ao ver uma fotografia da cantora fumando (**Fig. 3**), deseja alcançar esse ideal de vida, aparentemente irregular para maior parte da sociedade, mas que para aquela fã transmite subjetividades individuais, sensações e inspirações que só ela irá entender.

Em tradução livre, a seguidora fala: “Você é tão maravilhosa (...) eu espero que um dia, se eu conseguir ser musicalmente igual a você, nós possamos fumar uns juntas”. Logo abaixo, um outro seguidor, chamado @alexmod1, exalta o espírito anarquista e libertino da cantora em apenas um adjetivo: “Bitch” (vadia).

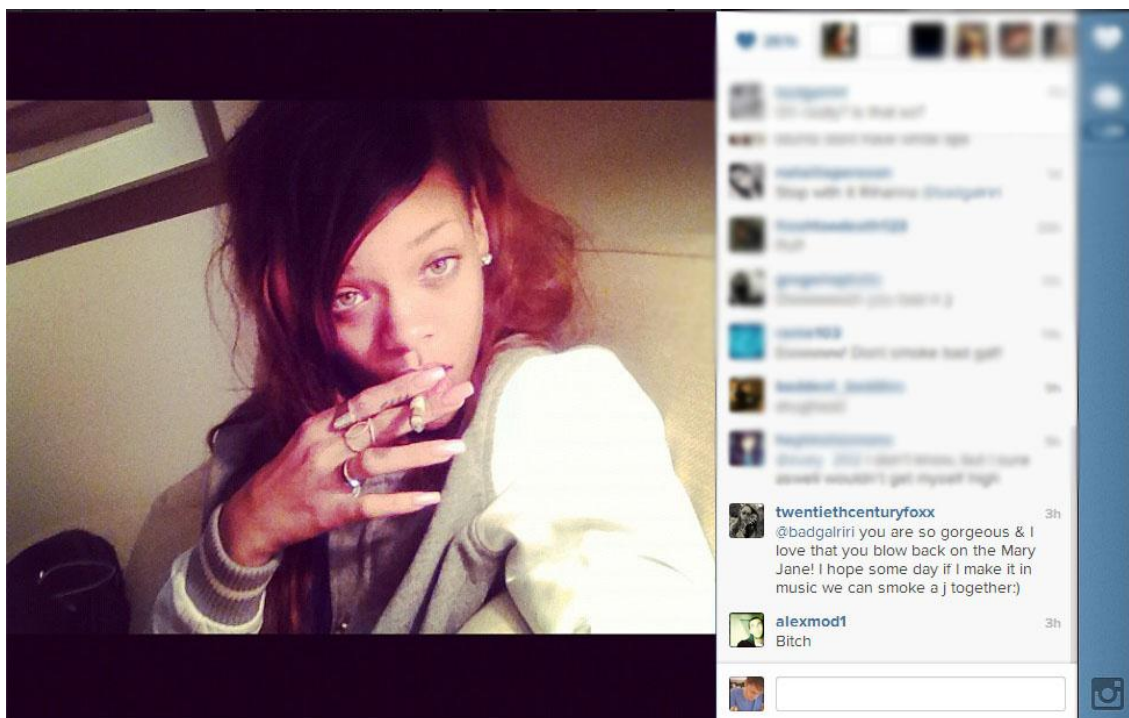


Figura 3

A troca de adjetivações, como ocorre na relação da Rihanna com seus súditos, é nada mais que o *feedback* empático dos fãs para com a estrela, uma das formas dos seguidores mostrarem para a adorada que compartilham das mesmas formas culturais e ideológicas da diva.

A liturgia das estrelas

As estrelas deusas não têm simples admiradores, elas possuem, como em todo culto litúrgico, seguidores que acreditam no seu poder místico, seu caráter heroico de salvador e consolador, ser “além da humanidade” capaz de oferecer aos seus fiéis seguidores, que partilham das mesmas ideologias e modos de vida, conquistas impossíveis de serem alcançadas sozinhas pelo ser humano comum.

A projeção do espectador no herói corresponde a um movimento de duplicação. (...) Para além da imagem, projeções míticas se fixam numa pessoa concreta e carnal: a estrela. (...) A estrela submerge no espelho dos sonhos e emerge na realidade tangível. Num e noutro caso, são os poderes da projeção que a divinizam. É no instante que a projeção mítica se faz na sua natureza dupla e a unifica que se realiza a estrela-deusa. Essa deusa, porém, deve ser consumida, assimilada, integrada: o culto é organizado com vistas a essa identificação. A estrela é fruto de um complexo projeção-identificação particularmente virulento”. (MORIN, 1989, p. 67)

O fã não ama a estrela-deusa apenas em forma física, ele ama sobretudo o que ele representa. A intenção não é consumir aquela figura e sim preencher suas almas com as subjetividades sígnicas transmitidas por aquela representação.

Neste caso, Rihanna é a deusa *femme fatale*, ou seja, mulher poderosa e fora dos padrões socialmente imposto (sensível, delicada, serena, etc.). Esta característica é transmitida desde o apelido escolhido para nomear sua conta. Ao se auto intitular como @badgalriri (*Bad Girl* Rihanna – Rihanna, Garota Má), ela afirma seu posicionamento anticonformista, aquém dos padrões estabelecidos para as mulheres.

A Rihanna apresentada aos fãs é uma mulher livre, independente, que, graças ao seu sucesso profissional pode fazer o que bem entender, é livre para ter os pensamentos que lhe forem plausíveis e pode mostrar-se ao mundo da forma que julgar pertinente, seja bebendo, fumando, seminua ou simplesmente em um momento de lazer (**Fig. 4**).

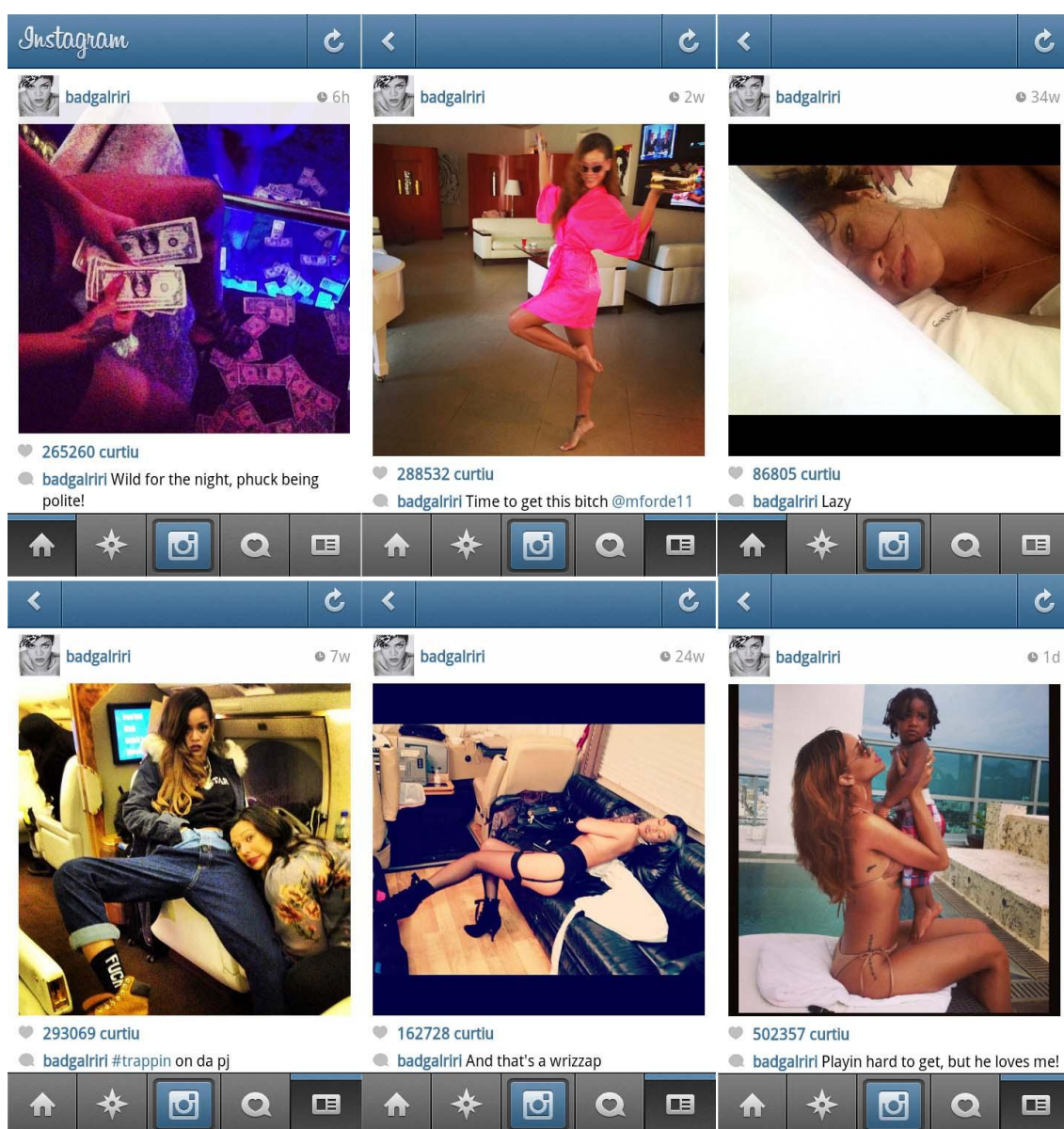


Figura 4

Considerações finais

É possível perceber a reformulação que passou a estrela midiática com o advento das novas tecnologias comunicativas. Se antes, o estrelato era signo de superioridade e reclusão, um “palácio” onde poucos tinham acesso, na contemporaneidade vem adquirindo nova significação.

A realidade dos novos deuses midiáticos é diferente, eles deixam e querem ser tocados, pelo menos no plano das ideias. A estrela influencia e é influenciada por seus seguidores, que em processo de projeção e identificação apropriam-se das qualidades de



suas estrelas, adquirem novas necessidades subjetivas que só vão ser saciadas a partir da apreensão das significações transmitidas pelas suas estrelas.

A cantora Rihanna é símbolo da deusa – e mulher – pós-moderna. Ela não quer ter as relações amorosas das típicas narrativas fílmicas do *happy end*, sua vida é carregada de liberdade e destruição das amarras socialmente impostas. A diva não se incomoda em queimar dinheiro, aparecer seminua ou consumir produtos ilícitos, ela quer mais é ser exposta, se atirar no “fogo” midiático e sorrir do perigo de ser queimada.

Seus súditos, fiéis espelhos da diva, ao consumirem diariamente essas mensagens, são convidados a fazer parte desse universo, eles têm as mesmas possibilidades, podem, se quiser, ser mimese do ídolo.

E a maioria deles nitidamente não abre mão disso, muito pelo contrário, as atitudes do ídolo, neste caso, são na maioria das vezes ostentadas, bandeiras que devem ser admiradas. Quando qualquer outro resolve intervir negativamente nesse universo, ou seja, contrariar as regras “bíblicas” impostas pela deusa Rihanna, certamente será retaliado pelos fãs, que não se importam em perder horas a fio para acuar quaisquer pessoas que ousem contrariar as regras da diva.

Brigas entre seguidores são comuns nesses espaços, isso porque, como em toda doutrina litúrgica, regras devem ser respeitadas. As da deusa Rihanna são bem claras, seu mundo é aberto e convidativo. Os que se identificam com aquela realidade, são bem acolhidos e vão fazer de tudo para seguir a risca o que é lei naquela “capela”; os que se chocam com aquele universo devem, por livre arbítrio, afastar-se dali, ou terão que enfrentar a fúria de uma legião de seguidores que querem tão somente a liberdade de parecer um pouco com sua deusa.

Referências

FREUD, Sigmund. **Psicologia das massas e análise do eu e outros textos (1920-1923)**. Tradução Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

MORIN, Edgar. **As Estrelas: mito e sedução no cinema**. Tradução [da 3. Ed. Francesa] Luciano Trigo. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

TISKI-FRANCKOWIAK, Irene T. **Homem, Comunicação e Cor**. São Paulo: Ícone, 1997.