



University of
Texas Libraries



e-revist@s



Centro Unversitário Santo Agostinho

revistafsa

www4.fsnet.com.br/revista

Rev. FSA, Teresina, v. 22, n. 1, art. 4, p. 61-85, jan. 2025

ISSN Impresso: 1806-6356 ISSN Eletrônico: 2317-2983

<http://dx.doi.org/10.12819/2025.21.1.4>

DOAJ DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS

WZB
Wissenschaftszentrum Berlin
für Sozialforschung



Influência dos Little Monsters na Criação do Álbum Chromatica de Lady Gaga

Influence of the Little Monsters in the Creation of Lady Gaga's Album Chromatica

Lucas Homrich Kafer

Bacharel em Publicidade e Propaganda pela Universidade Feevale
E-mail: lucas.kafer.lk@gmail.com

Simone Carvalho da Rosa

Mestra em Indústria Criativa pela Universidade Feevale
Professora na Universidade Feevale
E-mail: simoneccr@feevale.br

Mauricio Barth

Doutor em Diversidade Cultural pela Universidade Feevale
Professor na Universidade Feevale
E-mail: mauricio@feevale.br

Endereço: Lucas Homrich Kafer

Universidade Feevale – ERS 239, 2755, CEP 93525-075
– Novo Hamburgo/RS, Brasil

Endereço: Simone Carvalho da Rosa

Universidade Feevale – ERS 239, 2755, CEP 93525-075
– Novo Hamburgo/RS, Brasil

Endereço: Mauricio Barth

Universidade Feevale – ERS 239, 2755, CEP 93525-075
– Novo Hamburgo/RS, Brasil

Editor-Chefe: Dr. Tonny Kerley de Alencar Rodrigues

Artigo recebido em 12/11/2024. Última versão recebida em 02/01/2025. Aprovado em 03/01/2025.

Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review pelo Editor-Chefe; e b) Double Blind Review (avaliação cega por dois avaliadores da área).

Revisão: Gramatical, Normativa e de Formatação



RESUMO

Em uma sociedade altamente conectada, que estimula a ascensão de celebridades e uma cultura de fãs que promove conexão, é comum que surjam comportamentos negativos. Nesse contexto, o presente artigo tem por objetivo entender quais comportamentos dos Little Monsters, fãs de Lady Gaga, nas redes sociais, influenciaram as composições do álbum Chromatica. Para atender a esse objetivo, adotou-se o método Exploratório e Descritivo e como procedimento técnico optou-se pela pesquisa Bibliográfica, Documental e Estudo de Caso. Identificou-se que a falta de apoio dos Little Monsters para com Lady Gaga a levou a compor um álbum que representa um manifesto, em que expõe algumas atitudes e situações de forma metafórica e pede por mais suporte para seus fãs em seus trabalhos.

Palavras-chave: Celebridade. Cultura de Fãs. Lady Gaga.

ABSTRACT

In a highly connected society that encourages the rise of celebrities and a fan culture that promotes connection, negative behaviors are common. In this context, this article aims to understand which behaviors of Little Monsters, Lady Gaga's fans, on social media influenced the compositions of the album Chromatica. To attend to this objective, the exploratory and descriptive method was adopted, and as a technical procedure, bibliographic, documental and case study research was chosen. It was identified that the Little Monsters' lack of support for Lady Gaga led her to compose an album that represents a manifesto, in which she exposes some attitudes and situations in a metaphorical way and also asks for more support for your fans in your work.

Keywords: Celebrity. Fan Culture. Lady Gaga.

1 INTRODUÇÃO

Na sociedade moderna, é possível observar uma predominância da inversão de valores a partir da troca do real pelo imagético. Debord (2003) diz que vivemos em uma sociedade do espetáculo, em que todos os envolvidos praticam performance. É neste contexto de espetáculo que vimos a ascensão de celebridades, uma vez que a arte se torna um produto do capitalismo. Com a exposição midiática mais acentuada, a relação entre ídolos e fãs se torna acessível, já que a comunicação passou a ter como mediação as tecnologias digitais, provocando muitas mudanças na forma de as pessoas se comunicarem (RECUERO, 2009).

Lemos (2003) é citado por essa mesma autora, quando se refere ao surgimento de agrupamentos sociais, porque estes grupos, caracterizados como fãs, permitem maior acesso para se comunicarem com os artistas que idolatram. Não somente para fazer lançamentos ou comunicados oficiais, os artistas também passaram a tomar essa relação como crucial nas decisões de seus trabalhos. Em 2020, a cantora Katy Perry lançou capas alternativas para seu quinto álbum de estúdio (Smile) com artes criadas por fãs que viralizaram no X, antigo X¹.

Entretanto, a acessibilidade ao ídolo em alguns momentos pode causar reações controversas, como é o caso dos Little Monsters², os fãs de Lady Gaga. Ao passar por uma “era” (como os fãs chamam o período de lançamento e divulgação de um determinado álbum) problemática ou que não seja de vertente pop ou dance, as críticas tornaram-se mais frequentes, e gradativamente mais intensas e agressivas.

Em 2020, Lady Gaga lançou seu sexto álbum de estúdio, Chromatica, em que aborda um período sombrio e intenso que passou por problemas psicológicos. Ao analisar algumas letras das músicas, é possível fazer analogias com o comportamento dos fãs a respeito da artista.

A partir das considerações acima citadas, estabeleceu-se como problemática da pesquisa: Quais os comportamentos adotados pelos Little Monsters nas redes sociais que afetaram a relação da celebridade com os fãs, a ponto de Lady Gaga abordar esta questão em seu álbum Chromatica? Como objetivo geral, foi estabelecido analisar o comportamento dos Little Monsters nas redes sociais de Lady Gaga e a forma como isso influencia nas composições do álbum analisado.

¹ Postagem feita pela cantora Katy Perry divulgando suas capas alternativas criadas por fãs. Disponível em: <https://bit.ly/3nff11y>. Acesso em: 01 jul. 2024.

² Lady Gaga se intitula como Mother Monster (mamãe monstro). Assim, ela chama seus fãs de Little Monsters (monstrinhos).

Como processos metodológicos, realizou-se uma pesquisa Aplicada, Descritivo-Exploratória, com enfoque Qualitativo, utilizando como procedimentos técnicos a pesquisa Bibliográfica, para contextualizar sobre os temas que sustentam o desenvolvimento, e Documental, para coleta de dados dos fãs, bem como reportagens de sites e revistas para embasar a trajetória da cantora Lady Gaga e também Estudo de Caso, para entender e retratar a forma como a cantora aborda os fãs em suas composições.

O artigo está estruturado da seguinte forma: Introdução, Fundamentação Teórica na seção 2, que se subdivide nos eixos: Celebridade, Cultura da Convergência e Cultura de Fãs e Lady Gaga e o álbum *Chromatica*. Na seção 3 será apresentada a Metodologia, e na seção 4 aborda-se a Análise, com os resultados obtidos da pesquisa, finalizando com as Considerações Finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para começar, é necessário fazer uma contextualização da construção da imagem de celebridade criada por Lady Gaga e a relação estabelecida entre a cantora e seu fandom, denominados Little Monsters. Para isso, é necessário entender os conceitos, definições e abordagens de celebridade, bem como a cultura de fãs.

2.1 Sociedade e Celebridade

Debord (2003) entende a sociedade moderna como um espetáculo, em que em suas mais variadas facetas os indivíduos performam. Segundo ele, “toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era diretamente vivido se esvai na fumaça da representação” (DEBORD, 2003, p. 13). Nesta nova sociedade, a imagem tem mais valor que o real.

Conforme o autor, com essa evolução da sociedade, toda a atividade se torna um espetáculo e os participantes dela são divididos entre espectadores e performistas, sendo que considera que o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas sim uma relação interpessoal mediada pelas imagens. De acordo com Debord (2003, p. 12), o espetáculo se mostra como algo “grandioso, positivo, indiscutível e inacessível” e sua única e principal mensagem é “o que aparece é bom, o que é bom aparece” e demanda uma atitude de aceitação passiva.

Schechner (2011), corroborando com os pensamentos de Debord (2003), entende a performance como ser exibido e se mostrar fazendo algo a um sujeito, e também define algumas categorias de performance, sendo uma delas a arte. A arte performática, como o autor se refere à performance artística, é aquela que se utiliza de diversos recursos para encenar

algo e atender a uma das funções da performance, que podem ser: “1. entreter 2. construir algo belo 3. formar ou modificar uma identidade 4. construir ou educar uma comunidade 5. curar 6. ensinar, persuadir e/ou convencer 7. lidar com o sagrado e/ou profano” (SCHECHNER, 2011, p. 20).

Essa mudança nos formatos e dinâmicas de sociedade e a valorização do espetáculo e performance nos levam ao entendimento de Hall (2006) sobre sociedade moderna e identidades. O autor afirma que nossa sociedade enfrenta uma crise identitária, em que as velhas identidades, que por muito tempo caracterizaram o mundo como algo estável, estão em declínio. Esta crise faz parte de um processo maior de mudança social, que desloca estruturas e processos que, até então, eram um referencial estável para o indivíduo.

O autor comenta ainda que as identidades contemporâneas estão passando por um processo de “descentração”, ou seja, deslocadas ou fragmentadas. Hall (2006, p.9) afirma que “Um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas [...]”, que é isto que está causando fragmentação das paisagens culturais de “classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais”.

Bauman (2005) converge nesta linha de pensamento, ao comentar essa mudança no perfil identitário dos indivíduos. O autor cita que a atribuição tradicional de identidade que era feita aos indivíduos anteriormente era oriunda de sua raça, país de nascimento e família, e gradualmente essa construção foi mudando e sendo substituída por novos grupos que tendem a ter mediação eletrônica. Vale evidenciar que, para ambos os autores, as sociedades modernas são caracterizadas pelas mudanças rápidas e constantes e, além disso, as sociedades da modernidade tardia são concebidas nas diferenças dos sujeitos e erguidas a partir de conflitos e diferenciações sociais. Conforme Hall (2006, p. 17), isso cria diferentes “posições de sujeito” ou identidades relacionadas e articuladas entre si, mas que mantém suas raízes abertas. Esse processo cria o sujeito pós-moderno, concebido como “não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente” (HALL, 2006, p. 12).

Portanto, a ideia que passou a valer é de que a identidade é influenciada pela mediação entre o sujeito e o meio em que o mesmo se insere. Bauman (2005) reforça esta nova face da sociedade moderna, caracterizando-a como líquido-moderna, cujas relações interpessoais se transformam em objetos de atração e apreensão, desejo e medo, tudo é instável e líquido.

Nesse contexto de sociedade moderna e líquida, o termo celebridade, fazendo alusão às pessoas famosas e reconhecidas, é criado no século XVI, embora, segundo Rojek (2008), a ideia de celebridade seja anterior. A celebridade trata-se de alguém que tem um status de

destaque no espaço público e que obtém fama em seu círculo.

A celebração dessas pessoas surge “da ausência gerada pela decadência da crença popular no direito divino dos reis e a morte de Deus” (ROJEK, 2008, p. 16). Esses indivíduos substituíram a monarquia com outros símbolos de reconhecimento, uma vez que a figura de Deus se torna escassa, “as celebridades tornaram-se imortais” (ROJEK, 2008, p. 16). O avanço das celebridades está totalmente vinculado com a democratização da sociedade, bem como a decadência dos valores religiosos e o avanço do capitalismo.

Morin (1989) cita as celebridades como parte constituinte do *star system*, termo que se refere às pessoas que saíram do status de anonimato, ou como o autor diz “meros mortais” para atingir um status de reconhecimento e celebridade ou “semideuses”. O *star system*, para o autor, é uma máquina de fabricar celebridades e mantê-las vistas, lembradas e promovê-las. Este processo é ligado ao capitalismo e, portanto, as celebridades se tornam produtos deste mercado. Rojek (2008) traz uma abordagem sobre este tema muito similar a Morin (1989), ele diz que quem atribui o status de celebridade a estas pessoas é questionável, as celebridades são fabricações culturais. O autor afirma que estas pessoas são meticulosamente mediadas por algo que poderia ser chamado de “correntes de atração”. Ele complementa:

Hoje nenhuma celebridade adquire reconhecimento público sem a ajuda de intermediários culturais como diretores de cena da sua presença aos olhos do público. “Intermediários culturais” é o termo coletivo para agentes, publicitários, pessoal de marketing, promoters, fotógrafos, fitness trainers, figurinistas, especialistas em cosméticos e assistentes pessoais. A tarefa deles é planejar uma apresentação em público de personalidades célebres que resultará num encanto permanente para uma plateia de fãs (ROJEK, 2008, p. 12 -13).

O autor também estabelece uma diferenciação entre celebridade, notoriedade e renome. Para o autor, “renome se refere à atribuição informal de distinção a um indivíduo dentro de uma determinada rede de relacionamentos sociais” (ROJEK, 2008, p. 14). O renome é dependente de um contato parassocial ou pessoal. Os indivíduos que possuem renome são pessoas com uma fama restrita a um grupo ou congregação da qual fazem parte. Enquanto o renome requer este contato social, a celebridade e a notoriedade “pressupõem um relacionamento no qual o indivíduo que é diferenciado por status honorífico está distanciado do espectador por um palco, tela ou meio equivalente de comunicação” (ROJEK, 2008, p. 14). Esta distância social e as correntes de atração são meios que reforçam as performances, como abordado anteriormente por Debord (2003) e Schechner (2011), uma vez que as celebridades se utilizam dessas ferramentas para performar e transmitir as imagens.

2.1.1 As tipificações de celebridade

Rojek (2008) delimita as tipificações de celebridade, construídas de acordo com suas características e peculiaridades referentes a visibilidade, exposição midiática, contexto de surgimento e forma de se relacionar com o público, proporcionando a Liesenberg (2012) categorizar, baseada em Rojek (2008), os tipos de celebridades (Quadro 1).

Quadro 1 – Tipificações de celebridade

Tipo	Definição	Exemplo
Celebridade encenada	O termo surge com a origem da fotografia, mas não faz referência à pose para foto e sim em usar postura e comportamento específicos para gerar identificação das massas com a celebridade.	Ted Bundy: Serial killer americano capaz de mudar toda a percepção da massa para com sua identidade.
Celebridade conferida	São pessoas que já têm sua fama obtida desde seu nascimento, graças à sua linhagem.	Blu Ivy Carter: Filha de Beyoncé e Jay Z, cantores americanos, que é famosa desde o anúncio da gravidez de sua mãe.
Celebridade adquirida	É o tipo de celebridade que considera o histórico pessoal de realização dos indivíduos. São aqueles que adquirem seu reconhecimento com a construção e evolução de seu trabalho.	Lady Gaga: A cantora conquistou reconhecimento a partir da construção de sua carreira e evolução de seu trabalho.
Celebridade atribuída	É o tipo de celebridade originada por pseudo-eventos, que são uma combinação de situações envolvendo estes indivíduos.	Personalidades criadas por meio do sensacionalismo: Quando a mídia se vale dessas histórias para propagação de conteúdo.

Fonte: Com base em Liesenberg (2012).

Assim, diante dos desmembramentos acima sobre as tipificações das celebridades, destaca-se que esta pesquisa toma como base o conceito de celebridade adquirida. Esta construção será abordada e mais bem explicada adiante.

Para além da construção do termo e das definições sobre celebridade, é primordial entender a relação entre o ídolo e seu fandom³. Para tanto, se torna necessário abordar os conceitos de Jenkins (2009) a respeito da cultura da convergência e cultura de fãs.

2.2 Convergência midiática e cultura de fãs

Para Jenkins (2009), o conceito de Cultura da Convergência está diretamente relacionada a três aspectos que se interligam, que são: a complementaridade das diversas mídias, uma atitude participativa na produção cultural e a formação de uma inteligência coletiva. Todos estes aspectos impactam no relacionamento das pessoas, provocando uma

³ Para Jenkins (2009), fandom é a junção de dois termos em inglês: fan (fã) e kingdom (reino), o reino dos fãs.

atitude receptiva e participativa, além de estimular a produção do conhecimento e a disseminação de informações.

Com as mudanças nas dinâmicas de sociedade, o avanço tecnológico começa a mudar a forma como os indivíduos se comunicam. Com uma necessidade latente de mudança dessa dinâmica, em que, até então, os usuários eram apenas receptores, é criada uma versão otimizada da internet, a chamada Web 2.0 (CURTY, 2008). Reforçando a visão de Recuero (2009), ao dizer que com a chegada da internet a forma de se comunicar passa a ser mais acessível e global, a Web 2.0, segundo Curty (2008), propõe-se a se importar menos com a tecnologia da informação em si, mas valorizando pessoas, conteúdo e acessos. Dito isso, a mídia passa a ter um novo papel na sociedade, e o consumidor, que antes tinha um papel passivo em relação às mídias, também se torna produtor de conteúdo. Essa mudança é o que Jenkins (2009) chama de convergência midiática. Não se trata de um processo tecnológico que une diversos recursos dentro dos mesmos aparelhos, mas sim de uma transformação cultural, uma vez que os consumidores são estimulados a procurar e produzir novas informações, bem como se conectar em meio de conteúdos midiáticos dispersos (JENKINS, 2009).

Para Jenkins (2009), a Cultura Participativa representa um ambiente em que, tanto produtores quanto consumidores de mídia passam a convergir e é neste ambiente, onde antes os indivíduos tinham papéis bem definidos e diferentes, agora já não possuem mais, e atualmente formam um novo conjunto de regras e dinâmicas em que podem assumir novos papéis. O autor, em sua definição, afirma que grandes corporações ainda exercem maior influência do que o consumidor, mas este, por sua vez, pode utilizar-se do fato de a comunicação não ser mais passiva e comunicar-se com estas corporações. Para Shirky (2011), esta mudança é reflexo da inclusão de amadores assumindo lugar de produtores, uma vez que não há necessidade de uma aprovação para saber o que se pode produzir ou dizer.

2.2.1 Uma cultura que estimula a formação de grupos de fãs

Resgatando os conceitos de Hall (2006) a respeito da identidade, pode-se traçar uma conexão a respeito da origem dos fãs. O autor compreende que os indivíduos podem assumir diferentes identidades conforme performam dentro de diferentes tribos em que estão inseridos no momento. Esta maneira de performar a identidade reforça o que Bauman (2005) já dizia sobre a forma líquida das relações e dos sujeitos em sociedade. O autor diz que as identidades são feitas para serem usadas e exibidas, uma vez que os indivíduos ao se identificarem fazem referência a algo ou alguém.

Atkin (2007) afirma que faz parte da natureza humana a necessidade de pertencer a algo. Entretanto, não é sempre que este anseio é correspondido no âmbito amplo destes grupos, é assim que se formam outros pequenos grupos - que também podem ser muito grandes, mas formados pela identificação: as tribos modernas. Para Maffesoli (1998), os indivíduos podem pertencer a diversas tribos uma vez que se atribui diversos papéis em sua vida inserida em sociedade. Uma pessoa que trabalha, estuda e interage com outras pessoas assume diversas identidades e performa de uma maneira diferente em cada uma das tribos a que pertence. O autor afirma que a "estética" tem um papel importante na formação e manutenção das tribos. A "estética" deve ser compreendida como a capacidade de sentir e experimentar o mundo. Sendo assim, estes grupos encontram na estética o que alimenta e dá sentido à sua vivência.

Com as mudanças na sociedade impostas pela internet, as barreiras geográficas não representam mais um problema na comunicação dos indivíduos. Entende-se os fãs como tribos específicas que idolatram um determinado artista ou grupo de artistas.

2.2.2 Definição de Fãs a Antifãs

Fã é uma palavra originária da abreviação do termo "fanático". Fanático, por sua vez, vem do termo em latim "*fanaticus*"⁴, que significa devoto, pertencente a um culto ou templo (JENKINS, 2015). Mesmo com o passar do tempo, o fã continua mantendo sua essência enquanto devoto de algo ou alguém.

O termo fã tem sua origem no século 19, quando os esportes representavam grande parte do entretenimento, o público pagava para assistir a estes shows de performance. A imprensa da época começa a retratar estes espectadores como fãs. A palavra fã começa sendo utilizada como uma brincadeira e os jornalistas a adotaram (JENKINS, 2015). Entretanto, as pessoas designadas como fãs, eram tidas como pessoas "isoladas, imaturas emocional e socialmente, incapazes de achar seu lugar na sociedade e, portanto, dispostas a trocar a realidade cruel pela fantasia abundante" (JENKINS, 2015, p. 33). Vale ressaltar o aspecto sexista do termo na época, em que o homem era visto como alguém solitário e a mulher era erotizada em uma figura delirante e apaixonada pelo ídolo (normalmente homem).

Jenkins (2015) traz que os fãs constituem uma comunidade especialmente ativa e sonora de consumidores, cujas atividades dirigem a atenção a esse processo de apropriação cultural. Na mesma linha de pensamento, Atkin (2007) considera que:

⁴ "Proveniente de ou pertencente a um templo, servo do templo, devoto" (Oxford Latin Dictionary *apud* Jenkins, 2015, p. 31)

[...] Os seguidores de algumas marcas cultuadas podem explorar a própria aparência de modo mais espalhafatoso para declarar sua fidelidade. Há os que tatuam o logo da marca na cabeça, nos braços, pescoço e tornozelos (os logotipos da Nike e da Apple são quase sempre os mais difundidos). Há os que vestem as camisetas da marca ou colocam seus adesivos em mochilas, roupas e carros (ATKIN, 2007, p. 48).

Portanto, os fãs que uma vez na história eram tidos como pessoas reclusas ou sem uma personalidade própria, agora demonstram seu orgulho e paixão pelo objeto de adoração de diversas formas. Agora seu fanatismo se torna uma ferramenta essencial para exercer sua necessidade humana, que é de pertencer a algo.

Através dessas formas de expressão do fã, este se encontra numa aglomeração de pessoas com o mesmo objeto de adoração, o fandom. Esta necessidade de pertencimento e a aglomeração reforçam o individualismo. Este individualismo, por sua vez, reforça o sentimento de pertencimento (ATKIN, 2007).

O fandom pode representar um lugar seguro, onde o indivíduo pode expressar-se e sentir-se confiante exercendo sua identidade. Este espaço não necessariamente é físico. Com a internet e as mudanças na sociedade e comunicação, estes espaços podem ser virtuais, o ciberespaço (ATKIN, 2007). O fandom representa “acima de tudo, uma instituição de teoria e crítica, um espaço semiestruturado onde interpretações concorrentes e avaliações de textos comuns são propostas, debatidas e negociadas” (JENKINS, 2015, p. 100).

Pensando neste contexto onde surgem fãs que têm um objeto de adoração em comum, é normal que haja pessoas discordantes e pessoas indiferentes. Monteiro (2012) afirma que a fama de uma celebridade pode levar a uma proliferação de pessoas que também a odeiam. A autora (MONTEIRO, 2012, p. 2), ao citar a abordagem de Jenkins e Tulloch (1989), fala sobre a diferente classificação de fãs e apreciadores em grupos diferentes: os fãs "são extremamente ativos, têm poder e influência social, cultural e interpretam signos de formas diferentes do que os demais"; já os apreciadores "embora se mostrem interessados, não têm o mesmo nível de engajamento, e mais do que isso, não são identificados como figuras presentes e participativas do fandom" (MONTEIRO, 2012, p. 2). Para a autora, ser fã é algo que transcende a admiração, o indivíduo passa a adotar uma postura de produtor, não somente consumidor.

Ser fã é muito mais do que participar, é trocar, partilhar, seja através de listas de discussão, tradução de músicas, críticas pesadas ou na criação de material (fanfics, fanvids, fanzines). O que Jenkins define como cultura participativa e Baym cultura da dádiva, traduz o fã atual, cuja capacidade de produção, reprodução, criação e circulação é cada vez maior. Graças à internet os fandoms tornaram-se globalizados e visados, principalmente pelos grandes conglomerados midiáticos (MONTEIRO, 2012, p. 2-3).

Assim como fãs e apreciadores têm diferenças, os fãs e antifãs também são indivíduos distintos. Monteiro (2012, p. 112) faz referência a Gray (2003), sendo o primeiro pesquisador a discutir o tema de antifãs, sendo definidos como "um grupo de pessoas com sentimentos fortes contra algum texto ou gênero, os considerando estúpidos, bobagens". Entretanto, com a ajuda das ferramentas da internet e redes sociais, estes antifandoms podem tomar proporções tão grandes quanto os fandoms propriamente ditos. Monteiro (2012) cita como exemplo o cantor canadense Justin Bieber, cujos antifãs chegaram a criar sites, perfis em redes sociais e até fazer massivas movimentações para gerar descurtidas em seus vídeos.

Já os não fãs se informam e escutam as músicas, porém não se envolvem de forma mais intensa nem para o âmbito positivo nem negativo em relação ao ídolo, assistem quando podem, não quando deveriam.

2.3 A celebridade e fãs na cultura da conexão

Conforme abordado anteriormente, as formas como os indivíduos se enxergam e se relacionam transformou-se e pode-se definir a convergência midiática como o vetor de mudança dos modelos mais antigos de comunicação. Com a digitalização e evolução da internet, a forma de o fã interagir com a celebridade que admira e permear a cultura da participação também mudou.

Jenkins, Green e Ford (2014), dando continuidade ao que Jenkins (2009) trata como cultura da convergência, dizem que os meios de comunicação tradicionais são componentes do que chamam de "mídia *mainstream*", o que é diferente da "mídia propagável". A diferença básica entre as mídias se trata da possibilidade de interação com o público. Portanto, entender como uma mídia pode ser propagável é, também, entender como os fãs interagem com os conteúdos gerados pelas celebridades.

A essência da mídia propagável é de que "vários públicos possam espalhar por diferentes motivos, convidando as pessoas a moldar o contexto do material conforme o compartilham no âmbito de suas redes sociais" (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p. 29). Portanto, nesta nova mentalidade, o público tem um papel totalmente ativo e o interesse e alinhamento com seus próprios valores desse público que definem o que merece ser propagado - ou não. Esta mídia, ao ser propagada, pode ter um novo alcance de públicos diferentes, bem como atingir o próprio nicho específico, promovendo engajamento (JENKINS; GREEN; FORD, 2014).

A forma como o público propaga esta mídia pode ser entendida como figurada: quando o conteúdo é inserido em conversas por intermédio de plataformas; e literal: quando o conteúdo é usado com recortes ou remixado. Assim, o público se torna genuinamente propagador e gerador de conteúdo, não mais apenas um dado no fluxo de comunicação (JENKINS; GREEN; FORD, 2014).

Pensando em como a cultura da conexão, bem como a cultura participativa influenciam nas relações entre celebridade e fã, faz-se necessário abordar a construção da carreira de Lady Gaga com um fenômeno midiático moderno, bem como o seu fandom, os Little Monsters.

2.4 Lady Gaga e seus canais de relacionamento com os fãs

Lady Gaga desde o começo de sua carreira utilizou-se de redes sociais como uma ferramenta de promoção. Em agosto de 2010, a cantora se tornou a pessoa mais seguida no X, ultrapassando o posto de Britney Spears⁵. Em 2012, se tornou a primeira pessoa a alcançar 20 milhões de seguidores na plataforma⁶. No mesmo ano, ela lançou sua própria rede social para manter contato e publicar conteúdos exclusivos para seus fãs, o LittleMonsters.com⁷.

Atualmente, Lady Gaga é a sétima pessoa mais seguida do X⁸, com 83,7 milhões de seguidores. Nos últimos anos, várias vezes pautas relacionadas à cantora entraram para os assuntos mais comentados do X, demonstrando que sua presença ainda é muito forte na rede. Recentemente, com boatos de que a cantora não viria mais para o Brasil para performar no Rock In Rio, rapidamente se tornou um dos assuntos mais comentados do país⁹.

No Instagram, Gaga conta com mais de 56 milhões de seguidores, sendo a 69ª pessoa com mais seguidores. No YouTube, a cantora ultrapassa a marca de 12 bilhões de reproduções, e mais de 20 milhões de seguidores¹⁰. No Facebook, Lady Gaga possui mais de 52 milhões de seguidores¹¹.

⁵ Disponível em: <https://glo.bo/3E4H9v2>. Acesso em: 01 jul. 2024.

⁶ Disponível em: <https://glo.bo/3C66gNs>. Acesso em: 01 jul. 2024.

⁷ Disponível em: <https://bit.ly/3pyptns>. Acesso em: 01 jul. 2024.

⁸ Disponível em: <https://bit.ly/2Zd0bQH>. Acesso em: 01 jul. 2024.

⁹ Disponível em: <https://bit.ly/3pttpto>. Acesso em: 01 jul. 2024.

¹⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/c/LadyGaga/about>. Acesso em: 01 jul. 2024.

¹¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/ladygaga>. Acesso em: 01 jul. 2024.

2.4.1 Os Little Monsters

Com essa presença nas redes sociais desde o início de sua carreira, Lady Gaga conseguiu estabelecer um tipo diferente de relação com os fãs. Uma vez que, no ciberespaço (ATKIN, 2007), as barreiras físicas não são mais um problema, os Little Monsters criam conglomerados para comunicação e passam a adotar uma figura mais colaborativa na construção da inteligência coletiva.

Para entender a relação da cantora com o seu fandom, é importante entender como a identificação dos fãs com o ídolo acontece. Corrêa (2019) identifica que essa conexão se dá por diversos motivos. Muitos afirmam que advém da visão transgressora e criativa que a cantora coloca em seus álbuns e performances. Alguns fãs também relatam que a militância da cantora a favor de minorias, lutando contra homofobia, racismo e machismo, são fatores importantes dessa relação. Também há o caráter inspiracional da figura Lady Gaga, como uma incentivadora dos sonhos dos fãs e de alguém que os motiva e dá forças para superar momentos difíceis (CORRÊA, 2019).

Lady Gaga conseguiu estabelecer uma significativa identificação com os sujeitos jovens, que ainda se sentiam integrados em sociedade - justamente em virtude das suas diferenças, as quais lhes faziam sentirem-se estranhos, mas que foram bem representadas pela cantora. Assim, "nascem" os Little Monsters, uma identidade afirmada pela indústria do entretenimento, Lady Gaga e os fãs, em que toda a diferença tida socialmente como negativa é ressignificada com sentido positivo, em particular, aquelas pertencentes às diferenças sexuais (CORRÊA, 2019, p. 194).

Alguns aspectos dessa relação entre celebridade e fã são importantes de se entender, como é o caso dos fansites. Os fansites são um espaço de comunicação muito comum na realidade dos Little Monsters. São um espaço onde se informam com as notícias em primeira mão, mas também interagem comentando sobre os assuntos. Atualmente, o GagaDaily¹² é o maior perfil de fãs de Lady Gaga no mundo, com mais de 500 mil seguidores no X. Já no Brasil, o fansite mais seguido é o RDT Lady Gaga¹³, ultrapassando os 85 mil seguidores na mesma plataforma.

¹² Disponível em: <https://twitter.com/gagadaily>. Acesso em: 01 jul. 2024.

¹³ Disponível em: <https://twitter.com/RDTLadyGaga>. Acesso em: 01 jul. 2024.

Também, nesse papel de produtor, os fãs criam discussões, mas também têm novas criações a partir dos materiais de Lady Gaga. As fanarts (fan + art), definidas por Amaral, Souza e Monteiro (2015) como obras de arte, que podem ser quadrinhos, desenhos, artes manipuladas etc. Esta prática é muito comum e incentivada no fandom de Lady Gaga. Lady Gaga tem o hábito de compartilhar algumas criações de fãs em suas redes sociais em períodos de divulgação de trabalhos. Como é o caso do autor da pesquisa, que teve uma de suas fanarts divulgada nos stories do Instagram da cantora¹⁴.

Compreender a relação da cantora para com seus fãs e vice-versa, é importante para poder embasar a análise da presente pesquisa, a fim de ampliar a visão deste relacionamento e as influências destes nas composições do álbum *Chromatica*.

3 METODOLOGIA

Quanto à sua natureza, a presente pesquisa caracteriza-se como Aplicada, Exploratório-Descritiva. Já do ponto de vista de seus procedimentos técnicos, os dados coletados para a criação desta pesquisa foram obtidos a partir de pesquisa Bibliográfica e Documental através de Estudo de Caso. Para atingir os objetivos delineados para a pesquisa, foi feito um Estudo de Caso, com foco nas composições da cantora Lady Gaga em seu sexto álbum de estúdio (*Chromatica*), visando entender a relação das letras com o comportamento dos fãs. Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 60), “[...] O Estudo de Caso consiste em coletar e analisar informações sobre determinado indivíduo, uma família, um grupo ou uma comunidade, a fim de estudar aspectos variados de sua vida, de acordo com o assunto da pesquisa”.

Compreende-se o presente estudo como pesquisa qualitativa do ponto de vista da abordagem do problema. Para Gil (2008), a pesquisa que adota o Estudo de Caso como ferramenta de procedimentos técnicos é essencialmente qualitativa. Neste estudo, foram utilizadas como fontes as mídias sociais de Lady Gaga, mídias de fãs e interações com a cantora e matérias online. Também é fonte essencial o álbum *Chromatica*, suas composições e significados. Esta pesquisa tomará como norte para a análise dos dados a ótica de análise de conteúdo de Bardin (2002). A autora se refere ao termo como “um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 2002, p. 38).

¹⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/stories/highlights/17900502095289816/>. Acesso em: 01 jul. 2024.

4 ANÁLISES

A partir do universo da Lady Gaga, o objeto de estudo tem como base analisar a influência do comportamento dos Little Monsters nas redes sociais no álbum Chromatica da cantora. Para tanto, é necessário entender o lançamento do álbum, bem como suas composições.

4.1 Sobre o álbum

Desde 2013, Lady Gaga já não lançava mais músicas com influências de pop ou dance, de onde tem a origem de seu sucesso e ascensão. De fato, a cantora percorreu outros estilos, como Jazz (*Cheek to Cheek*), Country e Folk (*Joanne*) e Rock (*A Star Is Born*) e também por outras expressões artísticas como a moda, cinema e televisão. Após o período de divulgação e das premiações do filme *A Star Is Born*, muito se falava sobre a volta de Lady Gaga para suas origens pop e dance.

A cantora fazia algumas publicações em seu X, brincando e estimulando algumas expectativas no público. Toda vez que o fazia, era comum que as publicações alcançassem muitas curtidas e comentários (Figura 1), e em alguns momentos até fossem parar nos assuntos mais comentados do X, bem como Jenkins, Green e Ford (2014) citam a respeito da produção de mídia propagável.

Figura 1 – Tweet brincando com o termo "Álbum"



Fonte: Página Oficial da cantora

4.1.1 Vazamentos x sentimentos

No dia 20 de janeiro de 2020, alguns fãs descobriram no código fonte do site de Lady Gaga, um endereço para *Stupid Love*, uma canção até então não existente. Algumas horas depois, vaza o áudio completo da faixa. Isso gerou um clima de expectativa nos Little Monsters, uma vez que a sonoridade da música era totalmente pop e dance, trazendo Gaga de volta ao gênero que a levou ao topo (ROLLING STONE, 2020).

Este tipo de comportamento pode ser analisado como a representação da inteligência coletiva, conforme definido por Jenkins (2009). Esta inteligência coletiva tem como uma das práticas o "spoiling". Jenkins (2009) cita esta prática mostrando como os fãs de *Survivor* iam atrás de informações sobre o *reality show* antes mesmo de ser exibido. Pode-se fazer esta relação com a carreira de Lady Gaga também. Assim como *Stupid Love*, em 2013, seu *lead single*¹⁵, do álbum ARTPOP, também teve seu lançamento adiantado em uma semana por conta de vazamentos, causando toda a rivalidade midiática com a cantora Katy Perry¹⁶.

Lady Gaga ainda fez uma postagem em tom bem-humorado sobre este vazamento, (Figura 2).

Figura 2 – Tweet comentando de forma indireta sobre o vazamento



Fonte: Página Oficial da cantora

A postagem reflete o pensamento de Bauman (2005) quando destaca a forma líquida das relações e dos indivíduos, já que estas identidades são feitas para serem usadas e exibidas, uma vez que os indivíduos se utilizam de referências para estas construções. No dia 25 de fevereiro de 2020, quase um mês após o vazamento, a cantora anuncia o lançamento do *lead single* de seu sexto álbum de estúdio. Em 02 de março do mesmo ano, ela anuncia o lançamento de seu novo álbum para o dia 10 de abril, porém tem seu lançamento adiado

¹⁵ *Lead Single* é chamada a primeira música de trabalho de um álbum. Normalmente carrega a essência criativa e sonora do disco.

¹⁶ Disponível em: <https://portalfamosos.com.br/little-monsters-x-katycats-relembre-a-epica-batalha-de-roar-x-applause/>. Acesso em: 01 jul. 2024.

(juntamente com a turnê), por conta da pandemia. E em maio, Gaga anuncia oficialmente o lançamento do álbum Chromatica para o dia 29 do mesmo mês.

4.2 O reflexo dos Little Monsters no álbum: composições e desabafo

Para análise, foram selecionadas 5 músicas que têm maior aderência com a reação dos fãs nas composições de Lady Gaga neste álbum, sendo elas: *Stupid Love*, *Fun Tonight*, *Replay*, *1000 Doves* e *Babylon*.

Embora a cantora fale em entrevista (KREISCHER, 2020) que os temas são muito pessoais e traumáticos, esta pesquisa visa entender de que forma os fãs estão inseridos neste processo e influenciaram nas composições e se, de fato, pode-se entender que Lady Gaga tem por objetivo falar sobre isso no álbum. Para que isso seja possível, é importante analisar as composições do álbum, bem como reportagens e comentários de fãs ao longo de sua jornada.

Assim que o álbum foi lançado, muitos youtubers fizeram vídeos de reação e análise do álbum. Spartakus Santiago¹⁷, Anderson Vieira¹⁸ e Bruno Di Maio¹⁹, YouTubers conhecidos no meio de fãs de música pop, e também fãs de Lady Gaga, fizeram suas análises e citaram o comportamento dos Little Monsters nas composições do álbum. Assim como os criadores de conteúdo, por parte dos fãs também era perceptível a análise das letras das músicas.

Em entrevista, Lady Gaga conta sobre as motivações e sentimentos das músicas do Chromatica. Já era sabido, por conta dos vazamentos que seria seu retorno ao pop, mas as letras ainda eram uma surpresa (KREISCHER, 2020). Em resumo, Gaga conta de seus acontecimentos traumáticos e de sua jornada de cura²⁰. Ela reforça que Chromatica é este planeta onde ela passa pela jornada de cura e espera que os fãs façam o mesmo. É o que Debord (2003) define como uma espetacularização das experiências da celebridade em si, transformando estas vivências em um produto, mesmo que artístico.

Faixa 3 - *Stupid Love*

Em *Stupid Love*, Gaga parece fazer referência às suas composições do início de sua carreira. Enquanto em uma de suas músicas mais famosas, *Bad Romance*, a cantora pede este romance ruim e tudo que pode vir de ruim com esse amor, pode-se entender que ela faça uma

¹⁷ Vídeo de análise de Spartakus Santiago: <https://www.youtube.com/watch?v=kmvE50iriLQ>. Acesso em: 01 jul. 2024.

¹⁸ Vídeo de análise de Anderson Vieira <https://www.youtube.com/watch?v=Vn1Rpwp454>. Acesso em: 01 jul. 2024.

¹⁹ Vídeo de reação de Bruno Di Maio https://www.youtube.com/watch?v=7U-E6TnV_3c. Acesso em: 01 jul. 2024.

²⁰ Com base na análise feita pelo site Pitchfork. Disponível em: <https://pitchfork.com/reviews/albums/lady-gaga-chromatica/>. Acesso em: 01 jul. 2024.

relação com a fama - pensando que a música é o *lead single* do álbum *The Fame Monster* (Monstro da Fama). Em *Stupid Love*, Gaga parece retomar este assunto, e pode-se fazer uma relação com os próprios fãs, um amor estúpido, "aquele que eu esperei". E o fato de a música ter uma sonoridade (dance e pop), que os Little Monsters a cobravam há tanto tempo, reforça esta visão sobre a música. Ela ainda questiona: "Poderia este amor me proteger da dor?", uma reflexão sobre esta cultura que enaltece, mas também pode revoltar.

Pode-se fazer um traçado com o pensamento de Schechner (2011), a respeito da performance. Uma vez que Lady Gaga utiliza uma referência a uma outra música sua que fez sucesso, está performando que, segundo Schechner (2011), é o ato de mostrar algo a alguém, neste caso, os Little Monsters. Assim como a performance, esta atitude de Lady Gaga diante dos fãs é um reflexo da cultura participativa, uma vez que esta relação construída entre celebridade e fandom se dá pelo papel ativo dos Little Monsters na comunicação com a cantora, que nem sempre é positiva.

Faixa 6 - *Fun Tonight*

Esta talvez seja a faixa que mais tenha uma mensagem para os fãs, é a música com a letra mais triste em todo o álbum, embora a sonoridade seja mais agitada. Em entrevista, Gaga diz que esta música representa os momentos em que "as pessoas que me amavam tentavam me fazer sorrir ou dar risada e ser otimista, mas eu simplesmente não conseguia, não tinha habilidade nenhuma para estar feliz" (Kreischer, 2020). Mas ao analisar alguns trechos, pode-se entender que ela fala dos Little Monsters: "*You love the paparazzi, love the fame - Even though you know it causes me pain*"²¹, neste trecho Gaga faz referência ao primeiro ápice de sua carreira, no álbum *The Fame*, e que muitos fãs clamavam para que ela retornasse. *Paparazzi* é uma das músicas deste álbum, e seu clipe²² retrata uma pessoa obcecada por um ídolo, fazendo de tudo para conquistá-lo, inclusive matando-o. No refrão de *Fun Tonight*, Gaga canta: "Sim, eu posso ver o seu rosto. Você não acha que fiz minha parte. Talvez seja hora de dizermos adeus, porque estou me sentindo como eu me sinto, me sinto com você. Não estou me divertindo esta noite", e parece fazer alusão a todo esse período em que pode ter sido mal compreendida e não obteve o apoio que gostaria.

Retomando o pensamento de Bauman (2005) sobre identidade, em que diz que os sujeitos ao se identificarem fazem referência a algo ou alguém, é o que se pode notar nesta música. Lady Gaga, ao citar *Paparazzi* e *The Fame*, faz uso do imaginário do fã para

²¹ "Você ama os paparazzi, ama a fama. Mesmo sabendo que isso me causa dor" em tradução livre.

²² Disponível em: <https://bit.ly/3nZbVPy>. Acesso em: 01 jul. 2024.

transmitir uma mensagem. Atkin (2007) diz que o sujeito tem em sua natureza o hábito de pertencer a algo, e quando isso não é correspondido em âmbito maior, o sujeito busca por pequenos grupos, o que explica esta contracultura do fã que não tem suas expectativas em relação à cantora correspondidas.

Na maioria das vezes em que Lady Gaga lançou músicas de gêneros que não sejam pop ou dance, houve algum tipo de reação dos fãs pedindo sua volta ao pop, o mesmo sentimento que precede o lançamento de Chromatica. A exemplo disso, procurou-se por alguns comentários que refletissem este tipo de comportamento (Figuras 3 e 4).

Figuras 3 e 4 – Tweets de fãs sobre o lançamento de *Perfect Illusion*, música com disco-rock, e Jazz em parceria com Tony Bennett.



Fonte: Busca avançada X

Faixa 12 - *Replay*

Assim como *Fun Tonight*, esta faixa é muito significativa para a mensagem aos fãs. Gaga faz algumas analogias com a palavra "*monster*", que é justamente uma das palavras do nome do fandom. Nesta música, Lady Gaga relata um momento psicologicamente conturbado, mas não foca apenas nisso, parece procurar - e encontrar - um culpado: "Eu ainda estou viva? Onde estou? Eu choro. Quem puxou o gatilho foi você ou eu? Estou completamente entorpecida, por que está agindo como idiota? Eu não irei me culpar, porque nós dois sabemos que era você".

No refrão, Gaga canta: "As cicatrizes na minha mente estão no *replay*. O monstro dentro de você está me torturando", novamente utilizando a palavra "*monster*", que pode fazer referência aos fãs. No final da música, ela repete, quase gritando: "Seu monstro me tortura",

aqui Gaga parece falar diretamente aos Little Monsters, inclusive, ao ouvir a música, pode-se confundir se ela está dizendo "*Your monsters torture me*" (seus monstros me torturam) ou "*Little Monsters torture me*" (Little Monsters me torturam).

Este tipo de comportamento de fãs sempre foi uma questão na carreira de Lady Gaga, a exemplo disso, uma matéria²³ mostra alguns comentários de fãs em uma publicação da cantora no Instagram, em que aparece escalando uma montanha (Figura 5). Isso gerou alguns comentários: "Para isso o quadril é saudável né?", "Lenda que só sente dor pra vir pro Brasil" e "Por isso que quebra o quadril né Lady Gaga. Meu Deus, só faz arte, vai se aquietar" (Amine, 2020), fazendo referência à lesão que a cantora sofreu em 2013 e que também foi o motivo do cancelamento dos shows da cantora no Brasil em 2017.

Figura 5 – Foto publicada pela cantora



Fonte: Instagram oficial da cantora

Faixa 15 - 1000 Doves

Esta faixa já demonstra um olhar otimista da cantora sobre essa relação. Esta canção é quase um pedido de apoio aos fãs, mas em tom mais leve e positivo. No refrão, Gaga canta: "Me levante, me dê uma ajuda. Porque eu estive voando com uns braços quebrados. Me levante, apenas um pequeno empurrão. E eu voarei como mil pombas", demonstrando que se tiver apoio, ela consegue fazer e entregar aos fãs o que eles também querem. A cantora passou por diversos momentos da carreira em que não necessariamente fez trabalhos envolvendo a música pop, conforme visto anteriormente, e por muitas vezes os fãs não abraçaram da mesma forma como os outros trabalhos, o que pode ser observado no desempenho das canções nas paradas. Adiante, a letra ainda diz "Eu faria qualquer coisa para você realmente me ver. Eu

²³ Disponível em: <https://bit.ly/3EuDJC0>. Acesso em: 01 jul. 2024.

sou humana, sangrando invisivelmente", reforçando esse sentimento de falta de apoio, por meio dessa invisibilidade.

Este trecho endossa a visão analisada nos comentários de fãs na faixa *Fun Tonight*, mas com um olhar de continuidade e evolução. Pensando na facilidade e acessibilidade de propagação e produção de conteúdo, abordada por Jenkins, Green e Ford (2014), é justamente o ponto em que os comentários se tornam vetores de uma mudança (nem sempre positiva) da relação entre celebridade e fãs/fandom. Dando seguimento nos comentários trazidos, observa-se que a falta de apoio e suporte dos fãs para com os trabalhos de Lady Gaga influenciaram na composição desta faixa, que pede por mais apoio.

Faixa 16 - *Babylon*

Nesta faixa, Gaga conta em entrevista (Kreischer, 2020) que fala sobre fofoca, algo que a dominava e a fazia sentir acorrentada, e diz que agora usa estas correntes para se sentir livre e feliz. Nesta canção, a sonoridade remete muito às músicas de Madonna nos anos 90, o coro cantando o refrão, os instrumentais de saxofone, etc. Muitos fãs inclusive comentaram sobre a semelhança²⁴.

Ambas as cantoras já foram alvo de comparações e rivalidades, exemplo disso a Lukarcanin (2018) fez uma linha do tempo de todos os acontecimentos que marcaram essa rivalidade. O fato é que Lady Gaga e Madonna sempre sofreram repressão midiática envolvendo duas mulheres, e fomentada pelos fãs. E fazer uma música, falando de fofoca e fazendo referência explícita às músicas de Madonna, também é uma forma de enviar uma mensagem, dessa vez não somente aos fãs, mas também à mídia.

As cantoras são, ambas, segundo os conceitos de Rojek (2008), celebridades adquiridas, cuja fama provém de seu histórico pessoal e a construção de sua carreira. Portanto, durante todo este trajeto, a abordagem da mídia diante desta construção pode ser influenciada pelos fãs. É fato que, na cultura da conexão (Jenkins; Green; Ford, 2014), todo tipo de conteúdo é facilmente propagado, a rivalidade feminina sempre foi uma pauta forte na mídia e com os fãs. Madonna comentou sobre o assunto para a *Vogue*: "As pessoas ficaram muito animadas com [o pensamento de Lady Gaga e eu como] inimigas, quando nunca éramos inimigas²⁵" (*Vogue*, 2019).

Em 2018, a batalha entre os fandoms volta a ser pauta durante o período promocional de "Nasce Uma Estrela", filme estrelado por Lady Gaga. Madonna notou uma similaridade de

²⁴ Disponível em: <https://bit.ly/2XVGIJw>. Acesso em: 01 jul. 2024.

²⁵ Tradução livre.

um discurso de Lady Gaga com uma entrevista dela dos anos 80 e postou sobre, e foi o suficiente para gerar conflitos entre fãs. O site TheBlast (2018), ao noticiar o ocorrido, também expõe alguns dos comentários feitos pelos fãs: "Ela nunca vai ganhar a coroa!! É bom ser a Rainha!" e "Você é a única rainha @madonna", comentaram fãs de Madonna.

Com base na análise das faixas selecionadas, é possível observar o momento em que os conceitos de Rojek (2008) sobre celebridade entram em conflito com a exposição midiática e a cultura de fãs (Jenkins, 2009), em que, não necessariamente, a interação é positiva. Aqui se tem

o ônus de ser celebridade, quando os motivos que a tornam uma pessoa conhecida podem ser os mesmos que a levam a um problema (ou mais).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio deste estudo foi possível analisar a influência da cultura de fãs dos Little Monsters na criação do álbum *Chromatica*, de Lady Gaga, com o objetivo de identificar os comportamentos e atitudes destes nas redes sociais que inspiraram algumas composições deste álbum. Pode-se afirmar, através da pesquisa, que o principal comportamento do fandom, observado nas composições, é a falta de apoio e a crença no trabalho de Lady Gaga. É evidente a forma menos acolhedora e muitas vezes negativa que os fãs recebem os trabalhos (que envolvem álbuns, singles, cinema etc.) que desvirtuam da vertente pop e dance.

Ainda ficou evidente que o álbum *Chromatica* representa quase um manifesto da cantora para seu fandom. Nos instrumentais agitados e pesados, fica eufemizado o tom de crítica e tristeza das letras. Ao falar de como a relação celebridade-fã foi gradativamente se desgastando, a cantora aborda temas como depressão, remédios e experiências traumáticas como resultado desses comportamentos. Em algumas faixas, como *Replay*, a mensagem é endereçada diretamente aos fãs, usando repetidamente o termo "*Monster*" (referência a Little Monsters) para falar das cicatrizes que esta relação criou em sua mente.

O que pode ser destacado neste estudo é como a forma dinâmica das relações e da cultura de fãs, mediadas pelas redes sociais atualmente, e a rapidez e facilidade de contato de ídolo e celebridade podem impactar em mudanças de atitude de ambos, podendo gerar conflitos e afastamentos, ou neste caso, um álbum com tom de manifesto contrário à toxicidade e um apelo por apoio e ajuda.

Os resultados obtidos pela pesquisa permitiram obter subsídios para atender aos objetivos propostos, mas também é importante destacar que apresenta algumas limitações pelo fato de ser uma amostragem qualitativa, com base em comentários e matérias selecionadas pelos autores, o que não permite uma visão mais abrangente do objetivo geral.

Como proposição para futuras pesquisas, sugere-se uma pesquisa com mais amostras de comentários de publicações, como uma análise da trajetória tanto da cantora Lady Gaga, quanto da relação desta com seus fãs, além de uma análise do álbum inteiro, a fim de ter uma análise mais completa e ampla sobre este comportamento de fãs. Como contribuição, este tema apresenta relevância tanto para a academia quanto para o mercado fonográfico e cultural, visto que a tendência é que as relações entre celebridades e fãs/fandoms sejam cada vez mais complexas, cheias de desdobramentos e influenciadas pelas redes sociais.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, A.; SOUZA, R. V.; MONTEIRO, C. “De westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira”. *Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital*. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 29, p. 141-154, jun. 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542015120250>. Acesso em: 01 jul. 2024.
- ATKIN, D. **O culto às marcas: quando os clientes se tornam verdadeiros adeptos**. São Paulo: Cultrix, 2007.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70 LDA., 2002.
- BAUMAN, Z. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- CORRÊA, L. **Consumindo Lady Gaga: Os Little Monsters e a construção de identidades de gênero**. 2019. Disponível em: https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/17012/DIS_PPGCOMUNICACAO_2019_CORREA_LUIZA.pdf?sequence=1. Acesso em: 01 jul. 2024.
- CURTY, R. G. **Web 2.0: plataforma para o conhecimento coletivo**. In: TOMAEL, M. I. *Fontes de informação na internet*. Londrina: Eduel, 2008. p.53-78.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Ebooks Brasil, 2003. Disponível em: <https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2024.
- GIL, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- HALL, D. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro - 11ª ed. -Rio de Janeiro: DP&A, 2006
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, H. **Invasores do texto: fãs e cultura participativa**. Nova Iguaçu/RJ: Marsupial Editora, 2015.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

KREISCHER, A. **Tradução: Trechos mais importantes da entrevista de Lady Gaga para Zane Lowe sobre "Chromatica"**. Disponível em: <http://www.rdtladygaga.com/2020/05/traducao-trechos-mais-importantes-da-entrevista-de-lady-gaga-para-zane-lowesobre-chromatica>. Acesso em: 01 jul. 2024.

LIESENBERG, S. **O processo de celebrificação na internet: O caso de Stefhany do CrossFox**. Porto Alegre, 2012.

LUKARCANIN, E. **Madonna & Lady Gaga: A Timeline**. Disponível em: <https://www.billboard.com/articles/columns/pop/8488650/madonna-lady-gaga-timeline>. Acesso em: 01 jul. 2024.

MORIN, E. **As estrelas: mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989

MONTEIRO, C. Haters gonna hate: como funciona o sistema de disputas entre fãs e antifãs da banda Restart. In: **Anais... Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 35., Fortaleza, 2012. Resumos eletrônicos... São Paulo: Intercom, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1485-1.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2024.

PRODANOV, C.; FREITAS, E. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2ª ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RECUERO, R. Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 16, n. 38, p. 118-128, 2009. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/5309>. Acesso em: 01 jul. 2024.

ROJEK, C. **Celebridade**. Editora Rocco: Rio de Janeiro, 2008.

ROLLING STONE. **Lady Gaga volta ao pop raiz em *Stupid Love*, nova música vazada na web**. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/lady-gaga-volta-ao-pop-raiz-em-stupid-love-nova-musica-vazada-na-web/>. Acesso em: 01 jul. 2024.

SCHECHNER, R. **O que é performance?** Tradução de R.L. Almeida, publicado sob licença creativa commons, classe3. Abril de 2011. Do original em inglês SCHECHNER, Richard. **Performance studies: an introduction**, second edition. New York & London: Routledge, 2002. p. 28-51. Disponível em: http://performancesculturais.emac.ufg.br/uploads/378/original_O_QUE_EH_PERF_SCHECHNER.pdf. Acesso em: 01 jul. 2024.

SHIRKY, C. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

THE BLAST. **Madonna & Lady Gaga’s Fans at War After Star’s Longtime Feud Reignites**. 2018. Disponível em: <https://theblast.com/c/madonna-lady-gaga-feud-born-this-way-quote/>. Acesso em: 01 jul. 2024.

VOGUE. **Madonna On Motherhood and Fighting Ageism: “I’m Being Punished for Turning 60”**. 2019. Disponível em: <https://www.vogue.co.uk/article/madonna-on-ageing-and-motherhood>. Acesso em: 01 jul. 2024.

Como Referenciar este Artigo, conforme ABNT:

KAFER, L. H; ROSA, S. C; BARTH M. Influência dos Little Monsters na Criação do Álbum Chromatica de Lady Gaga. **Rev. FSA**, Teresina, v. 22, n. 1, art. 4, p. 61-85, jan. 2025.

Contribuição dos Autores	L. H. Kafer	S. C. Rosa	M. Barth
1) concepção e planejamento.	X	X	X
2) análise e interpretação dos dados.	X	X	X
3) elaboração do rascunho ou na revisão crítica do conteúdo.	X	X	X
4) participação na aprovação da versão final do manuscrito.	X	X	X