

A full-page background image of Harley Quinn from the movie 'Birds of Prey'. She is wearing her signature pink and black outfit, a clear leather jacket, and a tinsel cape. She has her blonde hair in pigtails and is holding a mallet over her shoulder. The background is a dark, stylized city street with blue and purple lighting and falling confetti.

CULT
DE CULTURA

COLÓQUIO
NACIONAL EM
ARTE SEQUENCIAL
E CULTURA POP

8 A 10
OUTUBRO
2020

FACULDADES
EST

POP!

CADERNO DE RESUMOS



“IT’S AN ESTRATEGIC HOT MESS”: A MEDIATIZAÇÃO DO DRAMA SOCIAL QUE TRANSFORMOU A HANNAH MONTANA NA GAROTA MAIS SELVAGEM DO POP

Tatyane Larrubia¹¹⁰

Quais elementos na performance de um artista da música nos possibilitam uma identificação de gênero, características e autenticidade? E quais elementos o possibilita circular em diferentes espaços com legitimidade? Quais estratégias um artista pode utilizar para desconstruir estereótipos vinculados à sua imagem? Esse artigo propõe pensar essas questões a partir da reconstrução de imagem que a atriz e cantora Miley Cyrus realizou ao encerrar seu contrato com a Disney e levar à público uma versão de si mais madura, no período de 2012 a 2013.

Miley Cyrus é uma cantora e atriz que ficou conhecida mundialmente através do seu papel como protagonista no seriado Hannah Montana, do canal Disney Channel. Vale aqui ressaltar que o canal possui programação voltada ao público infanto-juvenil, com circulação mundial. Hannah Montana estreou nos Estados Unidos em outubro de 2006 e ficou no ar até janeiro de 2011, totalizando quatro temporadas. A narrativa da série é sobre uma garota comum do Tennessee, Miley Stewart, que se transforma em uma estrela da música pop, mas, para preservar sua vida pessoal da fama, cria um alter ego, a Hannah Montana. O seriado exhibe os conflitos de uma menina adolescente - como escola, e relacionamentos afetivos e sociais no geral - e o bônus e ônus da fama, na visão da personagem.

O programa apresentou números significativos de audiência e, em determinado momento, a personagem Hannah Montana saiu da produção televisiva para a circulação fonográfica e produção de shows ao vivo. A personagem realizou duas turnês. A primeira, aconteceu em 2006, e Hannah era a atração de abertura para o grupo *Cheeatah Girls*, outro produto audiovisual da Disney Channel. A segunda foi uma turnê solo, em 2007, que circulou por várias cidades dos Estados Unidos, chamada “Hannah Montana and Miley Cyrus show: The Best of Both Worlds Tour”, que marcou o início oficial da carreira da Miley Cyrus, porque, apesar de ser uma turnê da Hannah Montana, com as músicas pertencentes à trilha sonora do seriado, a segunda parte do show era estrelado pela atriz com algumas de suas canções autorais.

Até o fim de sua relação com a Disney, a artista gravou mais dois álbuns autorais: “*Breakout*” (2008) e “*Time of our Lives*” (2009). No processo de finalização do contrato com a empresa, em 2010, a Miley lançou o álbum “*Can’t be Tamed*”, onde parte das letras demonstravam sua insatisfação com a forma com que a Disney produzia seu trabalho. Nas performances ao vivo e nos produtos audiovisuais relacionados à essa época, a cantora apresentava roupas e danças sensuais - bem características da cultura da música pop, remetendo a uma ideia de “diva”.

¹¹⁰ Doutoranda em Comunicação pela UNISINOS. Taty.larrubia@gmail.com



Após o lançamento do álbum *Can't be Tamed* (2010), Miley faz um hiato de dois anos sem músicas inéditas. É no fim desse hiato que esse artigo se concentra. Em uma busca por reinvenção do seu trabalho, por um público mais adulto e para alcançar certa legitimação no mercado, a cantora voltou aos holofotes midiáticos impactando crítica e público com uma “nova Miley”. Essa “nova Miley” foi construída através de elementos estéticos, sonoros e performáticos que serão discutidos ao longo do texto.

O álbum que carregou essa mudança de Miley chama-se “Bangerz” e foi lançado em 2013. Esse foi o primeiro disco da artista sem nenhum vínculo com a Disney, e para enfatizar tal ruptura, realizou-se um processo intenso na reconstrução da identidade dessa nova persona que surgia, com um discurso e estética “rebelde” e subversivo. Por ser o primeiro trabalho da artista completamente desvinculado da companhia Disney, ela rejeita ou satiriza qualquer menção ou vínculo com a produtora. Essa fase trouxe à Miley amplo reconhecimento midiático, as músicas alcançaram boas posições nos *charts* e a artista realizou uma turnê por quase todos os continentes.

Para Ciampa (1984), a identidade é uma metamorfose gerada pelo intermédio da história e contexto social na qual o indivíduo está inserido. No caso de Miley, era preciso reafirmar o contexto no qual não estava mais inserida, construindo uma nova história. Para um indivíduo anônimo, uma troca em seu papel social ou mudança de personalidade já exige certa compreensão na assimilação de terceiros sobre a mudança. Mas um artista pertencente ao cenário cultural da música pop precisa utilizar estratégias consistentes para fazer com que seu público perceba sua reinvenção e também para conquistar novos espaços.

Para entender o que possibilitou essa transição, partimos de uma breve contextualização sobre cultura pop, música pop e suas nuances. Propomos aqui, entender essa transição como estratégia de divulgação e reinvenção da artista, onde uma “máscara” - a persona (PAVIS (1999); JUNG (1992)) - pode ser descolada da pessoa e analisada como um fenômeno em particular.

Nesse sentido, recorreremos à Teoria Ator-Rede para nos amparar ao identificar quais atores contribuem para a formação dessas personas, considerando actantes humanos e não humanos. A análise será dividida da seguinte forma: Utilizaremos quatro eixos (Narrativa, Estética, Sonoridade e Corporeidade) para entender categoricamente essa transição de Miley. A Narrativa pretende entender o enredo proposto pela artista, qual a estória que ela deseja contar e como isso se dá através de seu discurso nas letras das músicas, entrevistas e apresentações. É a construção da estória da persona, como por exemplo se é uma persona rebelde ou comportada. A estética busca compreender quais são os elementos visuais que mediam a construção dessas personas, como figurinos, fotografias, cores, cortes de cabelo, etc. Sobre a sonoridade, serão apontadas as características sonoras que diferenciam os álbuns musicais da artista até então, além de pensar as estratégias de circulação utilizadas por cada um deles, entendendo como essas estratégias se relacionam com a construção de personas da artista. A corporeidade propõe investigar como o corpo de Miley Cyrus como condutor da mensagem que Miley deseja passar com cada persona, identificando danças e gestos que caracterizam o perfil da fase analisada. Em cada uma dessas categorias, buscaremos entender



como Miley perfomatizou essa persona em diferentes esferas midiáticas e quais estratégias utilizou para diferenciá-las perante ao público. A partir da identificação desses elementos, propomos pensar cada uma dessas transições como um drama social (TURNER, 2008) que compõem um roteiro performático (TAYLOR, 2013), o qual foi midiaticizado estrategicamente, para permitir uma leitura da presença de uma nova persona pelos olhos do público. Dessa forma, vamos resgatar esses actantes - performances, estética, discurso, espaços midiáticos, etc - e estruturá-los em uma cronologia, identificando episódios-chave (propostas por Turner (2008): A ruptura, a crise, a ação reparadora e o desfecho) para entender os roteiros performáticos construídos por essa persona e que costuram essa reinvenção da artista dentro do modelo de drama social (TURNER, 2008), citado por Diana Taylor (2013) para descrever roteiros performáticos que também ocorrem no contexto da cultura pop.

É nesse sentido que propomos neste trabalho pensar em uma estratégia muito comum adotada por artistas do gênero: a inovação do seu trabalho através da reconstrução de ciclos e invenção de personas. Consideramos aqui que, através de elementos em suas performances, Miley utiliza-se da criação de personas para reinventar sua carreira. Pois, entender artistas como Miley Cyrus como parte do cenário da cultura e da música pop - um campo que também reflete os hábitos da sociedade moderna - e debruçar sobre uma pesquisa que investiga a transição da representação de sua imagem é buscar entender como os artistas desse gênero produzem e elaboram estratégias para fazer com que o público identifique uma nova composição de estilo. Assim, buscamos então, observar as personas como um fenômeno que instiga a compreensão de estratégias, processos e elementos que fazem parte de um nicho mercadológico da música pop e de sua lógica de consumo. Esse artigo faz parte da minha pesquisa de mestrado, desenvolvida entre 2018 e 2020.

Palavras-chave: Personas; Musica Pop; Miley Cyrus.

Referências:

CIAMPA, Antonio da Costa.1984. Identidade. In: W. Codo & S. T. M Lane (Orgs.). Psicologia social: o homem em movimento, São Paulo: Brasiliense. p. 74.

JUNG, Carl Gustav , Two Essays on Analytical Psychology, Psychology Press. 1992

LATOURE, Bruno. Reagregando o social: uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador-Bauru: EDUFBAEDUSC; 2012

PAVIS, Patrice. Dicionário de teatro. São Paulo: Perspectiva. 1999

PEREIRA DE SÁ, S.; CARREIRO, R. (Org.) ; FERRARAZ, R. (Org.) . Cultura Pop. 1. ed. Salvador: EDUFBA, 2015. v. 1. 296p



PEREIRA DE SÁ, Simone, Funk carioca: música eletrônica popular brasileira?! – Brasília, Revista E-Compós, vol.10, 2007

SOARES, T. Percursos para estudos sobre música pop - Livro Cultura Pop. 1. ed. Salvador: EDUFBA, 2015. v. 1.

_____. A Estética do Videoclipe. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.

_____. Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop. Logos: Comunicação e Universidade, v. 2, n. 24. 2014.

TAYLOR, Diana. O arquivo e o repertório: performance e memória cultural nas Américas. Editora UFMG, 2013.

TURNER, Vitor. Dramas, campos e metáforas - ação simbólica na sociedade humana. Série Antropologia e Ciência Política, v. 42. Eduff. 2008.