



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA
CONTEMPORÂNEAS**

CAIO AMARAL DA CRUZ

“SOU BICHA DO AMOR”: ARTICULAÇÕES ENTRE POP, PERFORMANCE E
PARÓDIAS EM TORNO DE LADY GAGA

Salvador
2020

CAIO AMARAL DA CRUZ

“SOU BICHA DO AMOR”: ARTICULAÇÕES ENTRE POP, PERFORMANCE E
PARÓDIAS EM TORNO DE LADY GAGA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas.

Linha: Culturas da Imagem e do Som

Orientadora: Profa. Dra. Juliana Freire Gutmann

Salvador
2020

Cruz, Caio Amaral da.

“Sou bicha do amor”: articulações entre pop, performance e paródias em torno de Lady Gaga / Caio Amaral da Cruz. - 2020.
182 f.: il.

Orientadora: Profª. Drª. Juliana Freire Gutmann.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2020.

1. Cultura popular. 2. Performance (Arte). 3. Paródias brasileiras. 4. Lady Gaga, 1986- . 5 Identidade de gênero. I. Gutmann, Juliana Freire. II. Universidade Federal da Bahia. Faculdade de Comunicação. III. Título.

CDD - 306.4
CDU - 316.7



Universidade Federal da Bahia

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA
CONTEMPORÂNEA (POSCOM)**

ATA Nº 1

Ata da sessão pública do Colegiado do PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEA (POSCOM), realizada em 28/08/2020 para procedimento de defesa da Dissertação de MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS no. 1, linha de pesquisa Culturas da Imagem e do Som - Comunicação e Cultura Contemporâneas, do candidato CAIO AMARAL DA CRUZ, matrícula 218121607, intitulada SOU BICHA DO AMOR: ARTICULAÇÕES ENTRE POP, PERFORMANCE E PARÓDIAS EM TORNO DE LADY GAGA. Às 14:30 do citado dia, "Sou Bicha do Amor": articulations between pop, performance and parodies around Lady Gaga, foi aberta a sessão pelo presidente da banca examinadora Prof. Dra. JULIANA FREIRE GUTMANN que apresentou os outros membros da banca: Prof. Dra. ITANIA MARIA MOTA GOMES e Prof. Dr. THIAGO SOARES. Em seguida foram esclarecidos os procedimentos pelo presidente que passou a palavra ao examinado para apresentação do trabalho de Mestrado. Ao final da apresentação, passou-se à arguição por parte da banca, a qual, em seguida, reuniu-se para a elaboração do parecer. No seu retorno, foi lido o parecer final a respeito do trabalho apresentado pelo candidato, tendo a banca examinadora aprovado o trabalho COM INDICAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO, sendo a aprovação um requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre. Em seguida, nada mais havendo a tratar, foi encerrada a sessão pelo presidente da banca, tendo sido, logo a seguir, lavrada a presente ata, abaixo assinada por todos os membros da banca.

Dr. THIAGO SOARES, UFPE

Examinador Externo à Instituição

Dra. ITANIA MARIA MOTA GOMES, UFBA

Examinador Interno

Dra. JULIANA FREIRE GUTMANN, UFBA

Presidente

CAIO AMARAL DA CRUZ

Mestrando

AGRADECIMENTOS

Qualquer pesquisa é feita de forma coletiva, e não poderia deixar de agradecer a todos e todas que me auxiliaram das mais variadas formas a chegar até aqui.

A minha orientadora, Ju Gutmann, pela paciência, confiança e direcionamento. Sem você, eu não teria conseguido ter orgulho da pesquisa que fiz.

A Itania, pelos conselhos e conversas nesses últimos dois anos que foram essenciais para eu amadurecer e entender a complexidade das questões da vida.

Ao TRACC e ao CHAOS, centro e grupo de pesquisa mais amado do Brasil!, pelas trocas, experiências, saídas, viagens, risos, reflexões, discussões, debates e, o mais importante, acolhimento.

Destaco dentro do centro os nomes de Tess, Paula, Manuca, Val, Edi, Elisa e Fernanda, por me auxiliarem de forma muito especial, cada um de vocês, na escolha dos caminhos na minha trajetória.

Aos meus pais, Selma e Luiz, por serem meu porto seguro.

A Luana, irmã, e Lara, sobrinha, por me fazerem querer ser uma pessoa melhor a cada momento.

Ao meu grupo do coração, Léo, Elba, Lorena, Mariana, Milena, Jordana e Jana, por estarem sempre ao meu lado e aguentarem dois anos falando sobre mestrado e dissertação. Sei que não foi fácil. Amo vocês.

A Manu, por ser a minha partilha do pop, mesmo com as disputas. Lembre-se que tudo começou no K-pop e foi por você.

E a quem me faz ser a melhor bicha do amor que posso ser, Ítalo, te amo, esse trabalho é nosso. Muito obrigado!

RESUMO

A dissertação analisa articulações entre performances transviadas e a cultura pop-mundo a partir de paródias brasileiras de Lady Gaga no YouTube. O trabalho apresenta abordagem sobre pop, performance e paródia (referenciados como os 3 Ps da pesquisa) com base em conceitos e pressupostos dos Estudos Culturais britânicos e latino-americanos em diálogo com trabalhos de outras vertentes acadêmicas. O conceito de cultura pop-mundo é desenvolvido como um espaço global multifacetado e conectado onde trocas culturais das mais diversas se estabelecem a partir de valores locais da cultura popular e valores globais compartilhados de formas assimétricas. O termo foi cunhado a partir de um diálogo com concepções de cultura popular (HALL, 2003; MARTÍN-BARBERO, 1997), cultura-mundo (CANCLINI, 1995) e globalização (CANCLINI, 1995; GROSSBERG, 2010). O conceito de performance é entendido pela ideia de comportamento restaurado (SCHECHNER, 2013) associado à ideia de transculturalidade (TAYLOR, 2013). Já as relações com identidades de gênero e sexualidades dissidentes no Brasil são convocadas a partir da noção de transviado (BENTO, 2017). As paródias são compreendidas com base nos conceitos de hipertextos e palimpsestos (MARTÍN-BARBERO, 1999, 2013, 2014, 2015), como forma de pensá-las além de interpretações fixas de passado e presente e de autenticidade. A abordagem metodológica para a análise das 25 paródias brasileiras de Lady Gaga selecionadas para o *corpus* é fruto da articulação entre o mapa das mediações (MARTÍN-BARBERO, 1997) e o mapa das mutações culturais (MARTÍN-BARBERO, 2009), que guiou a trajetória analítica juntos aos quatro eixos construídos nesta pesquisa: poética do armengue, humor transviado, tretas do pop e pop-denúncia. Reforçamos o entendimento das paródias como lugares de olhar o entrecruzamento cultural de valores e as articulações que nos mostraram rasuras e reproduções entre performances transviadas no Brasil e a cultura pop-mundo.

Palavras-chave: Lady Gaga. Paródia. Cultura Pop. Transviado. Performance.

ABSTRACT

The Master's dissertation analyzes articulations between *transviada* performances and the world-pop culture in Brazilian Lady Gaga parodies on YouTube. The research has an approach about pop, performance and parody (named as the 3 Ps of the research) with basis on concepts and assumptions from British and Latin-American Cultural Studies in dialogue with other academic works. The concept of world-pop culture is developed as a global, multifaceted and connected space where diverse cultural exchanges are established from local values of popular culture and global values shared in asymmetric ways. This concept was created from the ideas of popular culture (HALL, 2013; MARTÍN-BARBERO, 1997), world-culture (CANCLINI, 1995) and globalization (CANCLINI, 1995; GROSSBERG, 2010). The concept of performance is understood by the idea of restored behavior (SCHECHNER, 2013) associated with the idea of transcultural (TAYLOR, 2013). The relations with dissident gender and sexuality identities in Brazil are thought through the idea of *transviado* (BENTO, 2017). The parodies are understood by the concepts of hypertexts and palimpsest (MARTÍN-BARBERO, 1999, 2013, 2014, 2015), as a way of thinking about them beyond steady ideas of past and present and authenticity. The methodology to analyze 25 Brazilian parodies of Lady Gaga selected to the *corpus* is the result of the articulation between the mediations map (MARTÍN-BARBERO, 1997) and the cultural mutations map (MARTÍN-BARBERO, 2009), that guided the analyses together with four axis built to this research: *armengue* poetics, *transviado* humor, pop disputes and pop-complaint. We reinforce the understanding of parodies as places to look the cultural crisscross of values and the articulations that showed us frictions and reproductions between Brazilian *transviada* performances with the world-pop culture.

Keywords: Lady Gaga. Parody. Pop Culture. *Transviado*. Performance.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Postagem feita no perfil @valedoshomossexuais na rede social Instagram	15
Figuras 2 a 6	Relatos feitos em postagem da Mídia Ninja no Instagram	18
Figuras 7 e 8	Romagaga em paródia de apresentação de Lady Gaga à esquerda e Lady Gaga em apresentação do Oscar 2015 à direita	41
Figura 9	Mapa das mediações	76
Figura 10	Mapa das mutações culturais	79
Figura 11	Mapa das mutações culturais com os 3 Ps	84
Figuras 12 e 13	Romagaga com salto alto à esquerda e sapatos utilizados por Lady Gaga em evento à direita	91
Figura 14	Romagaga com peruca em vídeo postado em seu canal	92
Figuras 15 e 16	Romagaga em paródia gravada nas ruas de João Pessoa – PB acima e Lady Gaga em evento abaixo	93
Figura 17	Comentário em paródia de Romagaga que mostra que a improvisação e o riso estão conectados para quem consome seus vídeos	94
Figuras 18 e 19	Saullo Berck em paródia postada em seu canal	95
Figura 20	Comentário de Romagaga em vídeo postado em seu canal	99
Figuras 21 a 24	Saullo Berck em paródia acima e abaixo à esquerda e Lady Gaga em evento acima e abaixo à direita	102
Figuras 25 a 28	Personagens humorísticos da televisão brasileira: Patrick do Zorra Total (Rede Globo) acima à esquerda, Pitibicha e Pitibitoca do Zorra Total (Rede Globo) acima à direita, Seu Peru da Escolinha do Professor Raimundo (Rede Globo) abaixo à esquerda e Bofe de Elite do Show do Tom (Rede Record) abaixo à direita	106
Figura 29	Comentários feitos em vídeo de Lindsay Paulino	109
Figuras 30 e 31	Acima imagens da paródia do canal Vakaloka para a música “Applause” de Lady Gaga	109
Figuras 32 e 33	abaixo dois comentários feitos no vídeo postado	110
Figuras 34 e 35	Comentários feitos no vídeo de paródia de Romagaga	110
Figuras 36 e 37	Fãs brasileiros na fila de show de Lady Gaga no Rio de Janeiro em 2012	115
Figuras 38 a 41	Comentários feitos nos vídeos de fã chegando à fila do show de Lady Gaga no Rio de Janeiro	117
Figura 42	Tweet publicado na rede social Twitter demarcando o lugar humorístico que a fila dos shows de Lady Gaga se tornou	118
Figuras 43 e 44	Cenas da paródia do canal Demoro Parabala	119
Figura 45	Comentário feito por usuário em paródia do canal Demoro Parabala	120
Figura 46	Comentário feito em paródia do canal Tal Qual dublagens	121
Figuras 47 e 48	Cena do videoclipe “Perfect Illusion” de Lady Gaga acima à esquerda e cena da paródia de Romagaga acima à direita	122
Figuras 49	Abaixo comentários feitos na paródia postada por Romagaga	123
Figuras 50 a 53	Comentários feitos na paródia de Romagaga	128-129
Figura 54	Cena da paródia de Las Bibas from Vizcaya	130
Figura 55	Transcrição de diálogo da paródia “Gaga X Britney” de Las Bibas from Vizcaya	131

Figura 56	Comentários feitos em paródia do canal Las Bibas	132
Figura 57	Cena de conclusão de paródia de Las Bibas from Vizcaya reforçando o “Madonna vs Gaga”	133
Figura 58	Diálogo entre Lady Gaga e Madonna em paródia do canal Las Bibas	133
Figuras 59 a 61	Comentários feitos em paródia de Las Bibas	134
Figuras 62 a 65	Cenas da paródia do canal Vakaloka da performance de Lady Gaga e Christina Aguilera da música “Do What You Want”	136
Figuras 66 a 73	Cenas da paródia do canal Vakaloka acima e comentários nesse mesmo vídeo abaixo	137
Figuras 74 a 77	Cenas e participantes da paródia do canal UmBipolar	140
Figuras 78 e 79	Cena de paródia de Um Bipolar à esquerda e Cena do videoclipe de “Million Reasons” de Lady Gaga à direita	142
Figuras 80 e 81	Comentários feito no vídeo de UmBipolar	143
Figuras 82 e 83	Cena da paródia de Sarah Mitch à esquerda e do videoclipe de Lady Gaga “Bad Romance” à direita	145
Figuras 84 a 87	Comentários na paródia de Sarah Mitch	146
Figura 88 a 91	Cenas da paródia de Lindsay Paulino acima e abaixo à esquerda e do videoclipe de “Telephone” de Lady Gaga e Beyoncé acima e abaixo à esquerda	148
Figuras 92 e 93	Cena da paródia de Lindsay Paulino onde Rose toma um tapa de seu patrão	150
Figuras 94 a 96	Comentários feitos na paródia de Lindsay Paulino	150
Figuras 97 a 100	Cenas da paródia do canal Pandora Boxx acima e abaixo à esquerda e do videoclipe “Telephone” de Lady Gaga e Beyoncé acima e abaixo à direita	153

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2 ARTICULAÇÃO TEÓRICA ENTRE POP, PERFORMANCE E PARÓDIAS	22
2.1 POP-MUNDO É POPULAR	22
2.2 PERFORMANCES TRANS: CULTURAIS E VIADAS	47
2.3 PARÓDIAS: VESTÍGIOS ESPAÇO-TEMPORAIS	63
3 ANÁLISE DE PARÓDIAS BRASILEIRAS DE LADY GAGA PELO MAPA DAS MUTAÇÕES CULTURAIS	74
3.1 POÉTICA DO ARMENGUE	85
3.2 HUMOR TRANSVIADO	103
3.3 TRETAS DO POP	125
3.4 POP-DENÚNCIA	138
4 ESSA DISSERTAÇÃO É UMA PARÓDIA?	155
REFERÊNCIAS	167
ANEXO A	177

1 INTRODUÇÃO

A cultura pop geralmente é entendida como um âmbito que engloba diversos produtos, gêneros e artistas. O consumo do que é produzido nessa seara passa por transformações constantes na relação com mudanças de hábitos, tecnologias e ambiências digitais. Se considerarmos, mais especificamente, a música pop, a relação com os produtos, que já teve centralidade nos videoclipes, shows e álbuns, passa a ter um modelo integrado de fluxos audiovisuais que não se restringem a apenas um tipo de divulgação e comercialização. Então, quando pensamos no consumo pop global no Brasil, precisamos nos atentar para as diferentes formas com que esses tipos de fluxos audiovisuais são ressignificados e reinventados para vermos modos de estar e ser no mundo. Um dos lugares férteis para a interpretação desses processos são as paródias, pois, acreditamos que elas nos dão pistas importantes para compreender identidades.

Tomamos as paródias como um lugar para abordar o entrecruzamento cultural de tempos, espaços e valores para analisar as articulações entre performances transviadas e a cultura pop-mundo. Desenvolvemos aqui de forma aprofundada o entendimento das performances transviadas como uma forma epistemológica de pensar identidades de gênero e sexualidades dissidentes no Brasil, a partir de estudos das Teorias *Queer* e do termo transviado cunhado por Berenice Bento (2017). E fomentamos uma discussão sobre o termo cultura pop, aliado à noção de cultura-mundo desenvolvida por Canclini (1995), para cunhar o termo cultura pop-mundo como uma maneira de analisar espaços globais e conectados que articulam valores locais e globais de formas desiguais e assimétricas.

O interesse em investigar relações entre o universo da cultura pop e identidades de gênero e sexuais dissidentes surge de achados em pesquisa anterior sobre o consumo e reapropriações do K-pop no Brasil (CRUZ, 2016), quando identificamos uma conexão entre os jovens que ouviam e dançavam a música pop coreana e a expressão de suas identidades e performances de sexualidades e de gêneros, em sua maioria identificada dentro do grupo LGBT¹. A partir

¹ A sigla referente aos indivíduos que se identificam a partir de sexualidades e gêneros dissidentes (homossexuais, transexuais, não-binários, assexuais, intersexuais, *queer*, entre outros) pode ser representada de diferentes formas. No trabalho, todas as vezes que quisermos nos referir de forma genérica a esse grupo de pessoas utilizaremos a sigla LGBT, apenas por uma opção terminológica. Isso não quer dizer que desconsideramos outras identidades que não estejam presentes nela, como as não-binárias, assexuados, etc. Mas, como iremos desenvolver nesta pesquisa um entendimento sobre identidades de gênero e sexuais dissidentes, acreditamos que nenhuma sigla poderia dar conta da complexidade do tema.

daí, nos interessamos em entender de forma mais complexa e aprofundada como podemos enxergar e interpretar essas articulações a partir de outros fenômenos da cultura pop, desenvolvendo, para isso, um instrumental metodológico e analítico da Comunicação com ênfase em suas dimensões culturais e materiais. Para isso, foi fundamental nossa inserção na pesquisa desenvolvida no âmbito do Centro de Pesquisa em Estudos Culturais e Transformações na Comunicação (TRACC), no qual atuamos como pesquisador desde 2013, e no Grupo de Pesquisa Cultura Audiovisual, Historicidades e Sensibilidades (CHAOS), que integra o Centro. Ambos estão vinculados à Linha de Pesquisa Culturas da Imagem e do Som, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA.

Essa dissertação tem como objetivo articular elementos que envolvem universos teoricamente distantes. Teoricamente porque nós partimos de um pressuposto de que são universos que se cruzam, se distanciam e se misturam em diversos âmbitos. Estamos falando do universo da cultura pop e de experiências de vida de pessoas LGBTs pelo mundo. Nosso objetivo não é essencializar ou cristalizar qualquer conceito ou expressão identitária e artística, mas entender como isso se manifesta, especificamente, no contexto brasileiro.

Compreender os cruzamentos entre elementos da cultura pop e expressões identitárias (que vamos desenvolver mais à frente a partir da ideia de performances transviadas) não é necessariamente um movimento novo. Mas, nos propomos a olhar o fenômeno a partir de algumas vertentes dos Estudos Culturais, principalmente a britânica e latino-americana, e de determinadas expressões midiáticas, as paródias em circulação no YouTube. Acreditamos que isso nos permite mapear movimentos de reafirmação e deslocamento de expressões identitárias a partir da cultura pop-mundo.

É importante ressaltar também que, ao falar sobre identidades de gênero e sexualidades dissidentes, estamos tratando de experiências de vida de pessoas que convivem com a violência e a negação de suas diferentes subjetividades. Acreditamos que essa pesquisa possa ser uma contribuição para estudos de Comunicação no Brasil que se preocupam com as vivências de minorias políticas e sociais e entendem que a pesquisa pode ser também um lugar de resistência política e de construção de diferentes contextos. Uma pesquisa que segue a linha dos Estudos Culturais não poderia deixar de incluir a relação que o tema tem com a vida desse pesquisador. Por ser homossexual e um grande consumidor de produtos da cultura pop, inclusive Lady Gaga, as diferentes articulações possíveis que esta dissertação deixa ver

me mostraram como a expressão de jovens a partir de paródias pode ser um lugar rico para ver as distintas relações entre o pop e essas identidades.

Muitos trabalhos acadêmicos mapearam algumas dessas conexões pensando diferentes expressões da cultura pop, como a música, cinema e televisão. Algumas já foram recontadas em livros e pesquisas acadêmicas de diferentes áreas do conhecimento. Hawkins (2016) aborda algumas dessas articulações, como o movimento Disco e a relação com o ativismo político de Stonewall, importante reivindicação por direitos da população LGBT estadunidense que gerou repercussões no mundo todo. “O hit de Sylvester [James], ‘You Make Me Feel (Mighty Real)’, de 1978, tornou-se um dos hinos centrais para apoiar a libertação gay das décadas de 1960 e 1970 e foi dançado em praticamente todas as discotecas” (HAWKINS, 2016, p. 3, tradução nossa²).

Obviamente, nosso objetivo aqui não é remontar uma história cronológica e linear com todos esses momentos. Primeiro porque seria impossível dar conta de todas essas articulações. Segundo porque entendemos a história a partir da noção de historicidades, o que significa “refletir como as relações temporais figuram nos fenômenos” (SOUZA LEAL; ANTUNES, 2015, p. 220), e temporalidades, como possibilidade de compreender relações temporais não de modo cronológico, mas entendendo o tempo de forma desestabilizada, enquanto movimento articulador entre passado, presente e futuro. Então, nos interessa mais acessar esses momentos a partir da nossa questão e das paródias que analisamos, e, com base nisso, trazer o que for necessário para a compreensão do nosso problema, buscando desestabilizar qualquer noção de um passado fixo e de um futuro construído como inevitável. Ver o tempo dessa forma nos ajuda a compreender também os espaços como conceitos em construção e que dizem de mutações na comunicação e na cultura.

Pautados nesse entendimento, queremos compreender como diferentes articulações entre Lady Gaga e o público LGBT, as paródias do YouTube e o contexto brasileiro foram e são construídas. É por esse movimento que empreendemos uma trajetória teórico-analítica pautada nos sentidos de mediação e mutação cultural, de Jesús Martín-Barbero. Mas então, por que o recorte dessa pesquisa é por paródias brasileiras da cantora Lady Gaga? Existe uma relação pessoal deste pesquisador com a cantora, que se construiu a partir do lugar de fã, e por

² Do original: “Sylvester’s hit, ‘You Make Me Feel (Mighty Real),’ from 1978, became one of the central anthems to endorse the gay liberation of the 1960s and 1970s, and was danced to on virtually every disco floor”.

entender que isso não era algo exclusivo a essa experiência individual, mas sim, uma experiência coletiva, justificamos o interesse pelas paródias em torno de Lady Gaga.

Nascida em 28 de março de 1986 na cidade de Nova Iorque, Estados Unidos da América, Stefani Joanne Angelina Germanotta ficaria conhecida no mundo todo pelo seu nome artístico de Lady Gaga. Com uma fortuna estimada de 300 milhões de dólares, a artista já lançou seis álbuns e se tornou um dos nomes mais conhecidos da cultura pop-mundo ao longo de sua carreira. Marcos da cantora incluem nove prêmios Grammy, treze MTV Video Music Awards, artista do ano pela revista Billboard em 2010 e três indicações ao Oscar, saindo vencedora em 2019 pela canção original “Shallow”³, do filme *Nasce Uma Estrela* (Warner, 2018). Sua força dentro da indústria midiática se mostra relevante quando em 2020 ela organiza junto à Organização Mundial de Saúde (OMS) a “live das lives”, “One World: Together at Home”, durante o período de quarentena devido à pandemia do COVID-19 que assolou o planeta, e arrecadou mais de 100 milhões de dólares para ajudar no combate à pandemia⁴. A força e poder da marca Lady Gaga é inegável no mundo do entretenimento e uma das principais construções da artista desde o início foi a partir da defesa pública dos direitos políticos de minorias sexuais e de gênero.

Segundo Frith (1987), a imagem de um artista pop como Lady Gaga é construída a partir de um conjunto de ações que inclui gestos, performances, entrevistas e ações promocionais e “todas essas coisas alimentam a maneira como ouvimos uma voz; cantores pop raramente são ouvidos ‘simples’ (sem mediação)” (FRITH, 1987, p. 146, tradução nossa⁵). E um dos elementos que são utilizados, tanto pelos artistas quanto pelo público, como forma de avaliação e julgamento estético, é o posicionamento político deles. Quando vemos que Lady Gaga se posicionou ao longo da carreira a favor de minorias sexuais é porque comercialmente e artisticamente existia uma relação desse público com o trabalho que ela vinha desenvolvendo.

³ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=bo_efYhYU2A. Acesso em: 22 jul. 2020.

⁴ Para mais informações: <https://istoe.com.br/lady-gaga-e-oms-juntos-em-casa/>. Acesso em: 19 jun. 2020.

⁵ Do original: “These things all feed into the way we hear a voice; pop singers are rarely heard 'plain' (without mediation)”.

A revista Billboard⁶ publicou em 2018 uma matéria onde listava as 12 vezes em que Lady Gaga mostrou seu amor pela comunidade LGBT. Na matéria é relatado como a cantora, desde as primeiras entrevistas que deu para grandes revistas, já demonstrava sua aproximação com esse público e a vontade de injetar o que seria para ela uma “cultura *queer*”⁷ na cultura pop *mainstream*. A relação entre o *queer* e a cultura pop foi sendo construída de diferentes formas ao longo do tempo e “gradualmente, uma sensibilidade *queer* e tolerância aos direitos de grupos minoritários emergiram da pop art que permanece na música pop atualmente” (HAWKINS, 2016, p. 94, tradução nossa⁸). A lista da Billboard, inclui, dentre outras ações, a participação da artista nas paradas do orgulho LGBT em sua cidade natal, nos movimentos políticos para a aprovação do casamento igualitário nos EUA, no programa RuPaul’s Drag Race⁹, o primeiro reality show apresentado por uma *drag queen* na televisão norte-americana, e o lançamento da canção “Born This Way”¹⁰, considerada por muitos como um hino LGBT por falar sobre amor e igualdade na sociedade. Por esses e outros motivos, vemos que a cantora tem uma conexão forte com uma agenda política LGBT.

Em 2011, o suicídio de um adolescente de 14 anos chamado Jamey Rodemeyer chamou a atenção da mídia, pois após anos sofrendo *bullying* pela sua orientação sexual, o jovem que era fã de Lady Gaga decidiu tirar a própria vida¹¹.

No YouTube, ele publicava vídeos em que narrava como era a luta diária contra o preconceito e a maneira como Lady Gaga o ajudava, através das suas músicas, nesse processo. No dia 18 de setembro, antes de cometer suicídio, deixa o seu adeus através do site rede social Twitter, agradecendo a *Mother Monster* por tudo o que ela havia feito e ‘erguendo as suas patas para o ar’ (*paws up*) – expressão comum entre fãs da cantora (HENN; GONZATTI, 2019, p. 37).

Após esse caso ser revelado ao público e chegar ao seu conhecimento, a cantora criou uma fundação sem fins lucrativos chamada *Born This Way Foundation*¹², que tem como um de seus objetivos listados em seu site oficial: “Buscamos apoiar o bem-estar mental e emocional dos jovens, colocando suas necessidades, ideias e vozes em primeiro lugar”. A Fundação se associa a campanhas pelo bem-estar e contra o suicídio de jovens, principalmente os que se

⁶ Disponível em: <https://www.billboard.com/articles/news/pride/8475993/lady-gaga-12-times-showed-love-for-lgbtq-community>. Acesso em: 28 fev. 2020.

⁷ Faremos uma problematização do termo *queer* nesse trabalho no capítulo seguinte.

⁸ Do original: “Gradually, a queer sensibility and tolerance of minority groups’ rights emerged from pop art that remains in pop music today”.

⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6CQ49xsi8ZA>. Acesso em: 22 jul. 2020.

¹⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wV1FrqwZyKw>. Acesso em: 22 jul. 2020.

¹¹ Para mais informações sobre o caso: <https://dezanove.pt/241252.html>. Acesso em: 20 jul. 2020.

¹² Mais informações: <https://bornthisway.foundation/>.

identificam enquanto LGBTs, por serem os mais atingidos por essa condição¹³. Além disso, a própria Lady Gaga se identifica publicamente enquanto uma mulher cis bissexual. Ela já revelou isso em entrevistas¹⁴ e disse que esse também era um dos motivos pelo qual ela luta tanto por causas de minorias sexuais e de gênero.

Em um dos maiores ataques com arma de fogo da história recente dos EUA, o massacre da boate Pulse na cidade de Orlando, na Flórida, em 2016, quando um atirador matou cerca de 50 pessoas da comunidade LGBT, Lady Gaga se pronunciou e participou de vigílias e passeatas em homenagem às vítimas¹⁵. Suas manifestações se tornam públicas devido ao status de estrela mundial que a cantora tem e se articulam a sua marca e persona, fazendo com que Lady Gaga seja conhecida dentro da cultura pop como um ícone LGBT. Obviamente não estamos dizendo que todo indivíduo que se identifica a partir de um gênero ou sexualidade dissidente é fã da cantora ou a admira pela sua política. A questão aqui não é se ela é uma unanimidade, mas o fato de ela trabalhar esse posicionamento político dentro de sua trajetória.

Ressaltamos, ainda, que não estamos preocupados com a intencionalidade de Gaga com essas ações, e que reconhecemos que tudo isso tem relação com seu planejamento de marketing, que associa sua imagem a essas causas. Para os propósitos desta pesquisa, nos interessa o modo como articulações entre a cantora e o universo LGBT são reproduzidas e reapropriadas pelos fãs brasileiros a partir de paródias audiovisuais. Certamente, Gaga não é a primeira artista da cultura pop a assumir esses posicionamentos, o que inclusive a levou a ser comparada a outras artistas.

Ao surgir nos holofotes do mundo do entretenimento, Lady Gaga foi comparada e categorizada principalmente em relação à cantora Madonna. “Alguns a destacam como ‘a nova Madonna’, uma artista que, em tão pouco tempo, conseguiu legítima notoriedade em todo mundo. Outros a detratam afirmando que Gaga não passa de mais um ‘modismo’ efêmero” (SOARES, 2010, p. 1). Como veremos no capítulo analítico, as tretas são dimensões importantes para observar como o consumo do público se dá por comparações e disputas, inclusive entre o público LGBT. Madonna e Lady Gaga se tornou um par de comparações

¹³ Mais informações: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/suicidio-da-populacao-lgbt-precisamos-falar-e-escutar/>. Acesso em: 28 fev. 2020.

¹⁴ Disponível em: https://www.purepeople.com.br/noticia/lady-gaga-bissexual-assumida-sobre-namorar-mulheres-realmente-gosto-disso_a9948/1. Acesso em: 28 fev. 2020.

¹⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2016/06/lady-gaga-se-emociona-em-vigilia-ao-lembrar-mortos-em-boate-de-orlando.html>. Acesso em: 28 fev. 2020.

comum na indústria, tendo surgido acusações de plágio, insinuações, etc¹⁶. Mas as comparações entre as duas vão além da treta entre fãs. “Madonna, em seu discurso racionalizante, parecia apontar e mostrar a cara daqueles que estavam à margem. Gaga, por sua vez, opta por uma outra estratégia de construção de discurso: o monstro são as minorias, mas é ela também. A própria cantora se diz que é ‘freak’, feia e, portanto, um monstro” (SOARES, 2010, p. 4). Por esse deslocamento, por essa persona construída enquanto “estranha” e “esquisita”, Gaga deixa explícita sua inclusão na comunidade LGBT.

O vídeo descrito abaixo (figura 1), postado no perfil do Instagram intitulado “Vale dos Homossexuais”¹⁷, ilustra algumas dessas articulações relatadas até aqui.

Figura 1 – Postagem feita no perfil @valedoshomossexuais na rede social Instagram.



Fonte: <https://bit.ly/ValedosHomossexuais>

Podemos observar pela figura 1 uma convocação para a existência de uma *gay culture* (cultura gay, em tradução livre) na qual atuaria um entendimento partilhado sobre o que homens gays ouvem e compartilham entre si em termos de produtos culturais. Dessa maneira, Lady Gaga e seus videoclipes fariam parte dessa cultura e saber cantar todos os seus sucessos (o vídeo da postagem contém a maior parte dos videoclipes lançados pela cantora desde o

¹⁶ Veja mais: <http://atl.clicrbs.com.br/atlpop/2018/12/10/madonna-x-lady-gaga/>. Acesso em: 28 fev. 2020.

¹⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/p/B8hwVuAHbl7oKGOIAkmwqimMau_MxhZhsIphd00/. Acesso em: 28 fev. 2020

início da carreira) seria um valor dessa comunidade de gosto. Isso é corroborado pelo primeiro comentário que tem 173 curtidas¹⁸: “Se caísse no ENEM eu passava”, que indica que se Lady Gaga e suas músicas fossem cobrados como conteúdo programático do ENEM (Exame Nacional do Ensino Médio), o seguidor seria aprovado na prova.

Mas, o que teria de tão atrativo nos videoclipes de Lady Gaga para que isso fosse compartilhado por um grupo de pessoas que se identificam enquanto homossexuais no Brasil fãs de pop? Com certeza a artista deixou uma série de rastros em diversos videoclipes sobre isso, principalmente no jogo que ela faz com representações de gênero, “seja seu papel de prisioneira lésbica se beijando com uma colega de prisão em Telephone (2010), uma viúva andrógina, celibatária, biônica, que se tornou freira em Alejandro (2010), e um drag king, como sua personagem masculina, Joe Calderone em Yoü and I (2011)” (DONNELLY, 2017, p. 117, tradução nossa¹⁹). Donnelly (2017) defende que um dos papéis de Gaga foi transformar a sua própria identidade em algo performatizado a partir de momentos e eventos específicos. Ela não seria uma mulher ou um homem, mas uma Mãe Monstra (*Mother Monster*) dos seus monstrinhos (*Little Monsters*), como são conhecidos os seus fãs. “As fisicalidades surrealistas de Lady Gaga podem incluir figurinos, maquiagem, máscaras ou cenários utilizados para criar os atos de crueldade que teatralizam gênero e sexualidade de uma maneira que confronta a construção de seus modelos historicamente limitados” (DONNELLY, 2017, p. 120, tradução nossa²⁰).

Hawkins (2016) acrescenta que o figurino vocal de Gaga provoca as normas de gênero por um meio especial de performatividade. A cantora teria, em sua estética, elementos que não se conformariam em categorias fixas de classe, raça, etnia e geração. “Efetivamente, sua hiperincorporação torna o sujeito não-fixo em relação a quase todas as categorias imagináveis, acentuando a reflexividade da agência tanto no som quanto na imagem” (HAWKINS, 2016, p. 98, tradução nossa²¹). O autor ainda reforça que a artista trabalha em suas músicas,

¹⁸ Informação verificada em fevereiro de 2020.

¹⁹ Do original: “are her roles as lesbian prisoner making out with a fellow inmate in Telephone (2010) [Figure 11], an androgynous, celibate, bionic widow, turned nun in Alejandro (2010) [Figure 12], and a drag king, as her male persona, Joe Calderone in Yoü and I (2011)”.

²⁰ Do original: “Lady Gaga’s surrealist physicalities might include the costumes, makeup, masks, or sets utilised to create the acts of cruelty which theatricalise gender and sexuality in a way that confronts the construction of their historically limited models”.

²¹ Do original: “Effectively, her hyper-embodiment renders the subject unfixed in relation to almost every category imaginable, accenting the reflexivity of agency in both sound and image”.

videoclipes e shows diversas matrizes culturais do pop, ressaltando valores do Kitsch²² e do Camp²³, que são valores estéticos ligados a uma sensibilidade que poderia ser considerada dissidente. “O capital de Lady Gaga é baseado no Camp; ela é uma diva por excelência que habilmente acessa a estética do pop na forma de intenção autoral. Sua articulação musical garante sua autoria, exibindo tenacidade e sinceridade como parte de sua qualidade performativa lúdica” (HAWKINS, 2016, p. 102, tradução nossa²⁴).

Podemos nos perguntar como isso se conecta com fãs do mundo todo que consomem as músicas, os vídeos, imagens, campanhas, perfumes, filmes, cartazes, roupas e tudo mais que a indústria do entretenimento comercializa a partir de Lady Gaga. Entendemos que, para além das questões econômicas e financeiras, esse consumo diz sobre modos de constituição de identidades. Nosso objetivo aqui é entender o fenômeno sob essa nuance, de modo a contribuir com reflexões interessadas em como a “cultura pop tem negociado e pautado discussões sobre identidades políticas recolocando em evidência noções de gênero, classe social, raça e idade e as tensões entre ativismos de fãs e o mercado” (AMARAL, 2016, p. 70). Compreendemos que as relações estabelecidas em torno de Lady Gaga se organizam a partir de movimentos políticos que se dão tanto por uma frente institucional quanto simbólica e não entendemos que uma se sobrepõe a outra. “A foto do fã na parada narra, assim, a maneira como ela é vista como um signo LGBTQ, capaz de materializar através da música a territorialidade digital do Vale dos Homossexuais” (HENN; GONZATTI, 2019, p. 46).

A Mídia Ninja²⁵ é uma organização de comunicação e ativismo político no Brasil que, a partir de notícias jornalísticas, eventos, debates sobre temas que consideram relevantes com posicionamentos ligados à esquerda no país, promove debates políticos em ambiências digitais e nas ruas. Em seu perfil no Instagram²⁶, em 2020, após o lançamento do primeiro videoclipe do sexto álbum de estúdio de Lady Gaga, “Chromatica”, a Mídia Ninja reuniu um compilado de relatos de seguidores brasileiros que se identificam como LGBTs, ou familiares

²² Segundo Sêga (2010, p. 55), “de certa forma, pode-se considerar um objeto kitsch se ele apresentar uma ou mais das seguintes características: 1) imitação (de uma obra de arte ou de um outro objeto); 2) exagero na linguagem visual ou na linguagem verbal); 3) ocupação do espaço errado (um carrinho de pedreiro usado como jardineira em um canteiro de jardim); 4) perda da função original (uma garrafa de vinho usada como castiçal)”.

²³ Segundo Leite (2011, p. 8), o Camp está no âmbito das sensibilidades e “é o amor pela superficialidade, pela redução até mesmo da maior das pretensões humanas a caricaturas unidimensionais”.

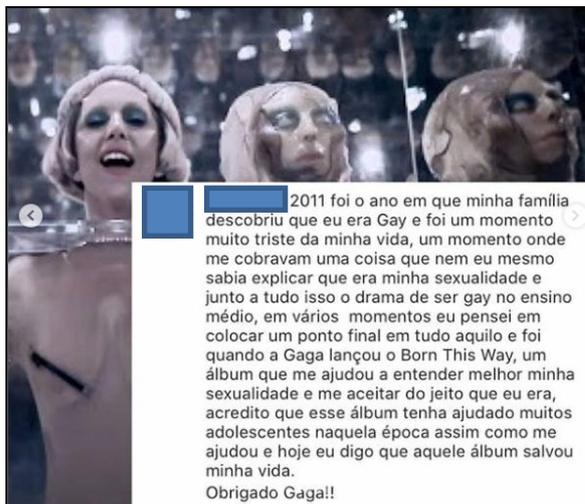
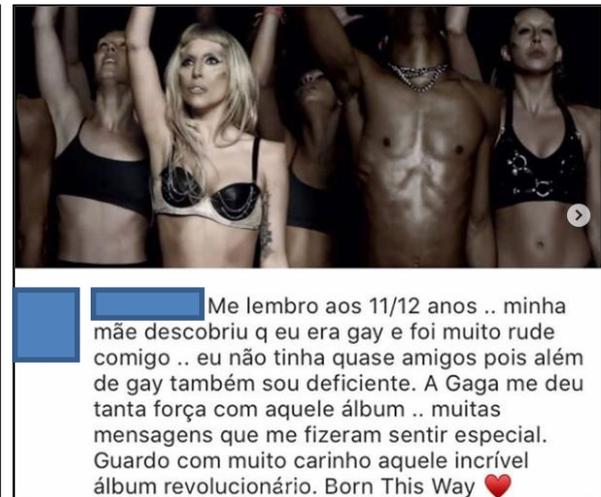
²⁴ Do original: “Lady Gaga’s capital is based upon being camp; she is a diva par excellence who cleverly accesses the aesthetics of pop in the form of authorial intent. Her musical articulateness guarantees her authorship, exhibiting tenacity and candor as part of her ludic performative quality”.

²⁵ Disponível em: <https://midianinja.org/>. Acesso em: 22 jul. 2020.

²⁶ Disponível em: https://www.instagram.com/p/B9K_tlhhGU3/. Acesso em: 22 jul. 2020.

dessas pessoas, sobre como Lady Gaga faz parte de suas experiências de vida pela arte e pelos seus posicionamentos políticos (ver Figuras 2 a 6). Vemos, assim, que a articulação entre Lady Gaga e as diversas experiências de vida de pessoas LGBTs no Brasil perpassa diferentes histórias.

Figuras 2 a 6 – Relatos feitos em postagem da Mídia Ninja no Instagram.



Fonte: <https://bit.ly/MídiaNinja1>; <https://bit.ly/MídiaNinja2>; <https://bit.ly/MídiaNinja3>

E quando escolhemos olhar paródias no YouTube, fizemos isso também porque entendemos que Lady Gaga construiu sua carreira intrínseca à plataforma, sendo uma das primeiras artistas do pop a alcançar números consideráveis em ambiências digitais. Segundo Railton e Watson (2011) os números de visualizações dos videoclipes de Gaga já superaram um bilhão, sendo a primeira artista a alcançar esse feito.

A Visible Measures, uma empresa especializada em calcular o alcance de vídeos na Internet, documenta que três dos vídeos de Lady Gaga, Just Dance (2008), Bad Romance (2009) e Poker Face (2009), foram vistos mais de 250 milhões de vezes cada. De fato, esses vídeos ocupam três das vinte primeiras posições no '100 Million Views Club' – o único videoclipe de uma artista feminina a ser assistido mais vezes do que esses foi Single Ladies (Put a Ring on It) de Beyoncé, que atraiu uma audiência de mais de 500 milhões (RAILTON; WATSON, 2011, p. 141, tradução nossa²⁷).

Da mesma forma, Lady Gaga se tornou uma das primeiras artistas a quebrar recordes no YouTube, principalmente quando a plataforma é comprada pelo Google, em 2006, e firma parcerias com as grandes gravadoras para exibirem os produtos oficiais (videoclipes, campanhas, etc.), de modo legalizado, sem quebras de direitos autorais. Seus videoclipes e paródias feitas pelos fãs se espalharam pela internet com a mesma velocidade. Em reportagem do portal Terra²⁸, de 2010, é feita a comparação entre o sucesso alcançado pelos videoclipes de Gaga e as paródias produzidas pelos seus fãs. Segundo os dados apresentados, à época, essas paródias já alcançavam 30 milhões de visualizações no total. Isso nos mostra a força que Lady Gaga tem no YouTube, mas também a força que as formas paródicas de seus produtos alcançam. “Uma mudança diferencial, já que na era televisiva dos videoclipes, mesmo diante da existência de algumas paródias e chistes, esse tipo de intervenção ainda era restrita a um pequeno grupo de espectadores que tinha acesso a ilhas de edição e mesas de efeito” (JANOTTI JR; ALCANTARA, 2018, p. 8).

Outra questão que justifica o interesse por paródias de Lady Gaga em circulação no YouTube é o fato de que a plataforma contribuiu consideravelmente para a sua carreira. Lady Gaga se

²⁷ Do original: “Visible Measures, a company specialising in calculating internet video reach, documents that three of Lady Gaga’s videos, just dance (2008), bad romance (2009) and poker face (2009), have been viewed in excess of 250 million times each. Indeed, these videos occupy three of the top twenty positions in their ‘100 Million Views Club’ – the only music video by a female artist to have been watched more times than these is Beyoncé’s single ladies (put a ring on it), which has attracted an audience of more than 500 million”.

²⁸ Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/musica/parodias-de-lady-gaga-batem-30-mi-de-acessos-veja-as-melhores,6159d1f90a97a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>. Acesso em: 28 fev. 2020.

estabeleceu como uma artista que se moldava a partir das redes sociais. “Lady Gaga parece ser um produto – e uma artista – aberto, viral, que se espraia por entre os atalhos midiáticos e se presentifica em todas as instâncias da mídia” (SOARES, 2010, p. 6). Sua presença midiática se tornou tão marcante que os números mostram isso, enquanto a cantora tem 80,9 milhões de seguidores no Twitter e 17,7 milhões de inscritos no YouTube, o atual presidente dos EUA, Donald Trump, tem 73,1 milhões de seguidores no Twitter²⁹. “Ainda nas redes sociais, Lady Gaga foi a primeira pessoa a alcançar a marca de 10 milhões de fãs no site de relacionamento Facebook” (SOARES, 2010, p. 7). O que mostra que sua presença nessas ambiências digitais diz sobre o seu alcance mundial e a construção de sua persona midiática.

E investigar essa presença e contribuições para a cultura pop nos ambientes digitais é importante porque diz do entorno tecnocomunicativo em que vivemos, mesmo que nem todos desfrutem de acesso às mesmas tecnologias e aparatos, ou as utilizem da mesma forma. “Os espaços digitais, nesse contexto, inspiram as pessoas a mostrarem seus sentimentos, a performarem o seu eu e a interagirem dentro dos seus contextos, sendo um terreno fértil para práticas em torno da cultura pop” (HENN; GONZATTI, 2019, p. 40). Pretendemos analisar como performances transviadas e transculturais se articulam à cultura pop-mundo de Lady Gaga em paródias brasileiras no YouTube.

Esta dissertação está dividida em dois capítulos, além desta introdução e da conclusão. No próximo capítulo, intitulado “Articulação Teórica entre Pop, Performance e Paródias”, exploramos os conceitos de cultura popular, pop e globalização para falar sobre o que estamos chamando de cultura pop-mundo, a partir, principalmente de autores como Hall (2003), Martín-Barbero (1997), Grossberg (2010) e Canclini (1995). Para essa fundamentação, abordamos nuances do conceito de performance para pensar performances transculturais e transviadas (modo como trataremos localmente o que é chamado de *queer* academicamente). Para isso, são fundamentais as contribuições de Bento (2017), Taylor (2013), Schechner (2013) e Butler (2002). Fechamos o capítulo com a articulação entre a ideia de hipertexto e palimpsesto, de Martín-Barbero, para ilustrar o que estamos entendendo por paródias. Nesse capítulo destrinchamos relações conceituais entre pop, performance e paródias, que constituem o que denominamos de 3Ps da pesquisa (pop, performance e paródias).

²⁹ Informações verificadas em junho de 2020.

No capítulo seguinte, denominado “Análise de Paródias Brasileiras de Lady Gaga pelo Mapa das Mutações Culturais”, traçamos nossa proposta metodológica de modo articulado às análises das paródias. A proposta é articular, no marco da análise empírica, os 3Ps discutidos no capítulo anterior com o mapa das mediações e o mapa das mutações culturais, ambos de Martín-Barbero. Desenvolvemos, durante o processo de pesquisa, quatro eixos analíticos (Poética do Armengue, Humor Transviado, Tretas do Pop e Pop-Denúncia). A partir dessas quatro chaves, organizamos nossos achados do *corpus* analítico de paródias brasileiras de Lady Gaga no YouTube. Esse *corpus* é composto por 25 paródias selecionadas da plataforma YouTube (de criadores como Romagaga, Saullo Berck, Vakaloka, Las Bibas, UmBipolar, Sarah Mitch, Lindsay Paulino, entre outros) e todas elas estão listadas e organizadas no Anexo A ao final desse trabalho.

2 ARTICULAÇÃO TEÓRICA ENTRE POP, PERFORMANCE E PARÓDIAS

Neste capítulo, traçaremos o caminho teórico pelo qual trataremos nosso problema de pesquisa, apresentando e articulando conceitos que nos ajudam a pensar as relações levantadas pelo material de análise. Ao investigar articulações possíveis entre o que estamos chamando de performances transviadas e cultura pop, a partir de expressões de fãs brasileiros de Lady Gaga nas ambiências digitais, interessa-nos o tratamento do contexto cultural, tecnológico, político e midiático deste fenômeno. Isso implica considerar as paródias do YouTube como formas audiovisuais de um mundo multifacetado e conectado, marcado pelos jogos de ressignificações e assimetrias entre valores do que defendemos ser uma cultura pop-mundo, que nos fazem ver, configurar e disputar identidades. Faremos isso tomando o pop como lugar de constituição de identidades a partir das ideias de entorno tecnocomunicativo (MARTÍN-BARBERO, 2009b), cultura-mundo (CANCLINI, 1995), performances transculturais (TAYLOR, 2013), performances transviadas (BENTO, 2017) e palimpsestos e hipertextos (MARTÍN-BARBERO, 1999, 2013, 2014b, 2015).

Nosso objetivo não é pensar todos esses conceitos de forma estanque, cristalizada e apartada do objeto de análise, mas articulá-los à nossa questão-problema. O desafio dessa dissertação, de cunho analítico, é fazer do objeto empírico, as paródias dos fãs brasileiros de Lady Gaga, a travessia da pesquisa. É a partir dessas materialidades que buscamos produzir contextos, acionando perspectivas teóricas que julgamos importantes para a compreensão, nesse capítulo, da tríade que envolve o pop, a performance e a paródia. Portanto, apesar de o estudo empírico estar detalhado no capítulo seguinte, ele foi fundamental para pensar as articulações teóricas feitas nesta primeira parte. Nosso intuito é identificar, por meio do contato com as paródias nacionais de Lady Gaga, o que entendemos por paródia enquanto potente expressão política do pop, posicionar performance como uma dimensão material de análise desse fenômeno e pensar as diferentes articulações com o transcultural e transviado como lugares teóricos pelos quais é possível fisgar padrões globais do pop e suas rasuras.

2.1 POP-MUNDO É POPULAR

É importante compreender que essa pesquisa se filia à linha de pensamento dos Estudos Culturais, mais precisamente aquela desenvolvida a partir do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), na Universidade de Birmingham, que, com nomes como Richard

Hoggart, Raymond Williams, Stuart Hall, Edward Thompson, entre outros e outras, inaugura um pensamento sobre a cultura no contexto do pós-guerra, onde ela é entendida como “um modo integral de vida” (WILLIAMS, 2007) e a comunicação é entendida como um lugar para articular as formas com as quais as pessoas se apropriam dos produtos midiáticos e da cultura popular. Os trabalhos de Jesús Martín-Barbero e Nestór García Canclini também são fundamentais para nossa apropriação da relação entre cultura popular e a ideia de globalização, a partir do contexto e da realidade latino-americana e brasileira. Por isso, iniciamos essa parte com discussões em torno do popular, buscando demonstrar como isso nos auxilia a pensar o pop a partir do lugar de ancoragem dos Estudos Culturais sobre o tema. Nosso intuito é contribuir com uma área de estudos já tão desenvolvida no campo da Comunicação e Cultura e que tem uma força explícita nos estudos sobre o Brasil e a América Latina.

Como grande contribuição dos Estudos Culturais britânicos, citamos aqui, principalmente, as reflexões desenvolvidas por Stuart Hall e Raymond Williams. Diante de discussões sobre cultura, que por muito tempo foi entendida por uma abordagem que separava a teoria da prática, esses autores desestabilizam entendimentos sobre alta e baixa cultura, cultura de elite e popular e cultura de massa. Não iremos destrinchar toda a discussão que os Estudos Culturais britânicos desenvolveram sobre cultura popular, mas pôr em relação essa ideia de popular com a cultura pop midiática do fenômeno Lady Gaga e das paródias no YouTube.

Estabelecemos uma relação com a perspectiva de Hall (2003), que demonstra que a cultura popular não é determinada por uma ideia de pureza ou autenticidade, mas a partir de uma relação desigual com a cultura dominante. Para o autor, o movimento de compreensão sobre o popular tem que partir de um olhar que dê conta dos movimentos de cristalização, mas também das potenciais resistências presentes nessas expressões. Entendendo assim, que a cultura popular deve ser pensada como um campo de batalha permanente constituído pelas “relações que colocam a ‘cultura popular’ em uma tensão contínua (de relacionamento, influência e antagonismo) com a cultura dominante” (HALL, 2003, p. 257).

Dessa forma, pensar sobre cultura a partir de hegemonia pela abordagem do italiano Antonio Gramsci (1982) foi essencial para o desenvolvimento da ideia de cultura popular. Para o filósofo, a hegemonia é constituída de estruturas internas complexas e já supõe o conceito de contra-hegemonia, devido às contradições que os processos sociais carregam. Assim, pensar

hegemonia como o estabelecimento de limites e pressões ajudou os teóricos da linhagem dos Estudos Culturais britânicos a entenderem sobre classe e demarcarem a centralidade da ideia de contexto no pensamento sobre cultura popular. Reconhecemos a influência desse pensamento no modo como Jesús Martín-Barbero articula a cultura popular no marco do contexto latino-americano.

A forte influência dos estudos culturais britânicos contribuiu para Jesús Martín-Barbero pensar sobre a cultura popular, mais exatamente as contribuições do trabalho de Raymond Williams e as apropriações que os pesquisadores do Centre of Contemporary Cultural Studies (CCCS) fazem a partir do trabalho do filósofo italiano Antonio Gramsci. Com o primeiro, Martín-Barbero direciona sua investigação às dinâmicas dos processos culturais contemporâneos, entendendo a cultura como um modo inteiro de vida, levando em consideração o senso de movimento que o conceito convoca a partir de Williams. De Gramsci, interessava a Martín-Barbero o reconhecimento específico que se faz das condições materiais da vida presentes na cultura popular, que possibilita pensá-la como campo onde se constituem processos de dominação social e constituição de classes subalternas (MOTA JR., 2016, p. 45).

Martín-Barbero (1997) interpreta, assim, a cultura popular latino-americana como um lugar para compreender as expressões simbólicas e materiais da vida cotidiana a partir de suas desigualdades e resistências. “E estamos descobrindo nestes últimos anos que o popular não fala unicamente a partir das culturas indígenas ou camponesas, mas também a partir da trama espessa das mestiçagens e das deformações do urbano, do massivo” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 16). Martín-Barbero vai tentar reconstruir a história das classes populares a partir do consumo e da produção cultural de melodramas na literatura, no rádio e na televisão no contexto da América Latina, principalmente na produção e consumo em massa de telenovelas. Por essa perspectiva, o autor procura entender como podemos construir uma relação que se mostra hegemônica, mas também de construção de diferentes resistências à cultura dominante.

O que nos parece essencial é a compreensão da cultura popular como um campo de batalhas, que não se configura a partir de uma ideia fixa de tradição e/ou autenticidade e que diz sobre a vida cotidiana das pessoas de classes populares, que se expressam de maneiras plurais e respondem às conformações do *status quo* de formas distintas. Não existe um popular, mas diferentes maneiras de se articular valores que se expressam a partir dos modelos dominantes ou não. Não queremos pensar o pop como um lugar cristalizado dentro da cultura popular, mas pensar que a cultura pop é também popular por se configurar como esse lugar de disputas intensas pela política e por transformações. Não queremos pensar o popular, ou o pop por

assim dizer, como algo que dê conta do passado ou do presente, mas algo que é expresso a partir de diferentes temporalidades e espacialidades.

Quando analisamos as diferentes relações do popular na cultura percebemos que geralmente a junção dos termos cultura e popular nos leva a alguns lugares engessados no tempo e no espaço. Lawrence Grossberg (2010), autor norte-americano com grande influência dos estudos culturais britânicos, retrata bem essas oposições binárias na qual a cultura popular é colocada em detrimento a outros conceitos da área.

O popular (como comercial, banal, apelando para o menor denominador comum, ou ‘narcóticos culturais’, cooptado etc.) era comumente contrastado com ambas as artes (como intelectualmente sofisticada, crítica, criativa, autêntica, atraente para indivíduos de elite e autônomos, etc.) e cultura popular (autêntica, emergindo e se dirigindo ao ‘povo’, geralmente membros de um grupo marginalizado ou oprimido). Neste último caso, a ‘marginalidade’ da cultura popular poderia ser vista como um ato de resistência e/ou prazer (como caça furtiva, corporal, carnavalesca) e sustentada contra a cultura legítima – arte (como reificada, hierárquica, intelectual etc.) ou, em termos mais formais, o popular (como estilizado, artificial, perturbador) poderia se opor ao *mainstream* (como naturalizado, senso comum, incorporado, etc.). Tais categorias distribuem as formações culturais em normas estéticas: boas e más, complexas e simples – e possibilidades políticas: dominação, cumplicidade e oposição (GROSSBERG, 2010, p. 208, tradução nossa³⁰).

Concordamos com Grossberg quando o autor se propõe a entender o popular a partir de apropriações de Stuart Hall e dos Estudos Culturais britânicos, afirmando que “o popular serve não como um conjunto de textos, mas como um terreno, o terreno sobre o qual a luta e a transformação são empreendidas” (GROSSBERG, 2010, p. 209, tradução nossa³¹). Essa leitura sobre o popular reafirma a influência de Gramsci no pensamento dos Estudos Culturais e, conseqüentemente, no trabalho de Grossberg para tentar escapar de um entendimento binário da cultura popular enquanto autêntica e congelada na tradição do passado ou enquanto um mero conjunto de produtos e formas compartilhadas em meios de comunicação de massa. Até porque entendemos que não tem mais sentido fazer a marcação do popular-massivo,

³⁰ Do original: “the popular (as commercial, banal, appealing to the lowest common denominator, or ‘cultural dopes,’ co-opted, etc.) was commonly contrasted with both art (as intellectually sophisticated, critical, creative, authentic, appealing to elite and autonomous individuals, etc.) and folk culture (authentic, emerging from and addressing ‘the people,’ usually members of a marginalized or oppressed group). In the latter case, the ‘marginality’ of popular culture could be seen as an act of resistance and/or pleasure (as poaching, bodily, carnivalesque) and held up against legitimate culture—art (as reified, hierarchical, intellectual, etc.); or, in more formal terms, the popular (as stylized, artificial, disruptive) could be opposed to the mainstream (as naturalized, commonsensical, incorporated, etc.). Such categories distribute cultural formations into aesthetic norms: good and bad, complex and simple—and political possibilities: domination, complicity and opposition”.

³¹ Do original: “the popular serves not as a set of texts but as a terrain, the ground on which struggle and transformation are waged”.

porque não tem nada fora do massivo, nem do popular. A relação do popular já é massiva. O hífen não dá mais conta dessa relação.

Nesse sentido, Grossberg também nos chama atenção para pensar que, quando falamos do popular, estamos falando de um movimento que é também de estabilidade, numa referência à hipótese cultural de estrutura de sentimento, de Raymond Williams. Para Williams (1979), poderíamos entender a cultura a partir da articulação entre aquilo que nos constrange em termos de estrutura e aquilo que se apresenta a partir da forma que sentimos isso, que seria o sentimento, e então temos a estrutura de sentimento. “‘Sentimento’ aparece aí para marcar uma distinção em relação aos conceitos mais formais de visão de mundo, ideologia, consciência, para dar conta de significados e valores tais como são vividos e sentidos ativamente” (GOMES, 2011b, p. 39). O que Grossberg retém do pensamento de Williams é, principalmente, a ideia de processo, pensar a cultura e a cultura popular como algo movente e passível de transformação. Ou seja, abordar o popular a partir dessa compreensão nos possibilita enxergar os diversos movimentos nos valores da sociedade ao mesmo tempo que nos permite ver o que ainda se mantém como estrutura sólida, imutável. “É somente através do popular que o ‘povo’ é citado como mais do que um evento político imaginário, e é somente através do popular que eles podem ser mobilizados para se preocuparem com qualquer questão e agir” (GROSSBERG, 2010, p. 226, tradução nossa³²).

Omar Rincón (2016) recupera autores como Martín-Barbero e Gramsci para compreender alguns conceitos que ele entende enquanto centrais para pensar o popular fora de um sentido comum já citado aqui anteriormente. O autor se apropria dos sentidos do popular a partir da ideia do relato e da experiência de vida das classes populares, que se articulam a uma visão melodramática da vida, entendendo que a cultura popular diz sobre o que se vive e não o que se olha ou estuda. Isso nos traz uma visão próxima da ênfase que os Estudos Culturais dão para a vida cotidiana e como isso importa para compreendermos os processos sociais e culturais.

Com base nestes autores e nestas referências de sentido para o popular, proponho que este seja mais que conteúdos, razões e éticas, modos de narrar (relatos), gozar (experiência estética) e moralizar (a ética dos baixos); e que o popular não é puro e virtuoso, não é uma só coisa: o subalterno, a resistência, o lugar da revolução, nem

³² Do original: “It is only through the popular that the ‘people’ are called into existence as more than an imaginary political event, and it is only through the popular that they can be mobilized to care about any issue and to act on its behalf”.

tampouco a massa manipulada, nem muito menos o folclore, ou o que se denomina povo. O popular é muitas coisas de uma só vez: o popular dá conta de mais do que só uma maneira pura e higienizada de existir, ele é uma experiência bastarda (RINCÓN, 2016, p. 31).

Essa perspectiva sobre a cultura popular nos faz analisar o nosso objeto de pesquisa a partir de lugares que desestabilizam noções estanques de resistência e cooptação. Estamos pensando na cultura pop-mundo, que desenvolveremos a seguir, e nos diversos produtos audiovisuais que essa cultura pop permite e incentiva que sejam criados, como as paródias no YouTube, a partir de uma noção de cultura popular que nos deixa ver as diferentes nuances e articulações entre identidades e performances transculturais e transviadas.

A partir de uma dicotomia entre cultura de elite e cultura popular, ou entre autenticidade e cooptação, as paródias no YouTube seriam vistas com base apenas em um julgamento valorativo, enquanto entendemos que podemos fazer análises contextuais e políticas sobre gêneros e sexualidades a partir delas, algo que não caberia nessas dicotomias. Por esse entendimento sobre cultura popular, podemos pensar também nos produtos midiáticos feitos por artistas como Lady Gaga de forma complexa, compreendendo que, mesmo dentro de um jogo comercial globalizado da indústria da música, seus produtos culturais têm valor estético, relevância social e política em diferentes âmbitos da vida cotidiana de fãs e consumidores de cultura pop pelo mundo.

E se estamos entendendo a cultura pop-mundo a partir dessa ideia de popular nos parece importante conectar esse pensamento com as lógicas que perpassam a cultura pop enquanto expressão artística, mercadológica e social. Para Thiago Soares (2015, p. 19), a Cultura Pop esteve ligada a uma lógica de produção e consumo orientadas por uma lógica de mercado, “expondo as entranhas das indústrias da cultura e legando disposições miméticas, estilos de vida, compondo um quadro transnacional de imagens, sons e sujeitos”. Nesse sentido, a partir de um senso comum, podemos circunscrever os produtos culturais que se apresentam pela lógica comercial e midiática como fazendo parte do universo do que entendemos como cultura pop. Sendo a palavra “pop” um diminutivo da palavra popular, podemos abordar essa cultura a partir de uma série de preceitos, como mostramos anteriormente, pois o popular pode ser entendido de diferentes formas. Não nos interessa a divisão entre o pop enquanto uma cultura popular autêntica ou o pop enquanto o produto criado apenas para o consumo massivo. Por isso entendemos que “a música pop é uma articuladora de tessituras urbanas

reais e ficcionais, a partir de vozes e corpos que se materializam entre redes de sociabilidades” (SOARES, 2015, p. 21).

Se vamos desenvolver nossa questão de pesquisa a partir de Lady Gaga, entendemos que ela participa de uma indústria musical que funciona através de determinados preceitos e lógicas capitalistas de compra e venda compreendidos de modo articulado às dinâmicas culturais. Então, estamos falando de modo de vida, de vida cotidiana, de expressões identitárias, de resistências simbólicas e concretas, etc. E lidar com a cultura pop é entender que essas relações são construídas de múltiplas formas, não somente no âmbito da produção, mas também da recepção, pois “os sujeitos dentro do contexto da Cultura Pop interpretam, negociam, se apropriam de artefatos e textos culturais ressignificando suas experiências” (SOARES, 2015, p. 22).

Jeder Janotti Jr. nos apresenta uma perspectiva em que as expressões da cultura pop desestabilizam a própria ideia de cultura popular “ao fazer propagar através da cultura midiática expressões culturais de ordem diversas como filmes, seriados, músicas e quadrinhos” (JANOTTI JR., 2015, p. 45). Dessa forma, assim como outros autores desenvolvem a ideia da cultura popular como campo de batalha, o autor diz que o pop é também uma zona de conflito, “daí [existirem] constantes rearticulações (e às vezes negação) do próprio reconhecimento de seus traços populares” (JANOTTI JR., 2015, p. 48-49). E é nesse sentido que é possível pensarmos o pop pela ideia de território e espaço que não têm limites concretos e pré-definidos, mas se espraiam, se reconfiguram a partir de conexões com tradições, hábitos e novas formas de coabitar o mundo. “As mobilizações em torno da cultura pop, independentemente de sua diversidade, são sempre atravessadas por valorações que pressupõem modos cosmopolitas de habitar e desabitar o mundo, projetando territórios informacionais em que as raízes locais se tornam difusas” (JANOTTI JR., 2015, p. 46).

Por isso, o autor desenvolve a noção de nebulosa afetiva pop, que nos parece potente para pensarmos as articulações que a cultura pop nos apresenta. Para ele, essa nebulosa afetiva “pressupõe uma gama de vivências em torno dos processos de reterritorialização da cultura. Essas articulações caracterizam certos modos de circular no universo cultural contemporâneo através de uma ‘tonalidade cosmopolita’” (JANOTTI JR., 2015, p. 49). Essas relações de reterritorialização e vivências cosmopolitas do pop são ressaltadas pelo autor como movimentos de inclusão, mas também exclusão. Sob esse horizonte, pretendemos desenvolver

e articular maneiras de dar conta dessas performances que são transculturais e se entrelaçam com uma série de valores que vão ser trabalhados de modos específicos. Por isso, reforçamos a ideia de que o pop não deve ser pensado a partir de uma relação simplória e binária, pois isso apagaria suas possibilidades de transformação. Iremos sugerir aqui alguns caminhos teórico-metodológicos para articular diversas conexões que a cultura pop nos propõe. O pop “se corporifica em práticas cotidianas que abarcam o modo como as expressões culturais são propagadas enquanto algo da ordem do vivido, articulando circulação a vivências individuais, posicionando consumidores ocasionais e dedicados em amplas redes sociotécnicas” (JANOTTI JR., 2015, p. 54).

Assim, o âmbito do consumo é algo importante para a compreensão dos processos da cultura pop e “nesse sentido, ganha nova dinâmica, mesmo que ainda precária e subordinada, integrando indivíduos periféricos ao mundo global, oferecendo novas inflexões para a agência social, política e cultural, utilizando símbolos convencionais e ao mesmo tempo novos” (EVANGELISTA; SOARES; XAVIER, 2016, p. 95). Como Néstor García Canclini (1995) nos lembra, estamos falando de consumo tanto de mercadorias quanto de valores que nos dizem sobre nossas identidades e sobre o nosso lugar no mundo.

Por isso, nos parece cara a ideia de uma vivência pop global, defendida por Thiago Soares. O autor diz que essa vivência pop global deve ser pensada a partir dos diferentes contextos, que sempre deixam vestígios “entre a cultura local e um desejo, uma ânsia pop e cosmopolita e de que forma estas tensões originam materialidades interpretativas” (SOARES, 2015, p. 29). Para o autor, um dos modelos dessas vivências pop seriam os videocliques, que funcionam como instrumentos de uma suposta “pedagogia” de vivência pop “revelando uma maneira particular de encarar a vida a partir da relação deliberada entre a vida real e os produtos midiáticos” (SOARES, 2009, p. 11). Conseguimos perceber, ao analisar as paródias, que a cultura pop se articula a diversos valores globais, que isso é reapropriado e reterritorializado por esses cidadãos e usuários da plataforma YouTube e que o pop articula, assim, uma série de experiências e modos de vida.

Então, podemos perceber que essas diferentes formas de lidar com a música a partir de uma vivência do pop fizeram com que mudanças na forma de conceber, consumir e circular produtos fossem desenvolvidas. Junto a autores, como Korsgaard (2017), que tem discutido o sentido de videoclipe frente ao contexto digital, Pereira de Sá (2016) busca entender, pela

ideia de videoclipe “pós-MTV (Music Television)”, o espriamento de produtos audiovisuais pela internet que se conectam ao videoclipe, mas abrem opções para pensarmos transformações na cultura midiática. Interessa-nos saber como as paródias que se inserem nesse universo “pós-MTV”, como a autora afirma, se articulam e o que isso tem a ver com as performances que aparecem nesses vídeos.

Por videoclipe ‘pós MTV’ me refiro a um conjunto heterogêneo de produções que circula preferencialmente na plataforma do YouTube, espriando-se por outros ambientes; e que abrange um conjunto de fragmentos áudio-visuais de origens heterogêneas que vão do vídeo do show postado por um fã, passando pela infinidade de paródias, tributos e homenagens e chegando até os vídeos ‘profissionais’ que divulgam as novas músicas dos cantores com carreiras (mais ou menos) estabelecidas [...] Se somarmos a essas características os aspectos enciclopédicos e/ou arquivísticos do YouTube, que permitem a circulação e re-circulação de vídeos ‘antigos’ e ‘novos’, ‘clássicos’ e ‘contemporâneos’ lado a lado, reconfigurando assim o tempo de vida dos produtos podemos perceber que o ambiente do YouTube redefine a própria ontologia desse artefato cultural. Dessa maneira, o videoclipe que circula no YouTube é um ator enredado numa rede afetiva e sócio-técnica distinta daquele do videoclipe da Era MTV, definido pela indústria musical primordialmente como um produto desenvolvido para divulgar uma canção gravada previamente (SÁ, 2016, p. 61-62).

Para compreender esse videoclipe que não é apenas o produto audiovisual, mas que transborda para uma infinidade de reapropriações em ambiências digitais, também precisamos interpretar a música a partir de uma noção que dê conta das transformações na escuta e consumo musical nesse contexto. Ao pensarmos em Lady Gaga, precisamos analisar e ver o que ela significa em imagens, em entrevistas, roupas, cabelos, maquiagens³³, shows, turnês, trabalho social, discursos públicos, memes etc. para podermos compreender o que a música feita por ela diz e porque pessoas que se identificam enquanto LGBTs se conectam a ela.

Podemos entender a música então como uma agenciadora de outras práticas em torno de si mesma. Janotti Jr. e Almeida (2015) vão chamar isso de escuta conexa, noção trabalhada pelos autores para compreender agenciamentos a partir dos sons em shows ao vivo na cidade de Recife (PE). Os autores queriam compreender como ruídos, espaços e outros elementos participavam do entendimento geral sobre a música que estava sendo performada ao vivo e como todos esses elementos são essenciais e determinantes para a compreensão da música. “Assim pensa-se as escutas conexas presentes nas ‘gambiaras’ da música ao vivo de pequeno porte como práticas auditivas que agenciam sonoridades, projetando espaços, lugares, territórios e regiões, uma abordagem geoconceitual das cenas” (JANOTTI JR.; ALMEIDA,

³³ Lady Gaga lançou em 2019 sua própria marca de maquiagens intitulada Haus Laboratories. Disponível em: <https://bit.ly/Gagamake>. Acesso em: 30 jun. 2020.

2015, p. 273). Escuta conexa é um conceito que nos permite afirmar que só podemos compreender a música pop a partir desses elementos que a circundam e se fundem. A visualidade dos videoclipes, os shows e seus palcos gigantescos, as performances ao vivo, os espaços onde essas performances acontecem, os ruídos que as compõem, tudo isso se torna parte da música e de sua compreensão. “Precisamos considerar que o audiovisual no universo da música popular massiva é parte de uma complexa rede de coletivos que compõe escuta conexas que integra música, audiovisual, entrevistas, participação em filmes e novelas etc.” (JANOTTI JR.; ALCANTARA, 2018, p. 33).

A partir de leituras de Grossberg e de Judith Butler, Janotti Jr. e Alcantara (2018) dão continuidade ao pensamento sobre o videoclipe pós-MTV e escuta conexa e os associam aos afetos e aos relatos de si como configuradores das relações músico-audiovisuais na indústria da cultura pop. Eles desenvolvem a ideia de que essas vivências globais do pop são envoltas por ambiências afetivas onde “entendemos que os afetos que circundam as vivências em torno dos videoclipes funcionam como experiências sensíveis-sensoriais que possibilitam afetar e ser afetado por certos fluxos culturais” (JANOTTI JR.; ALCANTARA, 2018, p. 9-10). Dessa forma, falar sobre produtos que surgem a partir de Lady Gaga é falar sobre afetos que circundam essas relações enquanto engajamentos identitários e políticos. Na relação com os relatos de si, apresenta-se como uma necessidade de expressão de narrativas pessoais a partir das músicas que dizem sobre a composição de cenas, comunidades e espaços do pop. “Essa *mise en scène* de si pressupõe tecnologia que agencia posturas corporais, competências tecnológicas, artefatos sócio técnicos, diferentes experiências globais/locais, modos de transitar por diferentes territorialidades sonoras” (JANOTTI JR.; ALCANTARA, 2018, p. 32). Mesmo assim, os autores reforçam três lugares de olhar para os relatos de si nesse âmbito: as materialidades, a composição dos relatos e quem ocupa o lugar do outro neles. Abordar a cultura pop a partir dos conceitos de escuta conexa e videoclipe pós-MTV nos permite agenciar todos esses elementos que articulam música, audiovisuais, ambiências digitais e relações sociais para compreender a questão da performance transviada em articulação com a cultura pop.

Uma das concepções mais comuns sobre o pop é a sua relação explícita com o que chamamos de indústria cultural. Quando falamos de música, isso fica mais evidente porque compreendemos as relações comerciais que a chamada indústria da música tem na produção de artistas, circulação de canções, videoclipes e de outros materiais que fazem parte da

construção de um artista pop. O modelo clássico da indústria fonográfica é estruturado pela atuação de empresas (chamadas de gravadoras), que possuem em seus catálogos artistas, compositores e produtores musicais, e conseqüentemente os direitos autorais dos produtos que veiculam. Os artistas lançados sob os seus selos podem ser conhecidos globalmente, cantam geralmente na língua inglesa e geram dinheiro com vendas de CDs, distribuição em plataformas digitais e turnês mundiais. “A busca é por ícones de entretenimento cujos sons e imagens possam ser inseridos nas redes de mídia e comunicação que estão espalhadas pelo mundo” (NEGUS, 1992, p. 1, tradução nossa³⁴).

Mas, mesmo entendendo que esse modelo clássico ainda tem atuação forte no cenário mundial, participando de forma ativa em como o pop atua, não podemos deixar de pontuar que a forma de circulação da música mudou e se estrutura a partir de diferentes modelos que disputam junto a este modelo clássico de fazer e vender música pop. “Através de mediadores independentes, como os agregadores de conteúdo, artistas autônomos assim como pequenas e médias gravadoras independentes conseguem inserir suas produções nas mais importantes lojas virtuais e serviços de streaming sem grandes custos operacionais” (VICENTE; KISCHINHEVSKY; DE MARCHI, 2016, p. 7). Isso não quer dizer que a atuação das grandes gravadoras não siga exercendo poder nesse mercado, mas ressignifica as possibilidades de inserção no mercado a partir de diferentes opções de gravação (como a doméstica), circulação (como as plataformas digitais) e de consumo (redes sociais como o YouTube e o TikTok).

Devido a isso, entendemos que a música pop produzida nessa indústria está intrinsecamente ligada a complexos midiáticos em consonância com outros universos da cultura como o cinema, a televisão, a publicidade e o mercado editorial. “Estas aproximações norteiam o uso do ‘pop’ e também fazem pensar que a principal característica de todas as expressões é, deliberadamente, se voltar para a noção de retorno financeiro e imposições capitalistas em seus modos de produção e consumo” (SOARES, 2013, p. 6). Dessa forma, alguns termos trabalham em conjunto ao entendimento do pop e da indústria, como o *mainstream*, palavra em língua inglesa, mas utilizada de forma abrangente e genérica no Brasil para falar de todo e qualquer produto cultural que é comercializado de forma globalizada e está presente nas principais listas de mais vendidos/consumidos. Não podemos deixar de levar em conta que “um termo nebuloso como *mainstream* para funcionar criticamente nos estudos da música

³⁴ Do original: “The quest is for entertainment icons whose sounds and images can be inserted into the media and communication networks which are spanning the globe”.

popular, devemos primeiro reconhecer que o – ou melhor, um – mainstream é sempre um termo historicamente situado, contingente e contestado” (TAYLOR, J., 2013, p. 40, tradução nossa³⁵).

Quando recuperamos a ideia de cultura bastarda de Rincón (2016), percebemos que o autor se refere às diversas expressões que mesclam a cultura anglo-americana e europeia a modos de vida que são locais, ao mesmo tempo que se apropriam desses valores amplamente consumidos de forma globalizada. E dentro dessa cultura bastarda ganha visibilidade o que o autor vai chamar de cidadanias *celebrities*, “essas que desenvolvem o querer estar nas telas da autoestima pública (meios e redes) com voz, rosto, história e estética própria” (RINCÓN, 2016, p. 41). Para o autor, essa forma de se entender no mundo diz sobre como o popular ou o que vamos desenvolver mais a frente como pop-mundo se articulam a formas hegemônicas e globalizantes de compreensão da cultura para se mostrar e angariar poder em fluxos que se entrecruzam e seguem diferentes rotas. Assim, o autor diz que a cidadania *celebrity* “é uma tática para disputar e lutar nas mídias e nas redes digitais, os modos estéticos e narrativos do visível, do narrável e o reconhecido. No final das contas, a cidadania *celebrity* é um ato que questiona em seu ato expressivo a noção do popular autêntico” (RINCÓN, 2016, p. 42-43). As webcelebridades que analisaremos são interpretadas como lugares para perceber essas disputas por visibilidades.

“Quando se trata de Cultura Pop, estamos diante de um emaranhado de multiplicidades” (JANOTTI JR.; SOARES, 2015, p. 4) e não podemos deixar de ver o que os autores chamam de “conflitos” ou disputas afetivas, discursivas e sensíveis dentro da música pop que mobilizam e engajam os indivíduos e coletivos de formas diferentes. Se pensarmos que a cultura pop engloba artistas de diversos gêneros musicais, percebemos que Lady Gaga engaja uma boa parcela de pessoas LGBTs pelo mundo, mas isso não nos aparece de forma essencializada, ou obrigatória. Não estamos partindo de um pensamento essencialista sobre identidades, no qual se poderia erroneamente acreditar que pessoas negras ouviriam Beyoncé e Nicki Minaj por serem negras também, ou que pessoas negras não poderiam se engajar com Lady Gaga, por ser uma artista branca. Vejamos o exemplo do influenciador digital Spartakus

³⁵ Do original: “a nebulous term like mainstream to function critically in studies of popular music, we must first acknowledge that the – or rather, a – mainstream is always an historically situated, contingent and contested term”.

Santiago³⁶, preto e que produz conteúdo para redes sociais principalmente sobre racismo e identidade preta no Brasil. Ele é um autodeclarado *Little Monster*, fã de Lady Gaga, e produz uma série de conteúdos sobre a cantora, desde vídeos dançando músicas até reações de videocliques lançados pela artista. O influenciador, inclusive, ficou primeiramente conhecido no universo da internet quando produziu, ainda adolescente, uma paródia³⁷ da canção “Telephone”, um *featuring*³⁸ de Lady Gaga e Beyoncé, para um trabalho escolar e que acabou viralizando, fazendo-o participar inclusive de programas de televisão nacional³⁹. E para pensar essas identidades em articulação com o pop de forma não essencializada precisamos partir de um conceito de pop que abranja as diferentes complexidades que a questão levanta.

Com os produtos que esses fãs e consumidores de Lady Gaga produzem, conseguimos ressaltar a importância de ver que o âmbito da produção e recepção precisam ser pensados em conjunto para entender esse processo, esforço empreendido por autores dos Estudos Culturais como Martín-Barbero e que ratificamos aqui. Como já vimos, a cultura pop nos remete a uma multiplicidade de relações no âmbito da produção, mas também da recepção. Então, quando observamos as paródias que selecionamos para o *corpus* da pesquisa percebemos que muitas delas se engajam a partir de Lady Gaga como forma de exaltação da artista, como é o caso de Romagosa e Saullo Berck, que são webcelebridades nordestinas que ficaram famosas por fazerem vídeos dançando, comentando e performando a partir de músicas pop nacionais e internacionais, principalmente as de Lady Gaga. Mas também identificamos que muitos se utilizam das paródias como lugar de denúncia política, por exemplo, como a *drag queen* Sarah Mitch, que fez uma paródia de uma canção de Lady Gaga chamada “Bolsonaro Não” em oposição à eleição, em 2018, do então candidato conservador e de extrema-direita à presidência, Jair Messias Bolsonaro. E o grupo escolar Pandora Boxx, que construiu uma paródia de Lady Gaga para denunciar a corrupção do sistema de educação pública que desviava dinheiro da merenda escolar, em 2016, em São Paulo. Esses exemplos nos fazem concordar com Evangelista, Soares e Xavier quando estes afirmam que:

Os fruidores/consumidores da cultura pop são agentes produtores de cultura, mas também intérpretes desta. Sujeitos interpretam, negociam, se apropriam de artefatos

³⁶ A biografia presente no seu canal diz que: “Spartakus Santiago é youtuber e publicitário formado em comunicação pela UFF. Com seu vlog busca aumentar o entendimento sobre questões importantes na internet, como racismo e LGBTfobia. Negro, nordestino e LGBT, usa sua voz pra fazer a diferença”. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/sparpotter/about>. Acesso em: 9 abr. 2020.

³⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WofecMPc2DQ> Acesso em: 9 abr. 2020.

³⁸ Práticas culturais de parceria entre artistas da música muito comum na indústria midiática global.

³⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gwPjYLVWzg> Acesso em: 9 abr. 2020.

e textos culturais, ressignificando suas experiências, descortinando possibilidades de estar no mundo, de entrar e sair de uma certa ideia de modernidade, conectando-se a premissas mais amplas ligadas a devires cosmopolitas, a pertencimentos e agenciamentos que se fazem entre ser local e ser global não como instâncias opostas – e binárias –, mas naquilo que se faz por adição, simultaneidade (EVANGELISTA; SOARES; XAVIER, 2016, p. 86).

Por isso, o nosso olhar analítico faz o esforço, nesta pesquisa, de pensar a partir de modelos de comunicação e cultura complexos que fujam de perspectivas reducionistas. E é nessa perspectiva que entendemos que, para compreender as relações entre comunicação e cultura na América Latina, precisamos nos atentar para as mestiçagens e as hibridizações ou, como vai defender Diana Taylor (2013), as transculturações, que iremos ver no tópico a seguir. É nessa perspectiva que Rincón acentua a ideia de cultura bastarda:

É por isso que proponho que devemos nos assumir como culturas bastardas, filhos do pop e do popular, do povo e do culto, do populista e do subalterno, da arte e do bizarro; isto é, nossa comunicação é atravessada por muitos pais e que, se começarmos a imitar cada pai, não encontraremos nosso lugar no mundo; Portanto, grande parte da comunicação que fazemos e estudamos falha porque queremos ser como o pai EUA, Europa, Miami, homem, ocidental, branco. [...] A única possibilidade que resta aos bastardos é assumir o mesmo que um lugar de enunciação, a mãe terra, o território, a identidade de um, como o lugar legítimo a partir do qual é declarado, criado, investigado e subvertido (RINCÓN, 2018, p. 76-77, tradução nossa⁴⁰).

E como entender a nossa cultura bastarda, como defende Rincón, a partir de um mundo conectado e globalizado? Essa questão se apresenta a partir da ideia de que só é possível pensar sobre a cultura pop articulada a performances transviadas em paródias brasileiras de Lady Gaga se conseguirmos entender a cultura e a comunicação a partir da perspectiva difusa de que não estamos lidando com determinações e relações de poder apenas da ordem do dominante e da opressão. Por isso a pergunta: “A música não é a interface que permite que os jovens se conectem entre si e se conectem com referências culturais e domínios de práticas e conhecimentos que, para adultos, são heterogêneos e impossíveis de montar?” (MARTÍN-BARBERO, 2011, p. 120, tradução nossa⁴¹). Como podemos pensar essa música que nos conecta a partir de uma ideia possível de globalização? Entendemos aqui que a perspectiva de

⁴⁰ Do original: “Por eso propongo que hay que asumirnos como culturas bastardas, hijos de lo pop y lo popular, de lo folk y lo culto, de lo populista y lo subalterno, del arte y lo bizarro; o sea que nuestra comunicación está atravesada por muchos padres y que si nos ponemos a imitar a cada padre, no encontraremos nuestro lugar en el mundo; por eso, fracasa mucha de la comunicación que hacemos y estudiamos, porque queremos ser como los padres USA, Europa, Miami, hombre, occidental, blanco [...] La única posibilidad que nos queda a los bastardos es asumir lo propio como lugar de enunciación, la madre tierra, el territorio, la identidad de uno como el lugar legítimo desde donde se enuncia, se crea, se investiga y se subvierte”.

⁴¹ Do original: “¿No será la música la interfaz que les permite a los jóvenes conectarse a, y conectar entre sí, referentes culturales y dominios de prácticas y saberes que para los adultos son heterogéneos e imposibles de juntar?”.

que a globalização seria o apagamento da cultura nacional ou que a globalização seria a homogeneização das relações sociais, econômicas e culturais não parece a melhor forma para tratarmos do tema. Primeiramente, entendemos que, ao falarmos em globalização, não estamos tratando do fim das culturas nacionais, pois para Grossberg (2010, p. 178), com quem concordamos, mesmo que entendamos que haja um enfraquecimento das culturas nacionais, o poder das identidades nacionais não foi reduzido. Isso nos faz pensar que, mesmo em um cenário de mutação cultural, hibridização e transculturação, faz sentido pensar nas distintas relações de poder que estão em disputa quando pensamos na identidade brasileira.

Assim, nos interessa pensar que “a globalização não é um paradigma nem um processo, mas uma multiplicidade de processos que, ao mesmo tempo em que se cruzam, caminham em direções muito diferentes” (MARTÍN-BARBERO, 2010a, p. 24, tradução nossa⁴²). Compreender a globalização a partir desses termos nos diz que os diferentes processos que a envolvem não são igualitários, mas assimétricos e desiguais. Além disso, a globalização não diz somente sobre economia e mercado, “pois os seus movimentos e deslocamentos contêm tanto de perversidade como de possibilidade, convertendo-se num paradoxo cuja vertigem ameaça paralisar tanto o pensamento como a ação capaz de transformar o seu curso” (MARTÍN-BARBERO, 2014b, p. 4-5). Por isso, é essencial que coloquemos a cultura no centro dos pensamentos sobre a globalização, uma vez que “é da diversidade cultural de histórias e territórios, de experiências e memórias, de onde não apenas a cultura resiste, mas também interage com a globalização e de onde acabará transformando-a” (MARTÍN-BARBERO, 2010a, p. 22, tradução nossa⁴³).

E pensar a cultura como dimensão de articulação dos diferentes processos de globalização é essencial para essa pesquisa, principalmente quando estamos analisando diversas conexões na cultura pop possíveis de serem fisgadas nas paródias: entre a música, videoclipes, publicidades, expressões diversas de fãs que atualizam e ressignificam modos de consumo global da música pop. Por exemplo, a forma com que os fãs brasileiros de Lady Gaga se expressaram a partir do cancelamento do seu show no Rock in Rio em 2017 indica como as formas globalizantes de encarar a música se mostram. Ao anunciar que não viria ao Brasil, a

⁴² Do original: “la globalización no es ni un paradigma ni un proceso, sino multiplicidad de procesos que a la vez que se entrecruzan caminan en direcciones bien distintas”.

⁴³ Do original: “desde la diversidad cultural de las historias y los territorios, desde las experiencias y las memorias, desde donde no sólo se resiste, sino, también, se interactúa con la globalización, y desde donde se acabará por transformarla”.

cantora escreveu em sua conta oficial do Twitter: “Brazil, I’m devastated” (Brasil, estou devastada, em tradução livre). A partir daí, diversos canais de notícias, como a Rede Globo e a Globo News, foram até a frente do hotel no qual a cantora se hospedaria para o show, onde havia uma grande quantidade de fãs já a sua espera. Daí saíram memes e performances de fãs que choravam copiosamente pelo cancelamento. Um deles em entrevista ao vivo, ironicamente, diz que se tornou cristão e jogou uma bíblia em Gaga na sua última passagem pelo Brasil e, por causa disso, ela teria desenvolvido a fibromialgia que a fez não participar do festival de música naquele ano. Os memes dessa época continuam circulando até hoje pela internet, e alguns fãs inclusive comemoram o dia do “Brazil I’m devastated” anualmente na data em que ela tuítoou a frase⁴⁴.

A forma de produção, difusão e consumo da música mudaram e as formas dos artistas se apresentarem ao público globalmente também. No caso do audiovisual, não estamos falando mais de um cenário que se apresentava a partir da centralidade da MTV e da televisão de forma geral (não podemos nos esquecer da importância dos programas de auditório e do Fantástico para o lançamento de videocliques no Brasil) para a difusão global da música pop. As redes sociais e o compartilhamento massivo online podem fazer uma música se tornar um sucesso, pela viralização⁴⁵, por exemplo. Esses memes que parodiam os produtos da cultura pop e parodiam os próprios fãs se tornam lugares importantes para divulgação e conexão com públicos de diversos tipos. Se esse processo se deu no início pelo compartilhamento através de redes de canal de televisão, como a MTV, isso se dá hoje também pelos computadores, *smartphones* e a internet. Os artistas compartilham suas músicas em plataformas de *streaming*, seus videocliques no YouTube e isso é consumido e compartilhado entre fãs do mundo todo. Esse processo não se dá só por artistas estadunidenses ou contratados por grandes gravadoras, pois o mercado da música hoje se baseia em um modelo de compartilhamento de produtos pela internet. Para Vicente, Kischinhevsky e De Marchi (2016), se em algum momento vivíamos a cultura da portabilidade, com os serviços de *streaming* “apresentando-se como redes sociais on-line e como espaços para negociação de identidades, apostando na comodidade dos consumidores e capitalizando as campanhas de criminalização do compartilhamento de fonogramas protegidos por direitos autorais” (VICENTE; KISCHINHEVSKY; DE MARCHI, 2016, p. 2), percebemos múltiplas conexões

⁴⁴ Disponível em: <https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2019/09/14/lady-gaga-devastated-rock-in-rio/> Acesso em: 4 jul. 2020.

⁴⁵ “Fazer com que algo seja compartilhado por um grande número de pessoas”. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/viralizar/>. Acesso em: 13 abr. 2020.

que vão além dos materiais físicos produzidos pelos artistas ou somente campanhas de marketing institucionais produzidas pelas gravadoras.

E dentre essas redes, não podemos deixar de falar da importância do YouTube para o consumo de música. “Com mais de 1 bilhão de usuários únicos por mês, o YouTube se apresenta como o principal espaço para consumo gratuito de música online no planeta” (VICENTE; KISCHINHEVSKY; DE MARCHI, 2016, p. 11). Num contexto de consumo pulverizado, assume um lugar de centralidade na produção musical pop, como um lugar de lançamento de videoclipes e rentabilidade para gravadoras e artistas. Além disso, a rede social assume um lugar enquanto ecossistema comunicacional (JANOTTI JR., 2020), em que a música é consumida a partir do lugar de bricolagem “onde a lógica de circulação/apropriação acaba por favorecer o sucesso de paródias, pastiches e bricolagens audiovisuais que nem sempre seguem as rotas previstas nos algoritmos e sistemas de recomendação do YouTube” (JANOTTI JR., 2020, p. 45). E isso insere diversas brechas e rasuras na lógica comercial da indústria da música pop, que cria diversos mecanismos de cooptação desses processos para garantir o retorno financeiro e midiático para si.

E, pensando em uma relação globalizada, não podemos deixar de levar em conta o lugar dessas plataformas digitais para o consumo cultural. Concordamos com Canclini (1995) quando o autor formula a sua teoria sobre os processos da globalização no contexto da América Latina e reafirma que vivemos uma cultura-mundo.

Assim como no passado, as identidades foram colocadas em cena nos museus nacionais, na segunda metade de nosso século, na transnacionalização econômica e no mesmo caráter das mais recentes tecnologias de comunicação (da televisão aos satélites e redes ópticas), eles colocam as culturas mundiais exibidas como um show multimídia no lugar principal. Pensemos que nenhum cinema ‘nacional’ pode recuperar o investimento de um filme apenas através dos circuitos de seu próprio país. Você deve enfrentar vários canais de vendas: televisão aérea e a cabo, redes de vídeo e discos a laser. Todos esses sistemas, estruturados transnacionalmente, incentivam as mensagens que circulam por eles a serem ‘desfolclorizadas’ (CANCLINI, 1995, p. 111, tradução nossa⁴⁶).

⁴⁶ Do original: “Así como en otro tiempo las identidades eran objeto de puesta en escena en museos nacionales, en la segunda mitad de nuestro siglo la transnacionalización económica, y el mismo carácter de las últimas tecnologías comunicacionales (desde la televisión hasta los satélites y las redes ópticas), colocan en el lugar protagónico a las culturas-mundo exhibidas como espectáculo multimedia. Pensemos en que ya ningún cine "nacional" puede recuperar la inversión de una película sólo a través de los circuitos de salas de su propio país. Debe encarar múltiples canales de venta: la televisión aérea y por cable, las redes de video y los discos láser. Todos estos sistemas, estructurados transnacionalmente, fomentan que los mensajes que circulan por ellos se ‘desfolcloricen’”.

Discutindo sobre o cinema, e chamando-o de “cinema-mundo”, o autor desenvolve a ideia de que a lógica do mercado globalizado nos induz a pensar públicos consumidores mundiais, como uma forma essencial de garantir o lucro. Se pensarmos em plataformas de *streaming* de música como o Spotify, Deezer e outros, estamos vendo o mercado da música apropriando-se dos elementos das ambiências digitais que permitem que o lucro dos selos e gravadoras e dos atores que compõem a sua cadeia produtiva (cantores, músicos, compositores, técnicos, etc.) seja garantido, mesmo em um cenário cada vez maior de compartilhamento gratuito de canções.

Mas, o mais importante é que o conceito de cultura-mundo que Canclini desenvolve nos faz pensar que estamos falando de articulações e processos que vão além do econômico e financeiro, em sentido restrito. Obviamente que o econômico faz parte das relações culturais em um mundo globalizado e predominantemente capitalista, mas é importante ressaltar que não são somente as relações econômicas que determinam esses processos. Canclini, ao pensar o cinema-mundo, vai dizer que, para que esse processo de internacionalização e transnacionalização de Hollywood aconteça, os filmes têm que ter uma história que se conecte com os mais diversos tipos de público. “Coppola, Spielberg e Lucas, por exemplo, constroem narrativas espetaculares a partir de mitos inteligíveis para todos os espectadores, independentemente de sua cultura, nível educacional, história nacional, desenvolvimento econômico ou regime político” (CANCLINI, 1995, p. 111, tradução nossa⁴⁷).

No que diz respeito à música, artistas pop globais desde os anos 1960 nos EUA têm suas carreiras pensadas para um potencial mercado global, como Madonna, Michael Jackson, Prince, Elvis Presley e tantos outros. Assim, baseados nas ideias de cultura-mundo e cinema-mundo de Canclini, nos propomos a fazer uma articulação entre o pop e esse mercado global e suas especificidades e chamar essas articulações de cultura pop-mundo. O pop-mundo faz parte da cultura global e diz sobre os produtos culturais que se conectam com culturas, sociedades e identidades de diversas formas. A cultura pop-mundo se configura como um espaço global multifacetado e conectado onde trocas culturais das mais diversas se estabelecem a partir de valores locais da cultura popular e valores globais compartilhados de formas assimétricas. O pop-mundo se configura, assim, como um espaço transcultural de

⁴⁷ Do original: “Coppola, Spielberg y Lucas, por ejemplo, construyen narraciones espectaculares a partir de mitos inteligibles para todos los espectadores, con independencia de su cultura, nivel educativo, historia nacional, desarrollo económico o régimen político”.

constituição de identidades a partir de processos já explicitados aqui de resistência, cooptação, reposicionamentos e multiplicidades. O hífen tenta dar conta de um processo de globalização da cultura popular que se constrói a partir de valores do local em movimentos de mestiçagem com valores globais. Quantos jovens em diversas partes do mundo vindos de contextos distintos dançam e parodiam as audiovisuais produzidas por Lady Gaga como processo de identificação?

Quando analisamos cantoras como Lady Gaga, uma artista estadunidense que inicia sua carreira artística em Nova Iorque e consegue explodir no cenário global a partir da sua visualidade, discurso político, canções dançantes e provocativas, relação com a internet e com o público LGBT, vemos que estamos falando de um mercado da música que não se limita à possibilidade de sonoridades e que se articula a fluxos audiovisuais globais digitais. Não queremos dizer que Lady Gaga é a única representante ou a melhor representante disso que estamos chamando de pop-mundo, mas é um dos exemplos para entendermos essas articulações. “A cultura é um processo de montagem multinacional, uma articulação flexível de peças, um conjunto de características que qualquer cidadão de qualquer país, religião ou ideologia pode ler e usar” (CANCLINI, 1995, p. 16, tradução nossa⁴⁸). Observamos isso quando analisamos as paródias produzidas para o YouTube no contexto brasileiro que trazem homenagem, denúncia política e ressignificações de identidades de gênero e sexualidades.

Existem ainda alguns elementos interessantes nas propostas de Canclini que retemos no nosso entendimento de uma cultura pop-mundo. “O problema está no fato de que a maioria das situações interculturais é formada hoje, não apenas pelas diferenças entre culturas desenvolvidas separadamente, mas também pelas formas desiguais pelas quais os grupos se apropriam de elementos de várias sociedades” (CANCLINI, 1995, p. 109, tradução nossa⁴⁹). Se estivermos pensando em relações que se estabelecem globalmente, como já ressaltamos aqui, precisamos compreender que essas articulações se dão em uma situação de desigualdade.

⁴⁸ Do original: “La cultura es un proceso de ensamblado multinacional, una articulación flexible de partes, un montaje de rasgos que cualquier ciudadano de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar”.

⁴⁹ Do original: “Él problema reside en que la mayor parte de las situaciones de interculturalidad se configura hoy no sólo por las diferencias entre culturas desarrolladas separadamente sino por las maneras desiguales en que los grupos se apropian de elementos de varias sociedades”.

Canclini também chama em causa o fato de que uma cultura-mundo ou uma cultura pop-mundo, como estamos trabalhando aqui, não significa pensar movimentos de completo apagamento de territórios e atributos locais. “Simultaneamente à desterritorialização das artes, existem fortes movimentos de reterritorialização, representados por movimentos sociais que afirmam os processos locais e também midiáticos” (CANCLINI, 1995, p. 112, tradução nossa⁵⁰). Os movimentos de reterritorialização acontecem o tempo todo quando trazemos em causa as articulações transviadas do pop no Brasil. Não podemos pensar Romagaga, cantora e influenciadora digital conhecida pelo material humorístico sobre Lady Gaga produzido para a internet, como uma Lady Gaga reterritorializada? (ver figuras 7 e 8) Não é uma cópia malfeita como alguns teóricos e o senso comum poderiam pensar. Preferimos entendê-la enquanto paródia: de gênero, do pop-mundo e de sexualidades. O que Romagaga nos mostra é como essa cultura pop-mundo pensada para o global se articula a valores no/do Brasil a partir de seus vídeos como fã e produtora de conteúdo no mundo pop, hoje se lançando inclusive como cantora⁵¹.

Figuras 7 e 8 – Romagaga em paródia de apresentação de Lady Gaga à esquerda e Lady Gaga em apresentação do Oscar 2015 à direita



Fonte: <https://bit.ly/RomagagaOscar>; <https://bit.ly/GagaOscar2015>

Quando falamos em assimetrias e desigualdades, estamos analisando também as relações de poder, algo essencial para os estudos culturais. Canclini, quando investiga o contexto atual dessa chamada cultura-mundo, diz que “produzir dados sobre o público e interagir entre

⁵⁰ Do original: “Simultáneamente con la desterritorialización de las artes hay fuertes movimientos de reterritorialización, representados por movimientos sociales que afirman lo local y también por procesos massmediáticos”.

⁵¹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=LqK8BvQ0rug. Acesso em: 13 abr. 2020.

remetentes e receptores ou entre destinatários e usuários mudaram o suficiente para que essa reorganização do poder seja mais do que uma simples continuação da era controlada pelas indústrias de comunicação de massa” (CANCLINI, 2018, p. 95, tradução nossa⁵²). Ou seja, ao analisarmos o contexto do YouTube não podemos assumir simplesmente que estamos falando de uma continuação das relações de poder da televisão, rádio e outras mídias de massa. Para o autor, essa atual configuração de produção e recepção em compartilhamento e rede nos diz de “combinações ambivalentes e híbridas, nas quais são elaboradas formas de sociabilidade nas quais o poder não possui uma estrutura binária, mas uma complexidade dispersa” (CANCLINI, 2018, p. 95, tradução nossa⁵³).

E como será que podemos pensar sobre essa cultura pop-mundo a partir do contexto atual entendendo a globalização, a cultura e o poder de formas imbricadas? “Ortiz observa que a oposição ‘homogênea/heterogênea’ perde importância; é necessário, então, entender como segmentos globalizados – por exemplo, jovens, idosos, gordos e desencantados – compartilham hábitos e gostos convergentes” (CANCLINI, 1995, p. 113, tradução nossa⁵⁴). Partindo dessa resposta, queremos compreender que tipo de cultura pop-mundo se articula a diferentes performances transculturais e transviadas no contexto brasileiro a partir das paródias de Gaga.

Parece-nos importante pensar algumas questões sobre o contexto e o cenário mundial em que vivemos quando nos referimos à cultura pop-mundo e performances nas ambiências digitais, pois entendemos que não estamos lidando com as mesmas questões, espaços, interações sociais e respostas de quando falávamos de um mundo antes da internet e de uma conexão globalizada. Entendemos, também, que não estamos falando da mesma globalização que muitos autores se debruçaram nos anos 1990 e início dos anos 2000 na relação com as migrações e trocas econômicas. Apropriamo-nos de forma mais contundente das proposições de Martín-Barbero em que o desenvolvimento de um pensamento a partir da ideia de contexto se torna essencial. “Como fazer política de comunicação se não tínhamos o contexto? A realidade não é igual no Chile e na Colômbia, mas alguns exilados chilenos tiveram que vir ao

⁵² Do original: “producir datos sobre audiencias e interactuar entre emisores y receptores o entre receptores y usuarios han cambiado lo suficiente como para que esta reorganización del poder sea más que una simple continuación de la época controlada por las industrias comunicacionales masivas”.

⁵³ Do original: “combinaciones ambivalentes, híbridas, en las que se elaboran formas de sociabilidad en las que el poder no tiene una estructura binaria sino una complejidad dispersa”.

⁵⁴ Do original: “Ortiz anota que la oposición “homogéneo/heterogéneo” pierde importancia; es necesario entonces entender cómo segmentos mundializados —por ejemplo, los jóvenes, los viejos, los gordos, los desencantados — comparten hábitos y gustos convergentes”.

Brasil para descobrir que lá havia classe média, a classe média que deu poder a Pinochet com a ajuda dos gringos” (MARTÍN-BARBERO, 2009b). Ao falarmos de uma ideia de modernidade na América Latina que se caracteriza e opera de modos muito específicos, é necessário nos perguntarmos: “qual é a característica mais profunda da heterogeneidade da América Latina? Seu modo descentralizado, desviante, de inclusão na, e de apropriação da modernidade” (MARTÍN-BARBERO, 1993, p. 61, tradução nossa⁵⁵). E percebermos como, por exemplo, é possível fisgar contexto a partir das paródias audiovisuais brasileiras de Lady Gaga. Estas dizem sobre articulações entre o pop-mundo em performances transculturais que nos deixam ver performances transviadas, conceitos que vamos trabalhar no próximo subitem.

Para Martín-Barbero “o sujeito da comunicação não é o meio, mas a relação. Importante não é o que diz o meio, mas o que fazem as pessoas com o que diz o meio, com o que elas veem, ouvem, leem. Esta é a mudança” (MARTÍN-BARBERO, 2009b). Assim, ao fazer um movimento epistemológico de pensar dos meios às mediações e depois um movimento para pensar as mutações culturais, compreendendo aí o lugar central da tecnologia na comunicação, o autor nos mostra que não podemos nos compreender em um mundo fora da tecnologia e da produção de visibilidade.

A ideia do entorno tecnocomunicativo de Martín-Barbero (2009b) se apresenta como um lugar para pensar sobre a tecnologia operando em uma função essencial para essas mudanças de sensibilidades e na relação com o tempo e o espaço. A tecnologia não nos remeteria somente a aparatos, mas “conduz a um forte apagamento das fronteiras entre razão e imaginação, saber e informação, natureza e artifício, arte e ciência, saber especialista e experiência profana” (MARTÍN-BARBERO, 2014a, p. 25). O autor estabelece, então, uma análise do contexto que nos parece essencial para entender nosso problema, o de que vivemos em um entorno tecnocomunicativo. Para ele, vivemos em um mundo onde não existe a opção de desconexão, pois estamos imersos em um ambiente completamente conectado e envolto por aparatos tecnológicos que nos possibilitam uma série de relações.

Hoje estamos assistindo à formação, à emergência, de um novo entorno que se chama tecnocomunicativo. Já não se trata de mais um aparelho ou mais um meio. [...] a imersão não é pontual, na base do eu ligo, desligo. Assim como estou imerso na natureza e nas instituições, agora estou imerso nesse terceiro entorno. Eu não

⁵⁵ Do original: “¿Qué es lo que más profundamente caracteriza a la heterogeneidad de América Latina? Su modo descentrado, desviado, de inclusión en, y de apropiación de la modernidad”.

posso ligar o computador sem saber que sou visto. Vejo, mas sou visto, não há forma de impedir isso (MARTÍN-BARBERO, 2009b).

Mas o autor ressalta que esse mundo não é de total visibilidade, ao contrário, esta é permanentemente produzida e disputada. Assim, produzir visibilidade se torna essencial, ou seja, não estamos falando da comunicação como um conjunto de meios, por isso a ideia de “meio de comunicação”, de “mídia”, não faria mais sentido nas sociedades de hoje. O entorno não é para ser entendido como “um lugar”, mas o todo no qual vivemos, e não existe saída, por isso a metáfora do peixe dentro do aquário é uma boa forma de visualizar isso. O autor diz que ao se imbricar aos ambientes natural e urbano “a tecnologia digital está configurando nossos modos de habitar o mundo e as próprias formas do laço social” (MARTÍN-BARBERO, 2014a, p. 24).

Essa perspectiva é interessante para entendermos o papel da tecnologia nesse processo. O objetivo de Martín-Barbero, e que seguimos nessa pesquisa, não é negar a importância e relevância que aparatos técnicos possuem nas relações sociais, mas é não enxergá-los como necessariamente os causadores de toda e qualquer mudança na sociedade, ou seja, a tecnologia exerce um papel central nesse entorno tecnocomunicativo que vivemos, mas justamente porque é reapropriada e remoldada pelas práticas culturais. Para o autor, a técnica que por muito tempo foi considerada apenas a partir do seu aspecto instrumental, “agora transformou radicalmente seu status, tornando-se uma dimensão estrutural das sociedades contemporâneas ao mesmo tempo em que cheio de densidade simbólica e cultural” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 22, tradução nossa⁵⁶).

É nesse entorno que entendemos que a cultura pop-mundo se articula a performances transviadas no Brasil e nos deixam ver através das paródias essas conexões entre formas de sentir e se expressar por meio do popular. Nesse entorno “emerge um desequilíbrio cultural que questiona as formas invisíveis de poder que estão alojadas nos modos de saber e ver, enquanto ilumina os saberes-mosaico, feitos de objetos em movimento, nômades, de fronteiras difusas, intertextualidades e bricolagens” (MARTÍN-BARBERO; REY, 1999, p. 12, tradução nossa⁵⁷). O entorno tecnocomunicativo nos ajuda a pensar os vídeos no YouTube como formas culturais que se conectam a sensibilidades, corporeidades e identidades de

⁵⁶ Do original: “ahora transformado su estatus radicalmente, pasando a constituirse en dimensión estructural de las sociedades contemporáneas a la vez que se llena de densidad simbólica y cultural”.

⁵⁷ Do original: “emerge un des-orden cultural que cuestiona las invisibles formas del poder que se alojan en los modos del saber y del ver, al tiempo que alumbrando unos saberes-mosaico, hechos de objetos móviles, nómadas, de fronteras difusas, de intertextualidades y bricolajes”.

grupos que a partir de suas performances questionam, mas também reiteram, valores hegemônicos. E uma das formas de se fazer isso é através da visibilidade dos vídeos na internet. Para o autor, esse entorno é um “ecossistema em que a experiência audiovisual afetada pela revolução digital aponta para a constituição de uma visibilidade cultural, cenário estratégico hoje de uma batalha política” (MARTÍN-BARBERO, 2014a, p. 25). Reconhecer as diversas disputas que surgem a partir de e no entorno tecnocomunicativo é essencial para compreender que essa batalha política por visibilidade não se dá da mesma forma em todos os níveis, nem em todas as situações.

Para Martín-Barbero (2008), é de extrema importância compreender que a forma como a modernidade se instala na América Latina não pode ser comparada a nenhum outro lugar do mundo. Para ele, a cultura escrita se impõe em detrimento da cultura oral e depois a audiovisual mostra como esses processos determinam como as instituições constroem suas relações de poder, desde a escola, a família e o governo. Mas, para o autor, isso não significa “o desconhecimento da validade que conserva a cultura letrada na sociedade através, principalmente das instituições de educação formal, mas começa a dismantelar sua pretensão de ser a única cultura digna desse nome em nosso híbrido contemporâneo” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 16, tradução nossa⁵⁸). Podemos pensar, assim, como a oralidade é essencial para entendermos os processos e formações culturais brasileiras quando analisamos os vídeos no YouTube. Quando analisamos figuras famosas na plataforma e fora dela como Whindersson Nunes e Felipe Neto, como não pensarmos a relação com a oralidade e a cultura audiovisual imbricadas? Interessa-nos ver como essas relações se constroem em um cenário global do entorno tecnocomunicativo, mas que se estabelece a partir da ideia de assimetria e desigualdade, como já ressaltamos aqui.

Para o autor, essas novas construções sociais e formas culturais não podem mais ser entendidas a partir das categorias clássicas da modernidade: progresso, vanguarda etc. Elas não dizem sobre essa nova sensibilidade dos jovens e não correspondem ao contexto que vivemos (MARTÍN-BARBERO, 1993). Grossberg (2015) reafirma essa crítica ao dizer que a modernidade eurocêntrica que causou tanta destruição não corresponde ao lugar de autoridade política e moral. “Parecemos estar enfrentando problemas (euro) modernos para os quais os

⁵⁸ Do original: “el desconocimiento de la vigencia que conserva la cultura letrada en la sociedad a través, particularmente, de las instituciones de la educación formal, sino empezar a dismantelar su pretensión de ser la única cultura digna de ese nombre en nuestra híbrida contemporaneidad”.

diversos euromodernismos não fornecem resposta alguma, ecoando Boaventura de Sousa Santos” (GROSSBERG, 2015, p. 32).

Assim, quando analisamos como esses jovens se utilizam da música e formas paródicas de uma cultura globalizada, que é popular e massiva, para expressar identidades e disputar visibilidade isso muda o eixo de compreensão. “Nós, os pais, não somos mais os modelos de nossos filhos, a televisão acabou com isso. Os modelos são os seus contemporâneos: ginastas, cantores, atrizes, jogadores de futebol, esses são os padrões de conduta, são seus pares” (MARTÍN-BARBERO, 2009b). Quando esses jovens se inspiram e se utilizam da imagem de Lady Gaga para expressar identidades sexuais dissidentes, eles estão mostrando que as relações no entorno são outras quando comparadas a uma concepção de modernidade eurocêntrica e nos interessa observar como isso é expresso pelo audiovisual. Martín-Barbero nos ajuda a compreender como as relações com a cultura escrita não dão conta de dizer tudo o que esses jovens precisam para se expressar e se comunicar nesse mundo. Ou seja, a mídia audiovisual atua como um “poderoso campo de socialização (BELL, 1977), trata-se da elaboração e transmissão de valores e padrões de comportamento, padrões de gosto e estilos de vida que desorganizam e desmantelam as velhas e resistentes formas de intermediação e autoridade” (MARTÍN-BARBERO, 2018, p. 29).

Podemos entender assim que o YouTube é um dos lugares em que é possível expressar a imaginação e o poder de transformação da cultura popular midiática a partir do audiovisual. “A imaginação não é mais um poder dos poetas e dos artistas. As pessoas comuns sobrevivem física e culturalmente graças à criatividade, à imaginação. Então, visto às novas tecnologias enquanto permitem uma apropriação que, por sua vez, permitem a hibridação, a mestiçagem” (MARTÍN-BARBERO, 2009b). Pensamos em uma cultura pop-mundo que se espalha pelo planeta e, como vamos discutir mais a frente sobre performances transculturais, vai se misturando e se conectando ao que se produz localmente. Mas, novamente, não podemos nos esquecer de que essas conexões não se dão de forma pacificada, ou seja, trata-se de uma compreensão que “resgata as imagens como um lugar de uma estratégica batalha cultural” (MARTÍN-BARBERO; REY, 1999, p. 10, tradução nossa⁵⁹). Essas batalhas culturais se dão em diferentes campos e aspectos, mas podemos pensar que “as indústrias seguem controlando e administrando a economia simbólica e em benefícios de interesses cada vez mais

⁵⁹ Do original: “rescata las imagerías como lugar de una estratégica batalla cultural”.

concentrados” (CANCLINI, 2018, p. 94, tradução nossa⁶⁰). Mostrando-nos que temos que ficar atentos ao analisar o papel do YouTube, principalmente a partir de perspectivas que dizem que a plataforma simboliza uma total liberdade e controle da produção nas mãos dos usuários.

2.2 PERFORMANCES TRANS: CULTURAIS E VIADAS

Essa pesquisa tem como objetivo entender articulações entre o que estamos chamando aqui de cultura pop-mundo e performances transviadas em vídeos de paródias brasileiras de Lady Gaga no YouTube. Então, precisamos compreender melhor o que tomamos como performances transviadas e performances transculturais. A ideia de performance nos parece potente para essa pesquisa porque, se tomada enquanto um conceito metodológico, nos ajuda a acessar questões que dizem tanto da ordem das identidades e subjetividades de indivíduos e grupos sociais quanto da ordem material dessas expressões, que nesta pesquisa se materializa a partir dos vídeos de paródias no YouTube. Reconhecemos a existência de um campo de estudos das performances (*Performance Studies*) que desenvolve discussões aprofundadas sobre o que seriam as performances, como se organizam e como se expressam e por que importam. Reconhecemos também que, no campo da Comunicação no Brasil, essa noção vem ganhando espaço, principalmente entre autores dos estudos de som e música e dos estudos de plataformas digitais. Nesse contexto, “o cerne do debate em torno da performance, no campo da Comunicação, é a ideia de incorporação, repetição, reiteração. Gestos habitam corpos, acionam memórias, colocam em perspectiva experiências. O que o corpo torna visível?” (AMARAL; SOARES; POLIVANOV, 2018, p. 70).

Amaral, Soares e Polivanov (2018), ao desenvolverem uma espécie de mapeamento das abordagens do conceito de performance por pesquisadores no Brasil na área de Comunicação, identificam um estatuto interdisciplinar desses estudos, levando-nos a compreender que “as diferentes articulações e fenômenos relacionados à performance constituem um campo do saber e que requer métodos próprios na especificidade dos seus objetos” (AMARAL; SOARES; POLIVANOV, 2018, p. 66). Dentre os autores estrangeiros que se mostraram referência nesses estudos, está Diana Taylor, pesquisadora mexicana que desenvolve seu trabalho intelectual nos Estados Unidos da América, e reconhece a importância de pensar a

⁶⁰ Do original: “Las industrias siguen controlando y administrando la economía simbólica y en beneficio de intereses cada vez más concentrados”.

performance a partir de contextos além dos eurocêntricos, reivindicando a atualização do conceito a partir da história da América Latina.

Em outras abordagens vindas do campo de estudos na França “‘performance’ deriva de ‘parfournir’, que significaria ‘fornecer’, ‘completar’, ‘executar’, na concepção resgatada pelo antropólogo Victor Turner. Sob esta alcunha, a performance aparece sob a noção de visualidade, execução” (AMARAL; SOARES; POLIVANOV, 2018, p. 66). Os autores ainda recuperam o sentido da palavra performance no contexto de língua inglesa e observam que por lá a ideia de performance estava sempre ligada à avaliação teatral, um sentido que se mantém hoje em dia, e que se espalha para outros campos como o dos negócios, esportes e política, por exemplo.

Nesse sentido, o autor canadense Erving Goffman é uma das principais referências por desenvolver uma teoria da performance teatral no cotidiano, onde as pessoas se apresentariam de determinados modos dependendo do cenário e de quem estivesse participando, mesmo que diante de possíveis falhas ou rupturas. “Termos como ‘fachada’, ‘cenário’, ‘atores’, ‘personagens’, ‘papéis’, ‘espetáculo’ e mesmo ‘performance’ são utilizados pelo autor para dar conta das dinâmicas de autoapresentação dos sujeitos em diferentes contextos sociais” (AMARAL; SOARES; POLIVANOV, 2018, p. 67). Os autores mostram ainda que no contexto latino-americano a palavra “performance” carrega essas incongruências do sentido que vêm do inglês, mas reconhecem a potência do conceito para pensar questões da nossa realidade.

Para esta pesquisa, interessa-nos pensar performance a partir da questão: como compreender os aspectos transculturais e transviados de paródias brasileiras de Lady Gaga no YouTube a partir das performances? Dito isso, iremos tratar de performances a partir de um grupo de autores, mas principalmente, Diana Taylor e Richard Schechner. Fazemos esse recorte por entender que as abordagens de performance enquanto comportamento restaurado e de performance transcultural, desenvolvidas de formas diferentes porém complementares por ambos os autores, nos ajudam a articular a materialidade dos vídeos com as questões de identidades que nos propomos a olhar. Mas, então, o que seriam performances e por que elas dizem sobre a nossa questão?

Diana Taylor (2013) afirma que existem duas dimensões da performance que devem ser compreendidas, a primeira é a sua dimensão ontológica. “Dizer que algo *é* uma performance significa fazer uma afirmação ontológica, embora localizada. O que uma sociedade considera uma performance poderia ser considerado um não evento em outra”⁶¹ (TAYLOR, D., 2013, p. 27, grifo da autora). Mas, a autora reconhece que entende alguns itens como performance: “obediência cívica, resistência, cidadania, gênero, etnicidade e identidade sexual, por exemplo, são ensaiados e performatizados diariamente na esfera pública” (TAYLOR, D., 2013, p. 27) e, dessa forma, as performances também funcionam como uma epistemologia. Isso é importante para que reconheçamos as diversas facetas do que chamamos de performance, e porque nos mostra a articulação essencial para o entendimento da nossa questão sobre performar identidades sexuais, etnicidades e gêneros em paródias.

Compreendemos que a cultura pop-mundo compartilha uma vivência global que é reescrita de formas distintas localmente, ou seja, “os sujeitos com quem convivemos, especialmente entre as novas gerações, percebem e assumem o relacionamento social como uma experiência que passa basicamente por sua sensibilidade, sua corporeidade” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 13, tradução nossa⁶²). Essa articulação entre performance e experiência cotidiana nos parece importante porque nos indica caminhos para compreendermos como essas expressões audiovisuais do YouTube se mostram enquanto modos de vida e formas de vivenciar as opressões do mundo atual. Martín-Barbero chama em causa, assim, que as performances são “aquelas ‘artes em ação’ que, deixando os espaços e tempos da arte em letras maiúsculas, retrocedem lembranças e expressões culturais, para mostrar que elas, mais que produtos, são experiências que reúnem memória e invenção” (MARTÍN-BARBERO, 2010b, p. 16, tradução nossa⁶³). Interessa-nos pensar então como “performances, como dimensão de apreensão da experiência, relacionam-se às convenções, práticas repetidas que constituem rituais, situações, narrativas, identidades e novos padrões” (CARDOSO FILHO; GUTMANN, 2019, p. 108-109)⁶⁴.

⁶¹ Schechner também ressalta a importância de se pensar contextos quando se analisa performances.

⁶² Do original: “Los sujetos con los que vivimos, especialmente entre las nuevas generaciones, perciben y asumen la relación social como una experiencia que pasa básicamente por su sensibilidad, su corporeidad”.

⁶³ Do original: “esas ‘artes en acción’ que, saliéndose de los espacios y tiempos del Arte con mayúscula, ponen de revés las memorias y expresiones culturales, al evidenciar que ellas, más que productos, son experiencias que reuntan memoria e invención”.

⁶⁴ O objetivo dessa pesquisa não é adentrar o campo da estética e discussões sobre a ideia de experiência estética. Para mais informações sobre esse tema, sugerimos a leitura de Cardoso Filho e Gutmann (2019) que trabalham o objetivo de articular o conceito de performance como um modo de avaliar e analisar experiências estéticas. “Nossa hipótese é que a experiência estética pode ser apreendida a partir do exame das performances, isto é, as

Partindo daí, entendemos, então, que as performances nos servem como um caminho de acessar certas articulações da vida vivida e de expressões de subjetividade, conectando os pensamentos de Schechner e Taylor⁶⁵. Algo que é compartilhado pelos autores é o pressuposto e desenvolvimento de que performances seriam comportamentos restaurados. Schechner (2013) vai explicar as diferenças entre o ser, fazer e performar. Para o autor, ser é a existência em si, o fazer é uma atividade de tudo aquilo que existe e performar seria o “mostrar fazer”, explicar esse mostrar fazer seria o papel dos estudos de performance. O autor define o comportamento restaurado como “ações físicas, verbais ou virtuais que não são a primeira vez que são preparadas ou ensaiadas. Uma pessoa pode não estar ciente de que está realizando um comportamento restaurado. Também conhecido como comportamento duas vezes comportado” (SCHECHNER, 2013, p. 29, tradução nossa⁶⁶). Dessa forma, para o autor, performances marcam identidades, contam histórias, dobram o tempo e adornam o corpo; sendo assim, performances nas artes, em rituais, ou na vida cotidiana são todos comportamentos restaurados, que treinamos e ensaiamos para realizá-los (SCHECHNER, 2013).

Para Schechner, performance não está em “um objeto”, mas existe apenas como ações e interações. “Tratar qualquer objeto, trabalho ou produto 'enquanto' performance – uma pintura, um romance, um sapato ou qualquer coisa – significa investigar o que o objeto faz, como ele interage com outros objetos ou seres e como se relaciona com outros objetos ou seres” (SCHECHNER, 2013, p. 30, tradução nossa⁶⁷). O autor nos convoca a olhar a relação que as performances trazem à tona, que é não somente o texto ou a atividade de recepção, mas justamente a interação. “As performances, então, se revelam como uma espécie de forma-força (e não meramente a representação de uma ação) que indicam tanto as matrizes convencionais da ação quanto seus desvios disruptivos em determinados acontecimentos” (CARDOSO FILHO; GUTMANN, 2019, p. 109). Isso nos encoraja a pensar as performances

desestabilizações das performances sociais convencionais podem indicar o acontecimento de experiências estéticas” (CARDOSO FILHO; GUTMANN, 2019, p. 106).

⁶⁵ Diana Taylor foi orientanda de Richard Schechner e coordena um programa sobre estudos de performance na Universidade de Nova York.

⁶⁶ Do original: “restored behavior: physical, verbal, or virtual actions that are not-for-the-first time; that are prepared or rehearsed. A person may not be aware that she is performing a strip of restored behavior. Also referred to as twice-behaved behavior”.

⁶⁷ Do original: “To treat any object, work, or product ‘as’ performance – a painting, a novel, a shoe, or anything at all – means to investigate what the object does, how it interacts with other objects or beings, and how it relates to other objects or beings”.

transculturais e transviadas de brasileiros a partir de produtos de Lady Gaga no YouTube como lugares materiais para vermos convenções, mas também disrupções. O objetivo é entender onde existe reiteração de um modelo de heteronormatividade, ou onde podemos ver resistência e quais as nuances presentes nesses materiais. Tudo isso nos mostra como a cultura pop-mundo revela também lugares de resistência (e não só cooptação como alguns pensadores defendem).

Performances como comportamentos restaurados também nos levam a pensar nas especificidades dessas performances corporificadas. Schechner (2013) nos diz que, mesmo que no nível teórico possamos chamar performances de comportamento restaurado de uma forma generalizada, cada performance corporificada é específica e distinta. Para o autor, qualquer ação pode ser considerada enquanto performance, mas nada é performance por si só, é necessário que existam códigos culturais que permitam seu reconhecimento enquanto performance. Mais uma vez a importância do contexto se apresenta.

Nessa mesma perspectiva, Diana Taylor (2013), ao pensar sobre performances a partir das ideias de Schechner, as define como atos de transferências vitais, que reconfiguram (nas palavras da autora, “transmitem”) conhecimento, memória e identidade através dos comportamentos restaurados. Para a autora, é preciso ficar explícito, no entanto, que a performance “não envolva necessariamente comportamentos miméticos” (TAYLOR, D., 2013, p. 29). Ao falar de reiteração ou restauração a ideia não é falar de imitação ou cópia. Performar é criar, mesmo que seja a partir de códigos ou comportamentos já realizados previamente. Isso vai ser essencial para quando pensarmos nas paródias no próximo subitem.

Para Taylor (2013), a possibilidade de pensar as performances enquanto transmissão e sistema de aprendizagem é o que faz os estudos de performances serem um importante caminho para a desestabilização do que entendemos enquanto “conhecimento”⁶⁸. Essa desestabilização nos interessa na medida em que tomamos nosso material de análise enquanto performances transculturais, pois não se configuram nem como construções hegemônicas da cultura pop global e nem como suposta genuína expressão cultural popular brasileira. Para a autora, as performances formam repertórios que transmitem conhecimento e criam memórias e isso forma um sentimento de identidade social. Ao pensar sobre os vídeos de paródias no

⁶⁸ Isso nos faz lembrar do que os envolvidos no início do CCCS tinham em mente ao começar a pensar de forma multidisciplinar, sem se ligar a apenas uma área definida do considerado conhecimento científico.

YouTube poderíamos então entendê-los como um lugar onde se aprende sobre gêneros e sexualidades, onde aprendemos como se consome música e sobre o que é o pop ou o que é ser fã. As performances desestabilizam, assim, a noção de um conhecimento basilar cristalizado da ciência pura, justamente porque nos mostram que aprendemos e nos expressamos de formas plurais, que não se limitam somente à forma escrita, como defendeu Martín-Barbero ao longo de sua trajetória acadêmica.

E qual a importância de falarmos de performances transculturais? Essa é uma ideia desenvolvida principalmente por Taylor e que nos parece essencial para pensarmos paródias de expressões da cultura pop-mundo reapropriadas no Brasil.

Cunhado em 1940 pelo antropólogo e cubano Fernando Ortiz, o termo transculturação denota o processo transformativo por que passa uma sociedade na aquisição de material cultural estrangeiro – a perda ou o deslocamento da cultura de uma sociedade devido à aquisição ou imposição de material estrangeiro, bem como a fusão do indígena e do estrangeiro para criar um produto novo e original (TAYLOR, D., 2013, p. 144).

Para a autora existem movimentos epistemológicos diferentes na apropriação do termo transculturação em detrimento de outros também amplamente utilizados pela antropologia e sociologia, como hibridização (usado por Canclini) e mestiçagem (usado por Martín-Barbero). “Enquanto a mestiçagem conta uma *história* de dominação, estupro e reafirmação, o hibridismo conota um *processo* de categorização social” (TAYLOR, D., 2013, p. 154, grifos da autora). Assim, a autora defende que se utilizar desses termos para falar das trocas e dominações e resistências culturais entre países é reforçar uma linguagem que carrega em si o peso de tratar dessas violências de forma pejorativa. Para Taylor, então, falar de transculturação é possibilitar a compreensão dessas trocas a partir de performances que não são absolutas, mas se deslocam através dos processos de interação. “A transculturação envolve um processo em três fases, que consiste na aquisição de novo material cultural de uma cultura estrangeira, a perda ou o deslocamento de si próprio e a criação de novos fenômenos culturais” (TAYLOR, D., 2013, p. 157).

Quando abordamos paródias de Lady Gaga no Brasil, existe um processo complexo de produção cultural estadunidense que ao ser consumida em outros países cria deslocamentos e ressignificações para a criação de novos materiais locais. Esses produtos são consumidos de diferentes e desiguais formas no Brasil e são reapropriados e ressignificados de diversas formas, uma delas a partir das paródias no YouTube. A partir daí, são criados outros produtos

por quem consome essas paródias e isso vai gerando uma rede de criação e consumo que não se limita a nacionalidades, línguas ou somente aos fãs da cantora. Taylor sustenta que, quando estamos falando desses processos transculturais, não estamos nos referindo a cópias ou sínteses do que é recebido de fora. “O teatro latino-americano, segundo Rama, não se apropriou do musical da Broadway. O que foi apropriado foram as técnicas absurdas, grotescas e fragmentadas que refletem uma percepção da realidade caótica da América Latina” (TAYLOR, D., 2013, p. 158).

Ou seja, as paródias brasileiras de Lady Gaga não são simplesmente uma tentativa de imitar a artista e seus figurinos extravagantes ou seus videoclipes milionários, mas são formas de expressar identidades. E é importante reter a ideia de que a transculturação não altera somente quem consome, mas funciona como uma via de mão dupla, uma vez que os países produtores também são afetados por esses produtos que se criam a partir de suas criações. “As fricções entre o ‘enredo’ e o personagem (no nível da narrativa) e a incorporação (atores sociais) fazem surgir alguns dos exemplos mais notáveis de paródia e resistência nas tradições de performance das Américas” (TAYLOR, D., 2013, p. 63). Pelos Estudos Culturais, podemos associar esses pensamentos aos de Edward Said (1999), que desenvolve uma compreensão sobre a relação entre países colonizados e colonizadores. Para o autor, o processo de colonização não foi pacificado, justamente, por haver resistências. E ao resistir à dominação são criados deslocamentos tanto na cultura colonizada quanto na do colonizador, demonstrando que as relações de poder são construídas a partir de linhas múltiplas. Retomando o sentido da cultura enquanto uma constante batalha.

Personas e personagens como Saullo Berck, Romagaga, Las Bibas, Diogo Paródias e VakaLoka, como veremos no capítulo seguinte, são exemplos de como essas paródias de Lady Gaga no Brasil se configuram a partir de valores múltiplos que partem de produtos culturais estrangeiros e transbordam para memes, sátiras, manifestações e reafirmações identitárias que não estão necessariamente presentes no material de Gaga, mas são ressignificados a partir dos valores daqui. Por isso, nosso esforço de pensar as paródias a partir de um entendimento que não seja entre original e cópia, americanizado ou abrazeirado. As relações transculturais nos colocam em um lugar mais confortável de pensar os processos de interação dessas performances com outros materiais culturais. Entender esses processos a partir da ideia de transculturação é importante para Taylor porque deixa ver relações que não seriam possíveis pensando um processo de dominação e aculturação realizado pela

globalização, por exemplo. “Todavia, lembra-se da necessidade de cimentar a centralidade de sua posição como Ocidente ao criar e congelar o não ocidental como sempre outro, ‘estrangeiro’ e impossível de conhecer” (TAYLOR, D., 2013, p. 39). Refletir sobre essas performances transculturais permite-nos deslocar esses locais de centralidade do poder. Não para confirmar que processos de dominação não existem, mas que não são totalitários e monolíticos.

Nesse sentido, a ideia de performance é um caminho possível para abordarmos as identidades incorporadas e suas articulações. Taylor compreende que, quando falamos de performances, estamos acessando nuances que dizem da conexão entre o global e o local, entre mercado e valores do popular, mas também do corpo. “O gênero tem impacto em como esses corpos participam, do mesmo modo que a etnicidade [...] Vou sugerir, aqui, a impossibilidade de separar esses três: memória cultural, raça e gênero” (TAYLOR, D., 2013, p. 134). Isso é de extrema importância para tratarmos das diferentes relações envolvidas nas performances de gêneros e sexualidades. E reconhecer também que as identidades “dos sujeitos são agora formadas em processos interétnicos e internacionais, entre fluxos produzidos por tecnologias e corporações multinacionais; trocas financeiras globalizadas, repertórios de imagens e informações criadas para serem distribuídas por todo o planeta” (CANCLINI, 2004, p. 161, tradução nossa⁶⁹).

E se conseguimos analisar as paródias enquanto performances transculturais porque se conectam a diferentes culturas e expressam valores da ordem do local, faremos o exercício de pensar a mesma relação com uma ideia de “transviado”, que, como vamos explicar a partir de agora, se relaciona com um entendimento do que seria o *queer*, pois “assim como os gays que recuperam o termo ‘queer’, mais de alguns radicais usaram o mimetismo colonial para subverter, desafiar e derrubar as autoridades” (SCHECHNER, 2013, p. 288, tradução nossa⁷⁰). Uma questão então se coloca pra nós: como pensar essas diferentes identidades de gênero e sexuais dissidentes no contexto transcultural das paródias brasileiras? Em pesquisa anterior já havíamos visto articulações (CRUZ, 2016) entre essas identidades e a cultura pop, mas aqui, esse problema se coloca de forma mais latente. Obviamente já existe uma extensa

⁶⁹ Do original: “de los sujetos se forman ahora en procesos interétnicos e internacionales, entre flujos producidos por las tecnologías y las corporaciones multinacionales; intercambios financieros globalizados, repertorios de imágenes e información creados para ser distribuidos a todo el planeta”.

⁷⁰ Do original: “As with gays recuperating the term ‘queer,’ more than a few radicals used colonial mimicry to subvert, challenge, and overthrow the authorities”.

bibliografia, tanto brasileira quanto estrangeira, que explora o tema das sexualidades e de gênero e isso já nos dá um material rico para entendermos a questão. Mas algumas ressalvas precisam ser feitas para nossa pesquisa.

O entendimento de identidade por Canclini é um primeiro passo nessa compreensão porque nos mostra como pensar questões identitárias só nos é produtiva ao articulá-las pelas interações e relações. “Sendo uma história que constantemente reconstruímos, que reconstruímos com os outros, a identidade também é uma coprodução” (CANCLINI, 1995, p. 114, tradução nossa⁷¹). Compreender a homossexualidade e a transexualidade implica compreender também a heterossexualidade e a cisgeneridade. Isso porque “a homossexualidade tira seu significado (em parte ou na totalidade) de sua relação constitutiva com a heterossexualidade. Os desempenhos paródicos operam de dentro do sistema, não de uma posição externa” (LLOYD, 1999, p. 206, tradução nossa⁷²).

Autores e autoras da Teoria *Queer* são essenciais para compreendermos essas interações e diferenças. E há pontos em comum nas perspectivas dos estudos culturais e da Teoria *Queer*: “Há, então, uma postura queer e uma apropriação dos Estudos culturais que vão ao encontro uma da outra e que defendem a compreensão da identidade como um processo de identificação e desidentificação: inacabada, em andamento, marcada pela diferença” (TOMAZETTI; MARCONI, 2017, p. 577). Esse entendimento nos faz avançar na afirmação das diferenças que se mostram importantes para pensar performances transviadas do pop-mundo no contexto brasileiro. Já deixando claro que “o termo queer não é sinônimo de gay ou homossexual porque cada um tem diferentes trajetórias teleológicas, ontológicas e epistemológicas” (VITERI; SERRANO; VIDAL-ORTIZ, 2011, p. 48, tradução nossa⁷³).

Dessa forma, é interessante notar que temas sobre sexualidade e gênero já foram extensamente cobertos nas áreas das ciências sociais aplicadas e na Comunicação, mas que se desenham a partir de diferentes epistemologias e podem ser recuperados sob diversas visadas. A Teoria *Queer* é uma corrente de estudos que engloba pesquisadoras e pesquisadores para tratar de questões sobre gêneros e sexualidades dissidentes. Concordamos com Borba (2014,

⁷¹ Do original: “Al ser un relato que reconstruimos incesantemente, que reconstruimos con los otros, la identidad es también una coproducción”.

⁷² Do original: “homosexuality takes its meaning (in part or in full) from its constitutive relation with heterosexuality. Parodic performances operate from within the system, not from a position outside”.

⁷³ Do original: “De modo que el término queer no es un sinónimo de gay o de homossexual pues cada uno tiene diferentes trayectorias teleológicas, ontológicas y epistemológicas”.

p. 444) quando ele diz que: “Utilizo o plural (Teorias *Queer*) para salientar, seguindo Donald E. Hall (2003) que ‘não há uma ‘teoria *queer*’ no singular, apenas muitas vozes diferentes e por vezes sobrepostas, por vezes perspectivas divergentes que podem ser chamadas de ‘teorias *queer*’”. Ou seja, não há apenas um modo de pensar as questões trazidas aqui, elas perpassam diferentes disputas que não precisam ser apaziguadas. A própria disputa diz sobre esses processos, pois as teorias fazem parte da realidade na qual elas se debruçam. “Quando removidos do contexto da enunciação, e sem dar atenção suficiente à singularidade de cada corpus teórico, sempre corremos o risco de obscurecer a densidade de proposições *queer*, que exigem movimento auto-reflexivo contínuo e intenso” (PEREIRA, 2019, p. 31, tradução nossa⁷⁴).

Já tomando uma primeira disputa em destaque, o próprio uso da palavra *queer* ou das teorias *queer* para pensar o contexto brasileiro nos coloca em uma situação de tensionamento em relação ao que propomos. Como interpretar a realidade brasileira a partir dessas teorias se o próprio termo *queer* parece não ter sentido quando pensamos as diferentes realidades no Brasil? A forma como essas construções se dão nos EUA ou na Europa, de onde a maioria dos pensadores e pensadoras vieram, tem relação com nosso contexto? Berenice Bento (2015), uma das pesquisadoras mais importantes no contexto brasileiro para pensar as diferentes nuances das teorias *queer*, diz que não.

Qual a potência do *queer* na sociedade brasileira? Nenhuma. Se eu falo transviado, viado, sapatão, traveco, bicha, boiola, eu consigo fazer com que meu discurso tenha algum nível de inteligibilidade local. O próprio nome do campo já introduz algo de um pensamento colonizado que não me agrada de jeito nenhum. Nos meus textos, eu começo falando de estudos/ativismo transviados, abro aspas e digo ‘tradução cultural (idiossincrática) para teoria *queer*’ e sigo (BENTO, 2015, p. 147).

Bento (2017) desenvolve a perspectiva de que os estudos e ativismos *queer* conseguiram uma adesão forte na Academia brasileira, e tem uma grande importância para o desenvolvimento de um pensamento sobre gênero e sexualidade no país. O objetivo da autora, e dessa pesquisa também, não é descartar ou dizer que o que foi desenvolvido em outros países não faz sentido para nós brasileiros, mas problematizar alguns preceitos que não podem necessariamente ser encaixados no contexto e realidades do Brasil. “Se eu perguntar para qualquer pessoa no Brasil ‘você é queer?’, provavelmente escutarei ‘O que é queer?’” (BENTO, 2017, p. 247). A

⁷⁴ Do original: “When removed from the context of enunciation, and without giving sufficient attention to the singularity of each theoretical corpus, we always run the risk of clouding over the density of *queer* propositions, which require continuous and intense self-reflective movement”.

autora explica que o termo *queer*, no contexto estadunidense, faz sentido porque lá ele é utilizado como ferramenta de luta política ou agressão. Ela questiona: “Qual a disputa que se pode fazer com o nome “queer” no contexto brasileiro? Nenhuma” (BENTO, 2017, p. 248). Por isso, para o Brasil, a autora adota o termo transviado ou estudos transviados para falar sobre questões de gêneros e sexualidades. Para ela

Ser um transviado no Brasil pode ser ‘uma bicha louca’, ‘um viado’, ‘um travesti’, ‘um traveco’, ‘um sapatão’. Talvez não tivéssemos que enfrentar o debate da tradução cultural se reduzíssemos os estudos transviados ao âmbito (muitas vezes) bolorento da academia, transformando-o em um debate para iniciados, mas aí seria a própria negação desse campo de estudos que nasce com o ativismo, tensiona os limites do considerado normal e abre espaço para uma práxis epistemológica que pensa novas concepções de humanidade (BENTO, 2017, p. 249).

Mesmo adotando a referência ao termo transviado, para falar das performances dissidentes de gêneros e sexualidades presentes nas paródias de Lady Gaga no YouTube, seguimos Bento quando ela também discute os limites e disputas que surgem com essa utilização terminológica. A autora defende que, ao nomear e trabalhar esses estudos a partir do termo transviado, poderíamos cair na essencialização das identidades, algo contraditório com a própria proposta desses estudos. “Os movimentos sociais (mulheres, gays, lésbicas e, podemos incluir, os negros), hegemonicamente, alimentam a máquina do biopoder do Estado ao demandar políticas específicas para corpos específicos, retroalimentando a noção de identidades essenciais” (BENTO, 2017, p. 249). A autora ressalta ainda a importância de se diminuir a distância entre as pesquisas acadêmicas e os movimentos sociais para que essas barreiras sejam disputadas a partir de lugares mais comuns e de formas mais próximas entre as partes. “Depois de quase 15 anos do meu encontro com esses estudos, ainda escuto com frequência: ‘Queer o quê?’” (BENTO, 2017, p. 250).

Assim, assumimos, nesta pesquisa, o termo “transviado” não como uma forma classificatória, substitutiva ou tradutora do termo *queer*, mas como um gesto epistemológico de compreensão de identidades sexuais e de gênero dissidentes que se apresentam performatizadas nas paródias que analisamos. “As ideias de ‘importação’ ou ‘exportação’, ‘transplante’ ou ‘adaptação’ não são adequadas para falar sobre o queer, porque isso, por si só, é o resultado de processos semelhantes em relação a outros conhecimentos e, portanto, não possui um cânone para replicar ou preservar” (VITERI; SERRANO; VIDAL-ORTIZ, 2011, p. 54,

tradução nossa⁷⁵). Dessa forma, reafirmamos a importância de pensar sobre esse tema no Brasil e entender que isso diz sobre como a nossa sociedade se organiza e estabelece regras e jogos de vivência e opressão.

Ríos (2011) também argumenta que tentar latino-americanizar a teoria *queer* é problemático e que essas tentativas falham ao não reconhecerem as diferentes opressões que marcam as relações de gênero e sexualidades nessa região. “Mas isso também falha em reconhecer a intensidade e a força das resistências: resistência negra, pobre, mulher, indígena, mestiça” (RÍOS, 2011, p. 121, tradução nossa⁷⁶). Nossa intenção é abordar gêneros e sexualidades de uma forma que não deixe de entender as diferentes relações identitárias que as materialidades nos mostram. Como já tínhamos dito com Taylor (2013), trabalhar com o conceito de performance é entender raça, gênero e memória cultural de formas imbricadas. “Estudar o gênero implica um duplo processo: um entendimento do modo como se estruturam os processos assimétricos do eixo de dominação gênero e, por outro lado, uma leitura que compagina o modo como o gênero se intersecta” (OLIVEIRA; AMÂNCIO, 2017, p. 6).

Apesar disso, Berenice Bento não rejeita as ideias propostas por alguns teóricos *queers* e reconhece pontos de aproximação para compreender questões do Sul Global. A autora aponta cinco questões de aproximação e acordo no trabalho das teorias *queer*. Todas essas aproximações são de extrema importância para pensarmos as questões que vamos tratar e para compreender os fenômenos aqui analisados. Elas são:

1. desnaturalização das bioidentidades (coletivas e individuais);
2. ênfase nas relações de poder para interpretar as estruturas subjetivas e objetivas da vida social;
3. permanente problematização das binariedades;
4. prioridade à dimensão da agência humana;
5. crítica ao binarismo de gênero (masculino versus feminino) e sexual (heterossexual versus homossexual) (BENTO, 2017, p. 247).

Afirmamos, assim, que a identidade de gênero não pode ser compreendida apenas pelos termos biológicos que a compõem, mas a partir deles, abarcando outros processos que seriam mais relevantes e importantes para analisar essas questões. Como, por exemplo, entender que não existe uma separação entre sexo e gênero na compreensão das relações sociais. “Já vimos que a separação entre gênero e sexualidade só faz sentido para explicar, de modo didático,

⁷⁵ Do original: “Por ello, las ideas de ‘importación’ o ‘exportación’, ‘transplante’ o ‘adaptación’ no son adecuadas para hablar de lo queer, pues éste, en sí mismo, es resultado de procesos similares con respecto a otros conocimientos y por ende, no tiene un canon a replicar o preservar”.

⁷⁶ Do original: “Pero que falla también en reconocer la intensidad y la fuerza de las resistencias: resistencia negra, pobre, mujer, india, mestiza”.

essas duas dimensões de nossas identidades. Nas nossas vidas concretas, nossos gêneros são sexualizados e nossos sexos são generificados” (COLLING, 2018, p. 41). Os dois âmbitos aparecem sempre de forma articulada e não podemos fazer a cisão na sua compreensão, por isso, entendemos que as performances transviadas ganham ainda mais potência. Colling (2018) trabalha a ideia do sexo generificado e do gênero sexualizado a partir dos trabalhos da pesquisadora e filósofa estadunidense Judith Butler. A autora diz que a sociedade determina gênero pelo sexo, mas ninguém pode garantir que uma mulher de fato tenha um sexo entendido como feminino. “Através do pensamento de Butler, podemos concluir que pensar o gênero como algo determinado pelo sexo é uma operação que exclui, de forma violenta, uma série de outras identidades de gênero, em especial as travestis, transexuais e outras identidades trans” (COLLING, 2018, p. 28).

E pensar gênero e sexualidade nos leva para a discussão sobre performance por nos fazer discutir sobre como essas identidades se apresentam ao mundo em todas as suas contradições, reproduções e fissuras. Assim, uma das formas de tratar dessas questões é através do entendimento de que os gêneros são performatizados no dia a dia e “feminilidade e masculinidade, portanto, seriam ‘desempenhos culturais’ em que a ideia de naturalidade seria constituída por meio de atos performativos limitados pelo discurso criando um efeito de ‘natural’, inevitável” (EVANGELISTA; SOARES; XAVIER, 2016, p. 96). Um dos ganhos de abordar identidades de gênero enquanto performances é que podemos compreender que essas identidades não são estanques, elas se transformam, se reiteram, se contradizem e nos deixam ver onde e quando elas se mostram inteiras, mas na verdade estão revelando suas “falhas” e ruídos “e são nestes pequenos espaços que habitam a possibilidade de mudança da sociedade” (BENTO, 2015, p. 146).

Parece-nos importante reiterar que entender os gêneros enquanto performances nos remete à ideia de Schechner e Taylor de comportamentos restaurados. “Entender que o gênero não é uma propriedade de indivíduos, que não há alguém que faz seu gênero ou tampouco alguém que é seu gênero; significa compreender que o gênero se faz a todo o tempo, em nossas ações reiteradas pelas práticas cotidianas” (JESUS, 2018, p. 58). Nesse sentido, a ideia das performances em articulação ao contexto se torna essencial, pois, somente a partir de certos valores e desigualdades que fazem sentido algumas convenções ou distorções de gêneros. “As performances de gênero são reguladas por estruturas rígidas que delimitam suas possibilidades, como a heterossexualidade compulsória, a binaridade de gênero e os discursos

que as sustentam” (JESUS, 2018, p. 59). Não que isso signifique que não haja possibilidades de dissidências, que é o que vamos analisar no capítulo seguinte dessa dissertação a partir das paródias brasileiras de Lady Gaga. Ou seja: não existe “uma modalidade única de incorporação que represente a heteronormatividade ou a transviadagem. Antes, há abertura, fluidez, fluxo; uma possibilidade infinita de des-determinação e recitação com 're' entendida como repetição e como uma citação diferente” (LLOYD, 1999, p. 197, tradução nossa⁷⁷).

Judith Butler é a maior referência dentro das teorias *queer*, principalmente por ter desenvolvido um estudo aprofundado sobre performances e performatividade de gênero. “Atos performativos são modalidades de discurso autoritário: a maioria deles, por exemplo, são afirmações que, quando enunciadas, também incorporam uma ação e exercem um poder vinculativo” (BUTLER, 2002, p. 56, tradução nossa⁷⁸). Para a autora, esses atos incluem batismos, sentenças legais que não só realizam uma ação, mas concedem poder e isso está relacionado à performatividade. Associando esse entendimento sobre atos performativos e as questões de corpos e gêneros, podemos entender que esses atos causam mudanças, pois mobilizam linhas de poder que dizem sobre os valores daquele contexto. “O ato performativo causa mudança, e é essa mudança que é incômoda e perturbadora, não apenas porque altera os sujeitos que a enunciam, mas também porque introduz a possibilidade de transformação” (PEREIRA, 2019, p. 30, tradução nossa⁷⁹). Para Pereira, as multiplicidades de corpos *drags*, trans e homossexuais sinalizariam isso.

Mas, Butler relata que após seu trabalho sobre performatividade de gênero, muitas leituras que foram feitas sobre seus estudos confundiram os conceitos de performance e performatividade, o que terminou levando a análises errôneas sobre o que a autora realmente queria dizer sobre o tema. Ela explica que o mal-entendido se deu quando algumas leituras sobre o seu trabalho pressupuseram que o gênero seria uma escolha, um papel ou uma construção que se opta como se fosse uma roupa que escolhemos todas as manhãs. “Supõe-se, portanto, que existe um ‘alguém’ que precede esse gênero, alguém que vai para o guarda-roupa do gênero e decide deliberadamente que gênero será naquele dia. Esta é uma explicação

⁷⁷ Do original: “There is, thus, no single modality of embodiment that stands for straight-ness or queer-ness. Rather there is openness, fluidity, flux; an endless possibility of de-determination and re-citation with ‘re’ understood both as repetition and as a different citation”.

⁷⁸ Do original: “Los actos performativos son modalidades de discurso autoritario: la mayoría de ellos, por ejemplo, son afirmaciones que, al enunciarse, también encarnan una acción y ejercen un poder vinculante”.

⁷⁹ Do original: “The performative act causes change, and it is this change that is bothersome and unsettling, not only because it alters the subjects who enunciate it, but also because it introduces the possibility of transformation”.

voluntária do gênero sexual que pressupõe um sujeito intacto” (BUTLER, 2002, p. 63-64, tradução nossa⁸⁰). E isso, segundo ela, não seria o que a ideia de performatividade queria dizer. “Performatividade não é performance; a performatividade é o que possibilita, potencializa e limita a performance” (BORBA, 2014, p. 449-450). A ideia de performatividade é justamente a de que o discurso cria o gênero, produzindo efeitos materiais sobre corpos, mesmo que a perspectiva não seja de que o gênero seja somente discursivo. “A teoria da performatividade tenta entender como a repetição das normas, muitas vezes feita de forma ritualizada (casamentos, batismos, chá de fraldas etc), cria sujeitos que são o resultado dessas repetições” (COLLING, 2018, p. 31). Butler explica a diferença da seguinte forma:

O gênero é performativo, pois é o efeito de um regime que regula as diferenças de gênero. Nesse regime, os gêneros são divididos e hierarquicamente coercitivos. Regras sociais, tabus, proibições e ameaças punitivas agem através da repetição ritualizada de normas. Essa repetição constitui o cenário temporário de construção e desestabilização do gênero. Não há assunto que preceda e realize essa repetição das normas. Como cria um efeito de uniformidade genérica, um efeito estável de masculinidade ou feminilidade, também produz e desmonta a noção de sujeito, uma vez que esse sujeito só pode ser entendido através da matriz de gênero. De fato, podemos construir a repetição como o que desmantela a presunção do domínio voluntário que designa o sujeito na linguagem (BUTLER, 2002, p. 64, tradução nossa⁸¹).

A autora segue dizendo que não podemos, de nenhuma maneira, concluir que o gênero performado constitua algum tipo de “verdade” de gênero, pois a performatividade é justamente a repetição de normas que a precedem, então não podem ser produtos de uma vontade ou escolha. Butler vai ainda utilizar o termo paródia de gênero para falar sobre as performances que se utilizam dessa matriz de gênero para desconstruí-las como a performance *drag queen*⁸². E daí, para a autora, reduzir a performatividade à performance seria um erro, pois estão falando de coisas diferentes na relação sobre a expressão da identidade de gênero. “A performatividade, portanto, não deve ser interpretada nem como auto-expressão nem como auto-apresentação, mas como a possibilidade sem precedentes de

⁸⁰ Do original: “Se asume, por lo tanto, que hay un «alguien» que precede a este género, alguien que va al guardarropa del género y deliberadamente decide de qué género va a ser ese día. Ésta es una explicación voluntarista del género sexual que presupone un sujeto intacto”.

⁸¹ Do original: “El género es performativo puesto que es el efecto de un régimen que regula las diferencias de género. En dicho régimen los géneros se dividen y se jerarquizan de forma coercitiva. Las reglas sociales, tabúes, prohibiciones y amenazas punitivas actúan a través de la repetición ritualizada de las normas. Esta repetición constituye el escenario temporal de la construcción y la desestabilización del género. No hay sujeto que preceda y realice esta repetición de las normas. Dado que ésta crea un efecto de uniformidad genérica, un efecto estable de masculinidad o feminidad, también produce y desmantela la noción del sujeto, pues dicho sujeto solamente puede entenderse mediante la matriz del género. De hecho, podemos construir la repetición como aquello que desmantela la presunción del dominio voluntarista que designa al sujeto en el lenguaje”.

⁸² “Ao revelar que não há um original a imitar, a *drag queen* desnatura, divulgando a natureza culturalmente fabricada do gênero. Revela todo gênero como apenas uma paródia” (LLOYD, 1999, p. 198).

dar um novo significado a termos investidos de grande poder” (BUTLER, 2002, p. 76, tradução nossa⁸³).

Outra crítica sofrida por Butler foi a respeito da questão do corpo. Para muitos teóricos e pesquisadores, o pensamento discursivo sobre gênero e o pensamento performativo sobre essas expressões deixaram de lado a materialidade que se daria através do corpo. De acordo com eles, não adianta falar sobre identidades de gênero e sexualidades se não nos atermos às questões materiais e, portanto, corporais que elas suscitam, pois é no corpo que elas se expressam, é no corpo que sentimos a dor e as marcas das violências físicas e do extermínio de vivências de gênero dissidentes. Retomamos aqui a perspectiva de Taylor (2013) e a própria perspectiva de Butler a respeito da questão do corpo, para reforçar o entendimento sobre as performances incorporadas. Entender essas materialidades é como conseguimos pensar nas performances transviadas também como atos de transferência que constituem conhecimento e criam memórias sobre as diversas maneiras do que é ser transviado no Brasil.

Dessa forma, “entender que o sexo e o corpo são efeitos discursivos não implica negar a existência da carne, do sangue, da dor, mas, sim, considerar que a materialidade do corpo e sua significação cultural são inextricavelmente imbricadas” (BORBA, 2014, p. 450). A própria Butler retoma o tema do corpo e da materialidade dessas performances em trabalhos posteriores para reafirmar que, ao pensar discursivamente sobre performatividade e performances de gênero, ela não estaria negando a materialidade do discurso, até por compreender que o discurso se materializa em diversos âmbitos, o corpo sendo um deles. Butler argumenta, então, que o gênero não pode ser descrito como uma propriedade de um indivíduo, como uma essência refletida, mas “algo que se faz em nossas ações cotidianas, um efeito pragmático de um amálgama de recursos semióticos (língua, entonação, tom de voz, o que/como se fala, roupas, cores, texturas, cortes de cabelo, posições corporais etc.) usados localmente para este/a interlocutor/a aqui e agora” (BORBA, 2014, p. 448). A suposta “naturalização” que temos quando pensamos nos gêneros é justamente essa performance reiterada e repetida incessantemente, mas que pode ser pensada também enquanto paródia de gênero, performances que se copiam, se modificam e se alteram a todo instante.

⁸³ Do original: “La performatividad, pues, no debe interpretarse ni como autoexpresión ni como autopresentación, sino como la posibilidad inédita de dotar de nuevo significado unos términos investidos de gran poder”.

Reforçamos, então, que estamos vendo as paródias brasileiras de Lady Gaga no YouTube enquanto performances transviadas e transculturais que conectam materiais distintos a partir de entendimentos sobre corpos, gêneros e sexualidades dissidentes. Percebemos, assim, como essas performances nos mostram relações que são múltiplas para compreendermos identidades de gênero e sexuais pelas paródias da cultura pop-mundo. A partir de Diana Taylor conseguimos compreender a potência da noção de performance enquanto um ato de transferência de conhecimento e memória cultural, além da relação com a transculturalidade como um processo complexo de interação entre culturas. Aliando ainda a noção de comportamento restaurado de Richard Schechner podemos resgatar o sentido das performances como um modo de nos mostrarem os lugares onde essas repetições falham, ou não são bem-sucedidas, porque são nas fissuras que podemos fisgar momentos de transformação. Entendemos também que, na discussão de Butler sobre performatividade e performances de gênero, estamos articulando a ideia da autora de que uma não pode ser entendida sem a outra, então, quando acionamos o conceito de performances transviadas, estamos entendendo que essas performances estão conectadas à ideia de performatividade, mesmo que elas sejam mais difíceis de identificar, por terem se tornado invisíveis com a normatividade.

2.3 PARÓDIAS: VESTÍGIOS ESPAÇO-TEMPORAIS

Chegamos, então, às paródias, tomadas como dimensões materiais dessa pesquisa pelas quais analisamos articulações entre performances transculturais e transviadas com a cultura pop-mundo a partir de Lady Gaga. Escolhemos as paródias por serem formas culturais estabelecidas no YouTube e terem uma ligação explícita com ambas as esferas que gostaríamos de articular nessa pesquisa: o âmbito de expressão na relação com produtos da cultura pop-mundo e expressões do âmbito identitário que dizem sobre performances de gêneros e sexualidades dissidentes. Interessa-nos perceber como as paródias podem nos auxiliar a pensar o contexto brasileiro de forma desestabilizada em relação a tempos e espaços. Para Martín-Barbero

O escopo cultural e político na América Latina de suas formas muito peculiares de resistência e reapropriação da modernidade se manifesta na zombaria e na ironia, na dissimulação e paródias pelas quais as histórias de nossas ficções ordenam as sequências da História Oficial dominante desencadeando os mecanismos de continuidade que fazem o autoritarismo funcionar. [...] É a nossa experiência latino-americana de memória que exige uma nova noção de tempo, que é o correlato de uma memória ativa, ativadora de um passado que nos permite exhibir os tempos

amarrados, selados pela história oficial, e nos permite explodir um historicismo que domina o passado, tornando-o o único depositário dos valores e essências da identidade nacional (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 5, tradução nossa⁸⁴).

Tomar as paródias como um caminho de desestabilização de uma modernidade eurocêntrica e do tempo enquanto linear é uma perspectiva que nos interessa, uma vez que entendemos que reapropriações locais de elementos hegemônicos da cultura pop-mundo são lugares possíveis de rupturas com o dominante, e não somente de reiteração. Além disso, a perspectiva de pensar a história enquanto processo, a partir da ideia de historicidades, e o tempo pelo sentido de temporalidades é muito cara à pesquisa⁸⁵. Entender as desestabilizações temporais nas paródias faz parte do esforço que essa pesquisa desprende em “compreender as historicidades a partir dos movimentos de transições continuadas, de disputas de sentidos e de confluência de diversas marcas temporais” (GOMES et al., 2017, p. 137). E assumimos que “pensar historicamente é destacar a visão processual do mundo e pensar as práticas e processos comunicacionais como próprios de um dado momento e lugar” (RIBEIRO; LEAL; GOMES, 2017, p. 41).

Martín-Barbero (2015) também chama em causa algo que nos parece importante que é a relação que nós pesquisadores construímos com a comunicação e como devemos abordá-la. Para o autor, ao pensar o consumo de telenovelas no México “foi então que aprendemos claramente os limites de qualquer análise de conteúdo ou leitura ideológica, porque o que as pessoas veem na novela não se limita ao que a tela mostra, é a maneira delas de ver o que precisamos investigar” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 17-18, tradução nossa⁸⁶). E nos interessam as diferentes maneiras nas quais os produtos culturais de Lady Gaga são vistos e incorporados pelas performances daqueles que a assistem e ouvem. Como discutimos anteriormente, as materialidades ocupam um lugar central na pesquisa, mas sustentamos que

⁸⁴ Do original: “La envergadura cultural y política en América Latina de sus muy peculiares formas de resistencia y reapropiación de la modernidad son manifiestas en las burlas e ironías, en los disimulos y las parodias mediante la que los relatos de nuestras ficciones des-ordenan las secuencias de la historia oficial de los dominadores desencajando los mecanismos de continuidad que hacen funcionar los autoritarismos. [...]Es nuestra latinoamericana experiencia de memoria la que nos exige una nueva noción de tiempo que sea el correlato de una memoria activa⁸, activadora de un pasado que nos permita desplegar los tiempos amarrados, obturados por la historia oficial, y nos posibilite hacer estallar un historicismo que se adueña del pasado convirtiéndolo en el único depositario de los valores y esencias de la identidad nacional”.

⁸⁵ Esse pesquisador integra a Rede de Grupos de Comunicação das Historicidades dos Processos Comunicacionais que reúne grupos de pesquisa em Comunicação de todo o Brasil para pensar sobre questões do tempo na Comunicação de uma forma historicizada. Para mais informações: <https://encontrohistoriades.wordpress.com/>.

⁸⁶ Do original: “Fue entonces que aprendimos con nitidez los límites de todo análisis de contenido o lectura ideológica, pues lo-que-la-gente-ve en la telenovela no se limita a lo que la pantalla muestra, es su modo de ver el que necesitamos investigar”.

os diversos textos que se apresentam para nós devem ser pensados enquanto textualidades, que transbordam para diferentes relações com releituras, reações e afetos que as transformam.

A visão de Martín-Barbero de que os pesquisadores de comunicação precisam voltar sua atenção para os diferentes tipos de contação de histórias de vida a partir de produtos culturais populares nos remete ao que Grossberg (2010) diz sobre a mídia. Para o autor estadunidense, colocar amarras teóricas sobre meios de comunicação como a televisão ou o vídeo não dá conta da complexidade por meio da qual esses fenômenos se apresentam para nós. Conforme Grossberg, em um terreno cultural como o nosso em que a intertextualidade e a intermedialidade parecem ser a regra, tratar o fenômeno a partir das mídias não nos traria ganhos e avanços para o campo. “O conceito de um texto ou evento singular (‘um programa’ ou ‘uma série’) parece anacrônico” (GROSSBERG, 2010, p. 217, tradução nossa⁸⁷). Por isso, não estamos interessados em compreender o que um vídeo ou um canal de vídeos de paródias querem dizer com seus conteúdos audiovisuais, mas em identificar as diversas relações que podemos mapear a partir deles, de modo a refletir sobre conexões entre cultura pop-mundo e performances transviadas e transculturais. Portanto, atendemos à provocação de Martín-Barbero e Grossberg para pensar a Comunicação de outra maneira, principalmente, porque se analisarmos a partir do nosso *corpus*, em que as paródias nos levam a articular múltiplas relações entre imagens, sons e referências culturais, concluímos que: “colocando da forma mais simples possível, nossos conceitos descritivos não capturam mais a realidade empírica do terreno” (GROSSBERG, 2010, p. 217, tradução nossa⁸⁸).

Há um vasto legado de estudos sobre paródias em diversos campos do pensamento acadêmico, sob diversas perspectivas. A maior parte das referências sobre o tema prioriza a abordagem literária⁸⁹, com foco em aspectos textuais e semióticos e ênfase em uma suposta autenticidade e originalidade das paródias. Linda Hutcheon (1985), uma das principais pensadoras sobre paródias no âmbito acadêmico, utiliza-se, principalmente, das ideias de interdiscursividade de Mikhail Bakhtin (1981) para argumentar que as paródias seriam exemplo de um mundo pós-moderno. Essa perspectiva é abordada por outra autora muito referenciada nesse tema, Margaret A. Rose (1979), que também trabalha com as paródias pela

⁸⁷ Do original: “the very concept of a singular text or event (‘a program’ or ‘a series’) seems anachronistic”.

⁸⁸ Do original: “Putting it as simply as I can, our descriptive concepts no longer capture the empirical reality of the terrain”.

⁸⁹ Ao fazermos uma busca na principal coleção da Web of Science (Clarivate Analytics) constatamos que pesquisando o termo “*parody*”, dos 2,940 resultados encontrados de artigos publicados, 48% dos resultados estão nas áreas de Literatura, Literatura Romance, Linguística Linguagem e Clássicos.

noção de um texto que perpassa a história chegando aos tempos pós-modernos como uma marca da cultura contemporânea.

Apesar de reconhecermos a importância desse legado teórico, entendemos que ele não dá conta das demandas que nosso fenômeno propõe, pois a ênfase da nossa análise extrapola o caráter textual das paródias. Apostamos no diálogo com Martín-Barbero e apresentamos mais à frente as suas reflexões em torno das ideias de fluxos de imagens, hipertextualidades e palimpsestos, pois interessa-nos uma abordagem que nos permita posicionar a paródia enquanto forma expressiva/material, cultural e política do pop-mundo. Interessa-nos pensar as paródias audiovisuais como vestígios espaço-temporais, que indicam formas de apropriação e reescrituras da cultura-mundo e modos de constituição de identidades que atravessam o entorno tecnocomunicativo, em especial ambiências digitais como o YouTube.

Muitos autores e autoras trabalham a partir de algumas noções chave que seriam lugares específicos para fisgar especificidades do que podemos entender enquanto paródias. Intertextualidade, desconstrução, repetição com diferença, sátira, ironia, pastiche e plágio foram algumas dessas noções que conseguimos mapear a partir de bibliografia específica sobre paródia em diversas áreas científicas. Como Chambat-Houillon (2007) desenvolve, existe um grupo de citações no audiovisual, principalmente em situações intertextuais, no qual um texto é citado em outro, onde “abre-se então a família das citações-performance. Aqui, o ato de citar manifesta-se por uma re-apresentação, como nova produção, de certos parâmetros constitutivos da obra citada. A citação torna-se uma performance que recria a literalidade em vez de repeti-la” (CHAMBAT-HOULLON, 2007, p. 154). Esse exercício de citação, como a autora desenvolve, serve como um exemplo das paródias no audiovisual enquanto uma conexão entre diferentes textualidades visuais, sonoras e escritas.

Pensando a paródia enquanto releitura, ou leitura irônica de texto, gênero ou de uma situação, a ideia de que o texto paródico contém relações múltiplas com outros textos é latente. “A paródia, como continuarei a argumentar, já está ativamente e conscientemente engajada na intertextualidade” (PHIDDIAN, 1997, p. 679, tradução nossa⁹⁰). Mas isso não significa uma equivalência dos conceitos de intertextualidade e paródia, “é preciso esclarecer que a perspectiva de Hutcheon não faz da paródia um sinônimo de intertextualidade” (IOZZI, 1996,

⁹⁰ Do original: “Parody, as I shall go on to argue, is already actively and consciously engaged in intertextuality [...]”.

p. 88). A ideia, para a autora, é de que essa relação com outros textos deve ser pensada a partir de construções feitas pelo leitor. “Em muitos casos, a intertextualidade pode bem ser um termo muito limitado para descrever esse processo; A interdiscursividade talvez fosse um termo mais preciso para os modos coletivos de discurso dos quais a paródia pós-moderna se baseia” (HUTCHEON, 1989, p. 12, tradução nossa⁹¹). O que Linda Hutcheon está apontando é que as discussões sobre intertextualidade já se mostravam insuficientes para entender os processos que os textos paródicos convocavam. “A paródia é uma intertextualidade transformadora, pois, de fato, muda a relação com os textos, as imagens e estabelece um diálogo que muda a perspectiva sobre a trama narrada” (AMARILHA, 2009, p. 60-61).

Além da intertextualidade, outra perspectiva sobre as paródias tem relação com o tema da desconstrução. Por esse entendimento, ao se conectar a textos tidos como “originais”, as paródias trabalhariam de dentro para fora desses textos para desconstruí-los. Machado (2012) vai pensar a paródia como uma estratégia comunicativa por ela ter um objetivo de provocação e subversão, a partir da ironia, mas uma “subversão legalizada”. Para a autora, a paródia visa tanto a demolição quanto a manutenção do texto original. Para alguns autores, essa desconstrução se daria pela via da desqualificação e demolição, estética ou moral. Mas para Phiddian (1997, p. 682, tradução nossa⁹²), “as paródias desconstroem os discursos que invadem; elas não destroem os discursos sobre os quais, parasiticamente e criticamente, vivem. Em vez disso, a gênese e a estrutura desses discursos aparecem ‘sob apagamento’ (visível, mas problematizado e desvalorizado)”. Para o autor, as ideias de desconstrução e destruição são diferentes, o que a paródia faz é partir de dentro de um texto, não para acabar com ele, mas a partir dele se tornar outra coisa. “O Nome da Rosa, de Umberto Eco, habita a estrutura retórica da história de detetive, [...] Ela não a destrói ‘de fora’ e é, na verdade, muito mais cúmplice com o que desconstrói do que a ideia em branco de crítica sugere” (PHIDDIAN, 1997, p. 681, tradução nossa⁹³).

⁹¹ Do original: “In many cases intertextuality may well be too limited a term to describe this process; interdiscursivity would perhaps be a more accurate term for the collective modes of discourse from which the postmodern parodically draws”.

⁹² Do original: “Parodies deconstruct the discourses they invade; they do not blankly destroy the discourses on which, parasitically and critically, they live. Instead, both genesis and structure of those discourses appear ‘under erasure’ (visible but problematized and devalued)”.

⁹³ Do original: “Umberto Eco's *The Name of the Rose* inhabits the rhetorical structure of the detective story, [...] It does not destroy it ‘from the outside,’ and is, indeed, much more complicit with what it deconstructs than the blank idea of criticism suggests”.

No que concerne à relação entre paródias e sátiras, a definição usual de sátira pode ser retirada do dicionário Priberam de língua portuguesa: “Discurso, texto ou obra que critica pessoas, entidades, costumes, vícios, etc., em tom jocoso ou sarcástico” (PRIBERAM, 2020). Aqui vemos que a definição de sátira tem aproximações com a de paródia, por conta da relação com o humor e com a crítica, então qual seria a diferença? “A paródia difere da sátira, em especial quanto ao referente. Na sátira o referente é a sociedade ou um indivíduo, daí o seu carácter quase sempre moralizante, sua intencionalidade social” (RODRIGUES, 2002, p. 245). Essa definição é compartilhada por outros autores como Salomon (2006, p. 70, tradução nossa⁹⁴) que diz que “o principal foco do satirista parece ser mudar a opinião do leitor sobre o assunto e não a situação que ela retrata”.

Essas leituras revelam alguns pressupostos classificatórios e estabilizadores sobre as paródias e suas supostas funções, que vão de encontro à abordagem assumida por esta pesquisa. Primeiramente, há um pressuposto de que existem textos “originais” e que, assim, ao se fazer uma citação ou um processo intertextual existiria uma forma virtual que seria intocada ou manchada pela figura da paródia, algo intrinsecamente menor e menos importante. Martín-Barbero defende que essa proteção à propriedade intelectual é uma “categoria espúria, pois nela o intelectual iguala-se e se reduz ao que se pode apropriar pela via mercantil, e também mistificadora do direito de autor, um direito definitivamente cooptado pela ideia de patente e de sua pseudojurisprudência comercial” (MARTÍN-BARBERO, 2014a, p. 31). Então, pensar as paródias a partir de um texto original, ou de uma classificação inerente a essas materialidades, nos parece um caminho empobrecedor para os sentidos que identificamos até aqui e para o que vamos analisar no próximo capítulo. Se quisermos compreender essas textualidades audiovisuais em sua complexidade, partir de um conceito e definição de paródia enquanto cópia de um original ou tentando encontrar se aquela paródia seria uma sátira, pastiche ou plágio, não nos levaria para diferentes articulações que nos mostram cooptações, mas também resistências na relação cultura pop-mundo e performances transviadas.

Por isso, é importante que façamos um movimento de articular os pensamentos de Martín-Barbero para que possamos construir uma ideia de paródia que não se estabeleça a partir desses princípios. Estabelecemos esse caminho porque o autor construiu, ao longo dos últimos vinte anos, diversas análises sobre o contexto latino-americano e o entorno tecnocomunicativo

⁹⁴ Do original: “The satirist’s main focus seems to be to change the reader’s opinion on the subject and not the situation it portrays”.

já trabalhado aqui. Para ele, vivemos em uma realidade onde os jovens constroem seus conhecimentos a partir de lugares distintos daqueles estabelecidos pela euromodernidade. Se quisermos entender os contextos que se entrecruzam nos tempos atuais, de internet e intensas trocas audiovisuais globais, precisamos pensar esses produtos a partir da ideia de fluxos de imagens, hipertextualidades e palimpsestos, que é justamente como nos propomos a compreender as paródias audiovisuais no YouTube. E é por isso que em nosso *corpus* estão vídeos que não necessariamente se nomeiam enquanto paródias, ou não apresentam elementos tradicionais no entendimento sobre a paródia, como o humor. Estamos construindo uma noção de formas paródicas pela relação com outro (s) produto (s) e que estabelece uma rede de conexão com múltiplas referências, mesmo que isso seja feito com intenções das mais distintas, desde fazer rir até fazer denúncias políticas.

Para entendermos essas diferentes relações, o autor pensa as imagens que nos rodeiam a partir da ideia de fluxo. Os fluxos se configuram enquanto *continuum* de imagens que dizem tanto sobre a rotina das grandes cidades quanto da forma como consumimos uma série de produções de modo conectado e desorganizado. “Hoje, o paradigma do fluxo conecta os modos de organização do tráfego urbano à estrutura do palimpsesto da televisão e do hipertexto, com as novas figuras de representação e até com as novas abordagens teóricas no campo da comunicação e da cultura” (MARTÍN-BARBERO; REY, 1999, p. 26-27, tradução nossa⁹⁵). E isso introduz um dos pensamentos mais contundentes do autor de que temos diversos tipos de conhecimentos convivendo e que apesar de só valorizarmos o aprendizado a partir da escrita, temos saberes orais que são tão ou mais importantes para compreendermos as formas de consumo e produção de cultura nas nossas sociedades. “Ao reivindicar a presença da cultura oral e audiovisual, não estamos ignorando a validade da cultura letrada, mas desmantelando sua alegação de ser a única cultura digna desse nome e do eixo cultural de nossa sociedade” (MARTÍN-BARBERO; REY, 1999, p. 46, tradução nossa⁹⁶). Então, precisamos compreender que estamos vivendo em um contexto no qual as possibilidades de leituras são múltiplas e ultrapassam a escrita para se interconectar em diversos formatos, mídias, estruturas e expressões. E quando prestamos atenção, principalmente aos mais jovens, vemos que eles constroem as suas narrativas e os seus relatos de si a partir de oralidades,

⁹⁵ Do original: “El paradigma del flujo conecta hoy los modos de organización del tráfico urbano con la estructura del palimpsesto televisivo y del hipertexto, con las nuevas figuras de la representación e incluso con los nuevos abordajes teóricos del campo de la comunicación y la cultura”.

⁹⁶ Do original: “Al reivindicar la presencia de la cultura oral y la audiovisual no estamos desconociendo en modo alguno la vigencia de la cultura letrada sino desmontando su pretensión de ser la única cultura digna de ese nombre y el eje cultural de nuestra sociedad”.

sonoridades e visualidades, transbordando o que antes acontecia, formalmente, pela escrita, de um modo hegemonicamente ocidental.

Assim, o autor desenvolve duas ideias que estamos tomando como essenciais para compreendermos as formas paródicas que analisamos. A ideia de hipertexto nos convoca a pensar como os textos se entrecruzam entre escrita, oralidade e visualidade de uma forma intrínseca, ou seja, não é possível pensar o modo como nos comunicamos hoje sem ser através do hipertexto. “O hipertexto é outro texto aberto à diversidade polifônica de fala e escritura, música e imagens, visuais e ritmos. O nome de hipermedial nomeia um enredo libertário e libertino, links hiper-tecidos, as interfaces gráficas que tornam possível mover de um idioma para outro” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 15, tradução nossa⁹⁷).

A outra ideia é de palimpsesto, que é como Martín-Barbero entende como essas formas audiovisuais funcionam no entorno tecnocomunicativo. “Hoje ainda é uma escrita em que o passado emerge nas entrelinhas com as quais escrevemos o presente, porque o passado não é apenas o que já aconteceu, mas o desperdício e as memórias de que somos feitos” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 7, tradução nossa⁹⁸). Ao pegar uma palavra que significa “papiro ou pergaminho cujo texto primitivo foi raspado, para dar lugar a outro” (GOOGLE, 2020), o autor nos convoca a pensar como essas formas audiovisuais se mesclam com diversas temporalidades e apresentam vestígios de diferentes épocas, culturas e contextos. “Na América Latina, o palimpsesto das múltiplas memórias culturais das pessoas comuns nunca teve uma chance maior de ‘empoderar’ o hipertexto no qual se cruzam leitura e escrita, conhecimento e trabalho, artes e ciências, paixão estética e ação cidadã” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 20, tradução nossa⁹⁹). Seguindo o autor, ele diz que essas micro-histórias são geradas em qualquer lugar e vão de um meio a outro, não importando exatamente as fontes ou quem as remonta.

⁹⁷ Do original: “El hipertexto es un muy otro texto abierto a la polifónica diversidad de las hablas y las escrituras, las músicas y las imágenes, las visualidades y los ritmos. El nombre de hipermedial nombra una libertaria y libertina trama, hipertejada de links, las interfaces gráficas que posibilitan transitar de un lenguaje a otro”.

⁹⁸ Do original: “Hoy sigue siendo palimpsesto una escritura que en la que el pasado emerge en las entrelíneas con que escribimos el presente, pues el pasado no es sólo lo que ya pasó sino los residuos y memorias de las que estamos hechos”.

⁹⁹ Do original: “En América Latina nunca el palimpsesto de las múltiples memorias culturales de la gente del común tuvo mayores posibilidades de «empoderarse» del hipertexto en que se entrecruzan e interactúan lectura y escritura, saberes y haceres, artes y ciencias, pasión estética y acción ciudadana”.

Quando pensamos nas paródias analisadas, temos que entender suas especificidades. Em algumas paródias, os usuários relatam o riso, mesmo em momentos de não compreensão do contexto da paródia, em outros, o fato da paródia se utilizar de informações específicas sobre a vida e carreira da cantora é o que engaja quem assiste. Então, precisamos ter um olhar analítico que perceba essas nuances, não no sentido de enclausurar o que é paródia, ou tentar classificar se é uma sátira ou um pastiche, por exemplo. Pelo contrário, nosso interesse é perceber quais elementos de sátira ou de pastiche são convocados, o que eles significam e por que esses usos nos dizem sobre contexto.

Quem nos diria até recentemente, que a experiência dos mais novos vivia no passado, porque onde o novo paradigma digital nos leva e se muda é para os poderes antigos e esquecidos do oral. A coisa culturalmente mais próxima das aberturas de hipertexto é encontrada na figura antiga da conversa oral e gestual. A conversa é a matriz do que hoje se configura em uma rede social, para a qual entra e da qual sai entrelaçando palavras com fotos, peças de música e traços de desenhos. E, como na conversa, o hipertexto é vulnerável às intervenções daqueles que podem intervir para enriquecê-lo ou impedi-lo, corrigi-lo ou desfocá-lo. E como a conversa de hipertexto permanece aberta, ela nunca termina completamente, mas é suspensa para continuar em outra ocasião, com outros convidados ou contatos. Efêmero, mas com memória, o hipertexto nos encontra com a textualidade mais antiga, a do palimpsesto cuja escrita foi feita com um soco em um tablete de cera que foi usado mil vezes escrevendo no apagamento do que já estava escrito; e com as consequências que os usuários do quadro-negro ainda lembram: o surgimento de traços do apagado nas linhas do novo que foi escrito. A figura sociotemporal não pode ser mais enriquecedora nestes tempos de memórias curtas: na conversa oral ou digital há pedaços de memória emaranhados, as linhas que escrevem o presente são atacadas pelo passado que ainda está vivo (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 15-16, tradução nossa¹⁰⁰).

Isso nos provoca a pensar que as paródias se configuram enquanto uma forma de palimpsesto que funciona como vestígio temporal não linear, justamente porque não opera apenas como um passado que se materializa no presente, mas é construída com temporalidades múltiplas que se entrecruzam. As paródias se mostram para nós como uma potência desestabilizadora do tempo e espaço e pretendemos analisar isso a partir da proposta do mapa das mutações

¹⁰⁰ Do original: “Quién nos lo iba a decir hasta hace bien poco, que la experiencia de lo más nuevo habitaba en lo viejo, pues a donde nos conduce y reubica el novísimo paradigma de lo digital es a las viejas y olvidadas potencias de lo oral. Lo culturalmente más parecido a las aberturas del hipertexto se halla en la vieja figura de la conversación oral y gestual. El conversar es la matriz de lo que hoy se configura en una red social, a la que se entra y de la que se sale entrelazando palabras con fotos, con retazos de música y trazos de dibujos. Y como la conversación, así es de vulnerable el hipertexto a las intervenciones de los que pueden intervenir para enriquecerlo o entorpecerlo, para corregirlo o emborronarlo. Y como la conversación el hipertexto permanece abierto, no se acaba nunca del todo sino que se suspende para continuarlo en otra ocasión, con otros invitados o contertulios. Efímero pero con memoria, el hipertexto nos reencuentra con la más antigua textualidad, la del palimpsesto cuya escritura se hacía con un punzón sobre una tablilla de cera que se usaba mil veces escribiendo sobre la borradura de lo ya escrito; y con las consecuencias que los usuarios del pizarrón todavía recordamos: la emergencia de rasgos de lo borrado en las entrelíneas de lo nuevo que se ponía por escrito. La figura sociotemporal no puede ser más enriquecedora en estos tiempos de memorias cortas: en la conversación oral o digital aparecen enredados retazos de memoria, las entrelíneas que escriben el presente se ven asaltadas por el pasado que aún está vivo”.

culturais, de Martín-Barbero, apresentado no capítulo seguinte. Quando Saullo Berck dança no interior do Ceará uma música de Lady Gaga que ele toca no seu celular, utilizando-se de saltos de tijolos e roupas feitas de lona preta, estamos falando de presente, passado ou futuro? Ou essas categorias temporais não dão conta mais da forma que se apresenta esteticamente para nós? O que queremos pensar nessa pesquisa é como essas destabilizações se mostram na articulação entre cultura pop-mundo e performances transviadas.

E se estamos discutindo paródias na cultura digital, “isso significa um texto tecido não apenas com letras, mas com links que o conectam com fala e música, imagens e sons que o entrelaçam por dentro” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 2, tradução nossa¹⁰¹). E mais ainda, estamos falando de paródias no YouTube, a maior plataforma audiovisual na internet em termos de quantidade de vídeos e de acessos. Percebemos, ao longo da história do YouTube, que a relação entre amadorismo e profissionalismo nos vídeos de paródias apresentados na plataforma foi se modificando. Se a paródia já foi vista a partir do lugar da produção amadora, isso não necessariamente diz sobre todos os produtores de conteúdo da plataforma. No Brasil, se compararmos produções de alguns *youtubers* de grande alcance como Whindersson Nunes e Felipe Neto, todos eles produziram paródias com altos custos e visualidade muito próxima de videoclipes e outros materiais artísticos considerados profissionais. “Artistas como Bart Baker e The Key of Awesome atraem milhões de espectadores. Eles evoluíram de amadores para marcas do YouTube que mantêm equipes de produção plenas” (BOXMAN-SHABTAI, 2018, p. 4, tradução nossa¹⁰²). E essas formas paródicas se estabeleceram como um dos principais modos de engajamento entre artistas e fãs na ambiência digital. Não estamos dizendo que isso se iniciou com o YouTube, pois fãs já produziam materiais audiovisuais paródicos em homenagem a seus ídolos antes do advento da rede social, mas com a possibilidade de compartilhamento em massa, isso se amplia em termos de visibilidade e acabou se tornando uma profissão dentro do próprio YouTube. “A idéia é que o fã ‘vire’ o artista e ‘interprete’ o clipe tal qual o seu ídolo. Os fanclipes, muitas vezes, se apresentam toscos e visualmente descuidados, mas há alguns que utilizam eficientes recursos de edição para simular a ‘situação’ do vídeo original” (SOARES, 2009, p. 11). Tendo em conta também a parte econômica, as paródias se tornaram uma maneira de divulgação de produtos e artistas nas lógicas de produção da cultura pop-mundo.

¹⁰¹ Do original: “Ello significa un texto tejido no sólo con letras sino con links que lo conectan con hablas y músicas, imágenes y sonoridades que lo entretejen desde adentro”.

¹⁰² Do original: “artists like Bart Baker and The Key of Awesome attract millions of viewers. They have evolved from amateurs to YouTube brands that maintain full-fledged production crews”.

O YouTube se constrói hoje como um dos principais espaços de visibilidade do entorno tecnocomunicativo. “O desejo de ‘se fazer ver’ e ‘se revelar’, não priorizando o retorno financeiro, explicaria o protagonismo do sujeito nesse espaço, constituindo uma arena de visibilidades e disputa por visibilidades” (CALDAS, 2018, p. 18). Dessa forma, as paródias nos parecem ser uma das formas de expressão de visibilidade que se configuram nesse espaço, uma visibilidade que ao mesmo tempo que se expressa pela conexão com artistas e uma determinada comunidade, se relaciona com os *likes*, *dislikes*, compartilhamentos, algoritmos, vídeos relacionados, listas de reprodução, número de visualizações, etc.

A compra pelo Google, em 2006, anuncia deslocamentos dessa ambição inicial. O sentido de organização (não mais um simples projeto de ‘amigos’) dá maior evidência à matriz televisiva nos seus modos de definição, tanto no âmbito das lógicas produtivas, quanto nas esferas de recepção. A mudança do slogan para ‘Broadcast Yourself’ (‘transmita você mesmo’) evoca este lugar da transmissão, mas não simplesmente pela ideia de difusão de conteúdo, há um forte acento no sentido de broadcast enquanto ‘radiodifusão’, termo relacionado ao campo de atuação das grandes corporações de rádio e TV. Ao mesmo tempo, o uso da palavra yourself põe em evidência o protagonismo do sujeito consumidor/ produtor, reelabora o lugar do ‘espectador internauta’, comumente chamando de ‘usuário’ (o termo aparece na imprensa e em artigos acadêmicos para caracterizar o sujeito que usa a plataforma). (GUTMANN; CALDAS, 2018, p.12-13).

Dessa forma, o YouTube se configura como um espaço de visibilidades, onde se vê e é visto, mas também constrói suas relações de internauta e consumidor numa articulação que é em rede: de referências, de fãs, de produtores, etc. “Temos a alusão de um sujeito que não apenas pode ver e ser visto como também pode construir sua própria programação” (CALDAS, 2018, p. 100). A produção de vídeos que subvertem a lógica heteronormativa, ou simplesmente se constroem a partir de outros lugares, nos faz ver que essas disputas por visibilidades não são apenas por ser visto, mas uma batalha cultural por contar suas próprias histórias. “Por isso, esses regimes de visibilidade, tão contraditórios e complexos, se articulam e disputam sentidos a partir de uma lógica que ressignifica corpos em redes de sociabilidades como forma de resistência (ou de existência)” (GUTMANN; MOTA JR.; SILVA, 2019, p. 84).

3 ANÁLISE DE PARÓDIAS BRASILEIRAS DE LADY GAGA PELO MAPA DAS MUTAÇÕES CULTURAIS

Como já dissemos, o objetivo dessa pesquisa é compreender articulações possíveis entre o que estamos chamando de performances transviadas e a cultura pop-mundo a partir das paródias de fãs brasileiros de Lady Gaga no YouTube. Neste terceiro capítulo, nosso objetivo é investigar as paródias enquanto materialidades do *corpus* analítico, de maneira contextualizada, compreendendo as diferentes articulações entre os 3 Ps (pop, performances e paródias) desenvolvidas no capítulo anterior. Para isso, assumimos a perspectiva desenvolvida por Martín-Barbero (2009b) do mapa das mutações culturais como caminho analítico-metodológico para acessarmos diferentes articulações presentes nas paródias brasileiras de Lady Gaga no YouTube em torno das performances transviadas e dos elementos da cultura pop-mundo que elas acionam.

Após desenvolvermos, no capítulo anterior, as conexões entre performance, paródia e cultura pop-mundo presentes no entorno tecnocomunicativo que marca nossas práticas culturais contemporâneas globalizadas, pretendemos agora pôr em prática a proposta de Martín-Barbero como uma das formas de compreender as mutações que esse contexto nos convoca a pensar. Buscamos, a partir das paródias brasileiras de Gaga em circulação no YouTube, compreender transformações tecnológicas vinculadas à questão das identidades, dos tempos e dos espaços, dos fluxos midiáticos e migrações culturais como essenciais para pensar o mundo globalizado. Martín-Barbero (2009b) propõe esse mapa para investigar as mutações culturais como uma forma de pensar as diversas relações no quesito transformação, e queremos testá-lo como um possível caminho para articularmos os 3 Ps do capítulo anterior e investigar, no marco das paródias pensadas como audiovisualidades em fluxo, articulações entre o pop e performances transviadas.

Jesús Martín-Barbero desenvolveu, ao longo de sua trajetória acadêmica, uma série de caminhos teórico-metodológicos que serviriam como guias para entendermos vínculos diferentes entre comunicação, cultura e política. Ele chamou esses procedimentos de mapas, que funcionariam de forma “noturna”, ao contrário do que os mapas cartográficos propõem, porque eles não dão as trajetórias prontas para todo e qualquer fenômeno e questão de pesquisa. Na verdade, os próprios fenômenos apontariam a trajetória analítica possível para compreendê-los. “Foi a articulação de Gramsci com Paulo Freire que me impediu de ver,

desde o início, a comunicação como mera questão de mídia e ideologia, e me fez pensar em comunicação ao mesmo tempo como um processo social e como um campo de batalha cultural” (MARTÍN-BARBERO, 2015, p. 16, tradução nossa¹⁰³). Ao mesmo tempo que a comunicação é vista como um campo de batalha cultural, os estudos culturais, inspirados em Gramsci, trazem a perspectiva de que “‘cultura’ é também o meio pelo qual os diferentes grupos subordinados vivem e opõem resistência a essa subordinação. Assim, a cultura é o terreno onde se desenvolve a luta pela hegemonia” (GOMES, 2004, p. 229). É justamente por isso que, para esta pesquisa, importa utilizarmos uma proposta teórico-metodológica que parta do pressuposto de que a comunicação e a cultura são um campo de batalha cultural e de luta pela hegemonia, porque estamos compreendendo que a cultura popular e a cultura pop-mundo, sendo uma parte da imbricação entre cultura e comunicação, também são lugares onde essas disputas ocorrem.

O livro pioneiro de Martín-Barbero de 1987, intitulado *Dos Meios às Mediações*, se tornou um clássico dentro dos estudos de Comunicação no Brasil e América Latina e foi onde o autor desenvolveu de forma mais contundente seu pensamento da Comunicação com um olhar atento à ideia de mediação, que se sobrepõe às noções de meios ou de tecnologia da comunicação. Nessa análise inicial, o autor estava preocupado com as mediações televisivas e como pensar as diferentes relações entre recepção, produção e contexto. As primeiras instâncias mediadoras dessas articulações televisivas propostas pelo autor são: cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural. Cada uma dessas mediações serviria como lugar de olhar para os processos comunicacionais e culturais de uma forma que considerasse o processo comunicativo de maneira completa, sem fragmentar a análise entre os elementos semióticos dos programas televisivos, ou através dos estudos de recepção. E considerando o que era mais importante para o autor: o fato de que a comunicação e a cultura não podem ser entendidas fora dos seus contextos.

Foi no prefácio à edição espanhola de uma nova edição de seu livro que o autor reconfigurou o que ele passou a chamar de mapa das mediações, após as diversas leituras que foram feitas do seu trabalho e das transformações que a área da Comunicação passava, principalmente pela relação com o audiovisual. Nascia, assim, o mapa teórico-analítico de Martín-Barbero (Ver

¹⁰³ Do original: “Fue la juntura de Gramsci con Paulo Freire la que me impidió ver, de entrada, la comunicación como mero asunto de medios e ideología, y me puso a pensar la comunicación a la vez como un proceso social y como un campo de batalla cultural”.

Figura 9) chamado de mapa das mediações, que ajudou pesquisadores a analisarem diferentes fenômenos da Comunicação e da Cultura a partir de ligações diversas entre a produção e a recepção, os formatos e as matrizes culturais. Muitos dos trabalhos que se seguiram à publicação do autor, principalmente no Brasil, enveredaram para as pesquisas de recepção, “o que pode ser justificado pela ênfase dada por Martín-Barbero aos usos e apropriações e também pelo próprio contexto teórico-metodológico característico dos estudos culturais dos anos 1980, auge das pesquisas empíricas de recepção” (GUTMANN, 2014, p. 249). Mas, seguimos a proposta do autor de entender seus mapas e pensar as mediações como um lugar de conexão entre produção e recepção. A mediação sendo assim “o local de interação cultural, tecnológica e cotidiana que ocorre através de um determinado produto da cultura contemporânea (um programa televisivo, um filme, um livro, uma canção etc.)” (GUTMANN, 2014, p. 258).

Figura 9 – Mapa das mediações.



Fonte: Martín-Barbero (1997)

Martín-Barbero (1997) se preocupava em deslocar o olhar da comunicação dos meios às mediações, para que se mudasse a chave de interpretação do processo comunicacional para ele ser visto como um todo, sem divisões entre a produção e recepção, em um movimento que pudesse pensar a comunicação, a cultura e a sociedade de forma imbricada. “Claramente configurando uma proposta bem-sucedida de Martín-Barbero de analisar os processos comunicativos em sua totalidade, ou seja, não só do ponto de vista das determinações e estruturas, mas do ponto de vista das práticas, das apropriações cotidianas” (GOMES et al., 2017, p. 139). Dessa forma, o autor apresenta quatro lugares de articulação (Matrizes

Culturais, Formatos Industriais, Competências de Recepção e Lógicas de Produção) ligados por quatro mediações (Institucionalidade, Tecnicidade, Ritualidade e Sociabilidade) que se entrecruzam de formas distintas a partir do caminho traçado pelo pesquisador. No centro do mapa, o autor coloca a Comunicação, a Cultura e a Política como um resultado de todos esses entrecruzamentos.

E, na tentativa de mapear não apenas agendas, mas maneiras de investigar, em meados dos anos 90, introduzi a inflexão semântica que me permitiu passar – sem renunciar à ancoragem crítica e estrutural do conceito de mediação – os mapas sobre mediações socioculturais da que a mídia opera e é percebida para mapear às mediações comunicativas – socialidade, institucionalidade, tecnicidade e ritualidade – que, ao se tornar um lugar antropológico da mutação cultural que introduz a espessura comunicacional do social, hoje reconfigura as relações entre sociedade, cultura e política (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 17-18, tradução nossa¹⁰⁴).

O mapa das mediações é configurado em torno de dois eixos: um diacrônico (ou de longa duração) que se apresenta entre as matrizes culturais e os formatos industriais e um sincrônico (ou de curta duração) entre as lógicas de produção e as competências de recepção. Como já dissemos, a recepção é um importante lugar para olhar o processo comunicativo e por isso um lugar específico para pensar essas diferentes competências de recepção ou consumo. As matrizes culturais configuram o lugar para pensar os valores que estabelecem nossas relações culturais e sociais. A mediação que conecta a recepção com as matrizes culturais é a sociabilidade (ou socialidade) que é “gerada na trama das relações cotidianas que tecem os homens ao juntarem-se, é por sua vez lugar de ancoragem da *práxis comunicativa* e resulta dos modos e usos coletivos de comunicação, isto é, de interpelação/constituição dos atores sociais e de suas relações” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 17). As lógicas de produção dizem sobre o lugar para analisar como produtos culturais e comunicacionais são feitos. A mediação que liga as lógicas às matrizes é a institucionalidade. Esta mediação fala dos interesses e poderes impostos pelo Estado, e como isso afeta e regula os discursos e como os cidadãos buscam a partir daí defender seus interesses (MARTÍN-BARBERO, 1997).

Os formatos industriais seriam o lugar para ver os programas e produtos e como eles são materialmente compostos. A mediação que liga os formatos às lógicas é a tecnicidade. “É

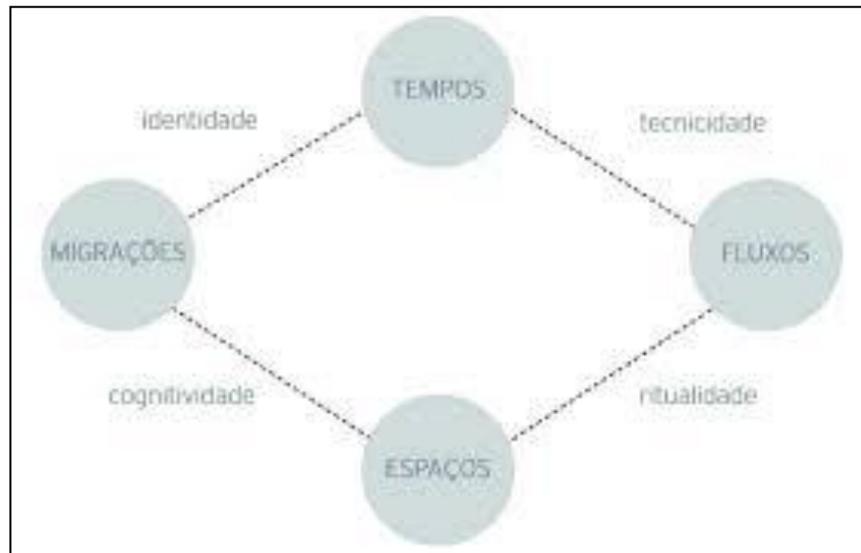
¹⁰⁴ Do original: “Y en el intento por cartografiar no sólo agendas sino modos de investigar, a mediados de los años 90 introduje la inflexión semántica que me permitió pasar – sin renunciar al anclaje crítico y estructural del concepto de mediación – de los mapas sobre las mediaciones socioculturales desde las que operan y son percibidos los medios a cartografiar las mediaciones comunicativas – socialidad, institucionalidad, tecnicidad y ritualidad – que, al tornarse lugar antropológico de la mutación cultural que introduce el espesor comunicacional de lo social, reconfiguran hoy las relaciones entre sociedad, cultura y política”.

menos assunto de aparatos do que de operadores perceptivos e destrezas discursivas” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 18). Diz sobre tecnologia, mas é mais sobre destreza de linguagem do que sobre instrumentos e ferramentas. A mediação que liga os formatos à recepção é a ritualidade, que constitui “gramáticas da ação – do olhar, do escutar, do ler – que regulam a interação entre os espaços e tempos da vida cotidiana e os espaços e tempos que conformam os meios” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 19). A ritualidade diz respeito aos diferentes usos sociais dos meios e trajetórias ligadas às condições sociais do gosto.

A proposta é que cada questão de pesquisa ou fenômeno guie o pesquisador para construir um caminho entre esses lugares de articulação e mediações de formas distintas. Entendemos, em consonância com Gutmann, que a mediação “pode ser apropriada como um lugar a ser visto na obra, como um território cujas diversas instâncias comunicativas e contextuais, sendo a recepção uma delas, são materializadas nos produtos da cultura contemporânea” (GUTMANN, 2014, p. 250). Por isso, mesmo que a nossa proposta central não seja analisar as paródias a partir do mapa das mediações, compreendemos que os mapas propostos por Martín-Barbero não podem ser entendidos de forma desconectada. Portanto, ao longo das nossas análises algumas mediações e aspectos do mapa das mediações serão convocados quando os objetos nos suscitarem isso.

Atento às transformações tecnológicas e das relações sociais, Martín-Barbero foi desenhando outros mapas para pensar em novos contextos de consumo cultural e possibilidades tecnológicas para a comunicação. Se na primeira proposta de mapa noturno, a preocupação do autor era principalmente com a televisão, agora ele entende que estamos pensando em um contexto onde a televisão se espalha para os *smartphones* e *tablets*, pela internet. Onde o cenário de globalização permite trânsitos e deslocamentos de pessoas e imagens em rotas múltiplas. Portanto, ele cria uma forma de estruturar um mapa que dê conta de analisar as mutações e transformações na comunicação e na cultura. Apresentamos o mapa das mutações culturais de Martín-Barbero (2009b) na Figura 10. “No novo mapa noturno com que eu agora trabalho: tempo, espaço, migrações, fluxos. Então as mediações passam a ser transformação do tempo e transformação do espaço a partir de dois grandes eixos, ou seja, migrações populacionais e fluxos de imagens” (MARTÍN-BARBERO, 2009b).

Figura 10 – Mapa das mutações culturais.



Fonte: Martín-Barbero (2009b).

Reforçamos aqui o entendimento do próprio autor de dizer que esse mapa não é melhor ou uma evolução dos outros mapas, mas é um esforço para contemplar diferentes questões. Se o mapa das mediações era uma entrada para articular a comunicação e a cultura sem divisões do processo comunicativo, aqui, o esforço do autor se concentra nas mudanças e transformações na comunicação e na cultura. Isso justifica a escolha desse mapa para trilhar nosso caminho analítico pelas paródias, por entender que estamos abordando um entorno tecnocomunicativo que nos aponta para transformações do popular e mudanças na forma de consumir e de se identificar.

De um lado, grandes migrações de população como jamais visto – mal sabemos dos milhares de chineses que estão saindo da China para a Europa. De outro, os fluxos virtuais, e temos que pensá-los conjuntamente. Os fluxos de imagens, a informação, vão de norte a sul, as migrações vão do sul ao norte. E há a compressão do tempo, a compressão do espaço e é aí que eu recomponho as duas mediações fundamentais hoje: a identidade e a tecnicidade – eu adoto essa palavra não por esnobismo, mas sim porque um antropólogo francês, André Leroi-Gourhan, contemporâneo de Marcel Mauss, forja a ideia de que a técnica entre os ‘povos primitivos’ também é sistema, não apenas um conjunto de aparelhos, de ferramentas (MARTÍN-BARBERO, 2009b).

Para o autor, o entorno tecnocomunicativo nos leva a pensar a centralidade da tecnologia, não a partir dos aparatos, algo que ele já enfoca há algum tempo pelo conceito de tecnicidade, mas a partir da ideia de sensibilidade e apropriações da técnica. “A tecnicidade está no mesmo nível de identidade, coletividade – e é muito importante a fonética. Ligo tecnicidade ao que está se movendo na direção da identidade. Por exemplo, a quantidade de adolescentes que inventam uma personagem para si mesmos é impressionante” (MARTÍN-BARBERO,

2009b). Olhar para tecnicidades é também ter em conta desigualdades e resistências, mesmo que o próprio Martín-Barbero (2004, p. 17, tradução nossa¹⁰⁵) entenda que “não é a tecnologia que cria desigualdade, a tecnologia reforça a exclusão que a própria sociedade gera em seus relacionamentos para manter o poder e o conhecimento no lugar e reproduzir a submissão”.

Para o autor, compreender transformações nas ideias de tempos e espaços é essencial na globalização porque vivemos em um mundo onde fronteiras espaciais e temporais não são mais as mesmas. “Há uma liberação do tempo e, simultaneamente, uma mobilidade que comprime o tempo – cada vez temos menos tempo. [...] Então, há uma transformação radical do tempo e do tempo de trabalho” (MARTÍN-BARBERO, 2009b). Dessa forma, precisamos pensar sobre a articulação do eixo tempo e espaço para dar conta de transformações que não deixam mais ver apenas relações que nos ligam à modernidade.

A outra tensão indica que tempo e espaço não são mais o que costumavam ser. Os espaços foram transformados de algo que é habitado para algo que dura, os espaços se multiplicaram e diversificaram e duram mais tempo; Enquanto isso, os cidadãos jogam para experimentar várias temporalidades simultaneamente: das velocidades das redes às lentidões ancestrais, da vertigem do videogame à paciência de viver bem. Habita-se em tempos, dura-se em espaços (RINCÓN, 2018, p. 74, tradução nossa¹⁰⁶).

Essas mudanças são vistas nas formas como as migrações populacionais e fluxos de imagens ocorrem. Se estivermos vivendo em um mundo onde as relações econômicas e culturais se dão por fronteiras cada vez menos demarcadas e cada vez mais digitais, podemos pensar sobre as movimentações de pessoas que se dão em migrações, enquanto um fluxo cada vez maior de imagens e sons se constrói de pontos múltiplos para pontos múltiplos, formando redes. Se antes tínhamos uma migração populacional do sul para o norte e um fluxo de imagens do norte ao sul, hoje percebemos que essas movimentações são mais plurais e dispersas. Notamos isso de forma ampla nos números de influenciadores na cultura pop-mundo, apesar de ainda haver concentração nos principais mercados de língua inglesa, apresentam-se iniciativas que conseguem quebrar esses padrões de alguma forma. Por exemplo, *Modo Avião* (Netflix, 2020), longa brasileiro estrelado por Larissa Manoela na Netflix, é o filme de língua não inglesa mais assistido na plataforma de streaming em 2020, com dois terços da audiência

¹⁰⁵ Do original: “Pero no es la tecnología la que crea desigualdad, la tecnología refuerza la exclusión que la propia sociedad genera en sus relaciones para mantener el poder y el saber en su sitio y reproducir la sumisión”.

¹⁰⁶ Do original: “La otra tensión indica que el tiempo y el espacio ya no son lo que solían ser. Los espacios se transformaron de algo que se habita a algo que se dura, los espacios se multiplicaron y diversificaron y se duran por tiempos; mientras tanto, los ciudadanos jugamos a experimentar diversas temporalidades en simultáneo: de las velocidades de las redes a las lentitudes ancestrales, del vértigo del video-juego a la paciencia del buen vivir. Se habita en tiempos, se dura espacios”.

vindo de fora do Brasil¹⁰⁷. Quando pensamos no YouTube, entre os dez canais com maior número de inscritos no mundo temos um canal brasileiro, Kondzilla, canal de divulgação de videocliques de funk brasileiro, que está na sétima posição com mais de 57 milhões de inscritos, e em primeiro, um canal indiano, T-Series, com mais de 100 milhões de inscritos¹⁰⁸. Nas plataformas de *streaming* de música, temos o cantor colombiano J. Balvin como um dos cantores mais escutados da última década, assim como a música do cantor porto-riquenho Luis Fonsi, “Despacito”, como uma das mais escutadas na última década também¹⁰⁹. Como já desenvolvemos no capítulo anterior, não desconsideramos o fato de que existem relações de poder desiguais e determinações que estabelecem alguns padrões de consumo cultural, mas destacamos que olhar esses processos pelas brechas e resistências é o que nos interessa.

Como sustentam Gomes et al., “Martín-Barbero reforça o sentido de um ecossistema, um entorno em que transitam estes fluxos de imagens e de informação numa relação direta com sentidos demográficos” (GOMES et al., 2017, p. 141). E se estamos falando de migrações não podemos esquecer que isso não ocorre de forma igualitária, quando pensamos em refugiados da Síria e do Norte da África indo para a Europa, ou no número de brasileiros indo para os EUA, “para essas pessoas deslocadas, a abertura multicultural de nossa era globalizada não é acompanhada de estruturas e leis que garantam segurança social àqueles que migram ou vão e vêm entre sociedades diversas” (CANCLINI, 2004, p. 164, tradução nossa¹¹⁰). Interpretar as paródias audiovisuais a partir da ideia de fluxos também nos permite sair da ideia de formato industrial (termo que o autor utiliza no mapa das mediações) para entender novas formas de audiovisualidades que extrapolam formas culturais já estabelecidas. “Não faz sentido pensar nos produtos apenas como formatos industriais, atrelados a meios específicos. Eles extrapolam esses meios, configurando as formas mestiças” (GOMES et al., 2017, p. 142).

E entre esses dois eixos, Martín-Barbero estabelece algumas mutações que seriam lugares para refletirmos sobre transformações culturais. Em entrevista à FAPESP, material que divulgou o mapa das mutações culturais no Brasil, as mutações da identidade e da tecnicidade

¹⁰⁷ Disponível em: <https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2020/02/27/modo-aviao-se-torna-o-filme-de-lingua-nao-inglesa-mais-visto-da-netflix.htm>. Acesso em: 26 maio 2020.

¹⁰⁸ Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/post/13911-os-10-maiores-canais-do-youtube>. Acesso em: 27 maio 2020.

¹⁰⁹ Disponível em: <https://canaltech.com.br/apps/spotify-faz-ranking-dos-mais-ouvidos-do-ano-e-da-decada-veja-lista-156923/>. Acesso em: 27 maio 2020.

¹¹⁰ Do original: “Para estos desplazados y desplazadas la apertura multicultural de nuestra época globalizada no se acompaña con estructuras y leyes que garanticen seguridad social a quienes migran o van y vienen entre sociedades diversas”.

aparecem como um dos principais lugares para investigar a transformação. O autor relata que precisamos analisar as identidades culturais pelas suas modificações, não podemos abordá-las necessariamente a partir da ideia de nação, mas como essas migrações e fluxos de imagens permeiam o entendimento da subjetividade em um mundo conectado e constituído por disputas de visibilidade. “Porque os modelos de conduta, os padrões de conduta de que falavam Parson e Piaget não funcionam. Nós, os pais, não somos mais os modelos de nossos filhos, a televisão acabou com isso. Os modelos são os seus contemporâneos [...] são seus pares” (MARTÍN-BARBERO, 2009b).

E a forma como isso molda as identidades hoje diz sobre o modo com que jovens se apropriam das tecnologias e se utilizam disso para atuarem em um mundo conectado e globalizado. Isso se dá “por um lado, na relação que estabelecemos com outras formas de organização e disposição do tempo, nessa partilha configuradora de um nicho [...] e, por outro, nos deslocamentos que fazemos ao participar de coletivos, comunidades na internet e construção de avatares” (GOMES et al., 2017, p. 141-142). As identidades seriam um local de disputa dentro do entorno tecnocomunicativo e que se relaciona com uma série de questões como consumo, resistência, movimentação política etc.

Já a tecnicidade aparece na formulação do mapa das mediações, como vimos, e se mantém no mapa das mutações. A ideia do autor é a de que essa mutação diz sobre a forma como os jovens conseguem se adaptar às linguagens da internet e seus aparatos tecnológicos, como as redes sociais, para expressarem seus anseios e se juntarem para dizerem o que são e o que querem. Se no mapa das mediações a relação da tecnicidade dizia sobre as gramáticas do fazer (ligando lógicas de produção e formatos industriais), no mapa das mutações, ela liga tempos e fluxos, numa busca do autor em mostrar que essas imagens que são produzidas em fluxos se espriam e se multiplicam em relações globais e multitemporais. As tecnicidades podem ser vistas como uma dimensão material que constitui as identidades hoje, ou seja, a forma como jovens utilizam de redes sociais para expressarem suas identidades de gênero e sexuais, por exemplo, diz da maneira como identidades e tecnicidades podem ser pensadas em conjunto. Tecnicidade “é menos assunto de aparatos do que de operadores perceptivos e destrezas discursivas” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 18). Segundo o autor, mais do que técnica, tecnicidade diz sobre competência de linguagem.

As outras duas mutações que o autor propõe são ritualidade e cognitividade. As ritualidades já estavam presentes no mapa das mediações e se mantém aqui por conectarem a recepção e a produção a partir dos modos distintos de se articular aos produtos. O que faz sentido se pensarmos que a mutação se encontra entre fluxos de imagens e espaços. É a partir da ritualidade que conseguimos pensar os diferentes modos de consumo desses jovens no entorno tecnocomunicativo e como esse consumo determina as diferentes relações com os espaços em que transitam.

A mutação da cognitividade (que liga espaços e migrações) representa o desejo do autor de compreender as diferentes formas que temos de leitura e aprendizado. A sua defesa é a de que a escrita não é a única forma de saber e expressão do conhecimento, e a mutação da cognitividade diz sobre os diferentes conhecimentos que nos circundam e sobre a forma que lidamos com a comunicação e a cultura ao nos movermos para diferentes culturas inseridas em diferentes processos de modernidades. “E se as identidades articulam tempos às migrações, a cognitividade é a mutação que, ao relacionar migrações e espaços, enfatiza o lugar da produção de sentidos enquanto relações hipertextuais e do deslocamento dos saberes” (ANTUNES; GUTMANN; MAIA, 2018, p. 112).

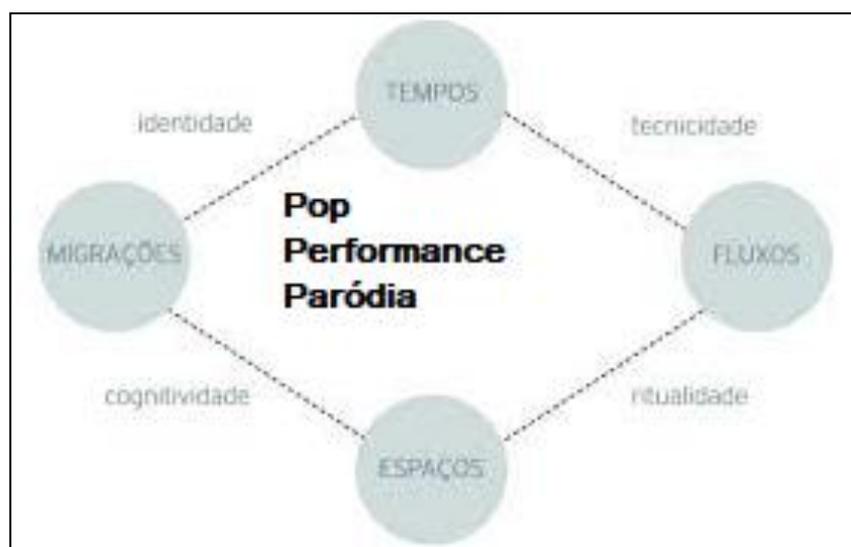
O mapa das mutações culturais nos indica uma diversidade de caminhos para lidarmos com o problema de pesquisa que apresentamos. Ele já vem sendo testado e articulado com diferentes conceitos por pesquisadores do TRACC (Centro de Pesquisa em Estudos Culturais e Transformações na Comunicação)¹¹¹, centro de pesquisa do qual esse pesquisador faz parte, em trabalhos que buscam compreender a relação com podcasts (JANAY, 2018), política (FERREIRA, 2019), com performances e temporalidades no YouTube (ANTUNES; GUTMANN; MAIA, 2018), e com matrizes culturais da música (GOMES et al., 2017). Em pesquisa no buscador Google Acadêmico por trabalhos brasileiros que citavam o mapa das mutações de Martín-Barbero identificamos que a maioria se utiliza da proposta do mapa do autor para estudos de recepção. Quatro trabalhos encontrados tinham essa característica: recepção de crianças sobre educação e comunicação em telenovelas (ANTONACCI, 2013); estudo de recepção sobre a representação de homossexualidade em telenovelas brasileiras (CRETAZ, 2015); estudo de recepção sobre consumo e telenovelas (PREDIGER, 2011) e um estudo de recepção de jovens e redes sociais (KOHLS; QUADROS, 2018). Além desses,

¹¹¹ Mais informações: <http://tracc-ufba.com.br/> Acesso em: 27 maio 2020.

encontramos a tese de doutorado de Bevilaqua (2019), que analisa os modos de endereçamento do Jornal Nacional (Rede Globo) em um contexto de convergência com as redes sociais, e o artigo de Ronsini (2010), que teoriza sobre as propostas de Martín-Barbero dos diversos mapas para compreensão sobre a recepção nos estudos de Comunicação no Brasil.

O que podemos perceber é que a grande maioria dos estudos de Comunicação no Brasil que se debruça sobre os mapas desenvolvidos por Martín-Barbero traça estudos voltados à questão da recepção. Escolhemos aqui seguir a linha desenvolvida pelos pesquisadores do TRACC que pensam as propostas do autor pelo viés da ideia de mediação (uma interação entre os diversos âmbitos do processo comunicacional). É importante ressaltar também que esse capítulo analisa as paródias audiovisuais brasileiras de Lady Gaga no YouTube pelos caminhos que o mapa das mutações culturais esboça para pensar as mutações da cultura e da comunicação no Brasil. Nossa proposta é colocar os 3 Ps (Performance, Pop e Paródia) no centro do mapa para compreender como as mutações propostas por Martín-Barbero nos ajudam a ver articulações entre performances transviadas e a cultura pop-mundo (ver figura 11). Assim, a trajetória analítica a partir das diferentes articulações das mutações culturais nos dará pistas para compreender os 3 Ps.

Figura 11 – Mapa das mutações culturais com os 3 Ps.



Fonte: Elaborado pelo autor.

Dessa forma, estabelecemos aqui o material analítico apresentado nesse capítulo e quais critérios utilizamos para selecionar o nosso *corpus* e organizar o caminho de análise. Iniciamos o processo de seleção do *corpus* analítico fazendo uma pesquisa no buscador do YouTube entre junho e julho de 2019 com os termos “Lady Gaga paródia”, “Lady Gaga Brasil” e “Lady Gaga Dança”. Escolhemos esses termos por entendermos que eles nos trariam uma maior diversidade de vídeos para um primeiro mapeamento. Selecionamos vídeos brasileiros ou em língua portuguesa e usamos os modos de definição das instâncias de produção e de recepção como critério de definição sobre quais vídeos seriam “paródias”. Ou seja: levamos em conta se o próprio vídeo era intitulado como paródia ou se, nos comentários da audiência, aparecia alguma menção ao fato daquele vídeo ser uma paródia. Também procuramos identificar se o vídeo apresentava relação com algum material de Lady Gaga (canção, figurinos, estética, videocliques, imagem, etc.), mesmo que isso não fosse feito de forma humorística. Dessa busca, reunimos 47 vídeos que foram pré-analisados de forma que identificássemos elementos que se articulavam a performances transviadas e cultura pop-mundo. A partir desses vídeos, desenvolvemos o caminho analítico que apresentaremos a seguir e fomos selecionando, para uma análise em profundidade, os vídeos que melhor se relacionavam com os eixos construídos no próprio processo analítico. Desse processo, resultaram 25 paródias (ver ANEXO A), que são aqui apresentadas e analisadas num esforço de articulação constante.

Para estruturar nosso traçado analítico, organizamos a análise em quatro eixos, Poética do Armengue, Humor Transviado, Tretas do Pop e Pop-Denúncia. Fruto do nosso esforço de análise, essas chaves funcionam enquanto dimensões intercambiáveis, ou seja, não são classificações das paródias ou formas de tipificação, mas sim dimensões que nos ajudaram a investigar esse grupo específico de vídeos selecionados e que foram construídas enquanto pensávamos especificamente a articulação entre performances transviadas e a cultura pop-mundo nas paródias. Dessa forma, uma mesma paródia pode ser atravessada por diversas chaves analíticas e demarcar nuances distintas com cada uma delas.

3.1 POÉTICA DO ARMENGUE

Nosso primeiro eixo analítico diz respeito a características estéticas de algumas paródias analisadas no YouTube. Percebemos que muitos desses vídeos são gravados e pensados para a plataforma a partir do que estamos chamando aqui de poética do armengue. O termo

armengue tem caráter informal na cultura do nordeste brasileiro e denota aquilo que é feito no improviso. Vamos desenvolver nesse ponto do capítulo como alguns desses vídeos são planejados, filmados e distribuídos a partir de técnicas improvisadas de filmagem, figurinos, maquiagem, adereços de cena e fotografia. Nosso intuito não é fazer uma avaliação valorativa sobre a qualidade das imagens apresentadas nas paródias audiovisuais do YouTube, mas entender como elas se articulam à cultura pop-mundo nas performances transviadas.

Estamos chamando esses processos de poética do armengue por entendermos que existe um modo de fazer específico desses vídeos no YouTube que remonta a um entendimento da visibilidade no entorno tecnocomunicativo contemporâneo, que não se estabelece a partir de marcos necessariamente dados pelo audiovisual tradicional da televisão e do cinema. Quando analisa formas expressivas da TV e do telejornalismo, Gutmann (2014) formula o sentido de poética do registro amador. Por conta da possibilidade de registros dos fatos reportados por dispositivos amadores de gravação, muitos deles feitos por pessoas anônimas, a televisão incorpora esse modo de constituição de visualidades, próprio dos vídeos caseiros em circulação na internet, como estratégia de autenticidade (GUTMANN, 2014, p. 193). Essa poética é marcada pela captação audiovisual de qualidades inferiores, com planos tremidos, imagens borradas, enquadramentos toscos. No YouTube, as possibilidades de fazer e acontecer a partir de vídeos sujos, tremidos, mal enquadrados, entre outras características que veremos a seguir, não se mostram como uma alternativa de registro em prol de autenticidade ou veracidade, pelo contrário, são construídas como um lugar de diferenciação.

Existe um entendimento no senso comum sobre algo que gostamos de denotar como o “jeitinho brasileiro”, isso se refere às diversas formas com que o brasileiro consegue se safar de situações-problema de maneiras, principalmente, criativas. Isso, muitas vezes, é considerado algo positivo, mas também, pode ser entendido como algo ruim, próximo à ideia de malandragem e esperteza. Quando observamos o *corpus* analítico, vemos que dentre os 47 vídeos selecionados, 26 utilizam imagens e sons que não se enquadram em padrões do audiovisual profissional. Então, podemos constatar que existe um modo de fazer desses vídeos que denota a relação que os produtores têm com o armengue ou a gambiarra, ambas palavras que significam improviso.

Messias (2020) desenvolve reflexão sobre o sentido de gambiarra como mediação entre materialidades da comunicação e a filosofia da técnica. O autor defende que o olhar sobre as

gambiarra precisa ir além de uma visão sobre a precariedade socioeconômica. “Essa seria sua definição como resolução de problemas puramente imediatos e pragmáticos, ‘um jeitinho’. Sendo oportuno sua ressignificação também como vetor de processos sociotécnicos, uma mediação emergente movida pela precariedade” (MESSIAS, 2020, p. 2). O autor segue dizendo que existe a possibilidade de enxergarmos a gambiarra fora do lugar de incompletude, para entendê-la como potência. A potência da gambiarra poderia ser pela sua repercussão política e estética, além da tecnológica. Assim, a gambiarra “atravessaria essas ordens como uma forma de conhecimento técnico, seja no âmbito socioeconômico, estético, cognitivo ou político. Faz-se, assim, a passagem de um contexto pós-colonial [...] para uma epistemologia pós-colonial” (MESSIAS, 2020, p. 10). Concordamos com o autor de que podemos pensar essas formas de fazer como potência, por entender que estamos enxergando na cultura popular uma cultura bastarda como defende Rincón (2016), com diversas formas de transculturação e resistências das culturas globalizadas. Há aqui um processo de mistura com o que temos de regionalismos para criar materiais novos. Essas performances transculturais, como defende Diana Taylor (2013), nos permitem ver as brechas e os lugares de saída do processo de poder mais homogêneo.

Mesmo compartilhando do entendimento de Messias (2020) sobre o conceito de gambiarra como uma mediação, preferimos utilizar o termo *armengue* para nos referirmos à poética que analisamos nas paródias do YouTube, pelo fato de que o termo carrega sentido potente de subversão comparado a gambiarra quando pensamos o contexto nordestino brasileiro. Enquanto gambiarra está presente em dicionários de língua portuguesa como o Priberam¹¹², a palavra *armengue* não está presente no dicionário, o que mostra que a institucionalidade da língua ainda não a absorveu inteiramente. Como discutiremos adiante, a relação desse modo de formar e performar audiovisual com uma noção de nordestinidade marca fortemente essas paródias. Por isso, escolhemos aqui seguir com o termo “poética do *armengue*” associado a outros conceitos.

Ao analisarmos os vídeos do *corpus*, duas figuras nos chamaram a atenção por compartilharem formas de fazer para o YouTube e terem performances transviadas muito ligadas ao contexto local de onde partem, algo que veremos que transborda para os modos de filmar e constituir relevância midiática no Brasil. O primeiro é Saullo Berck, natural de Barbalha, no Ceará,

¹¹² Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/gambiarra>. Acesso em: 28 maio 2020.

nordeste brasileiro. Saullo, que se intitula uma webcelebridade brasileira, possui um canal verificado¹¹³ no YouTube¹¹⁴ com 136 mil inscritos¹¹⁵, onde posta vídeos de dança desde 2014. Os vídeos logo angariaram notoriedade por trazerem elementos considerados como diferenciados, toscos e humorísticos na relação com performances de músicas pop internacional e nacional. Mas, principalmente, pelos vídeos em que ele aparece dançando com sapatos feitos de tijolos, simulando saltos altos das divas pop, o que o fez ficar conhecido como a “Rainha dos Tijolos”. O canal de Saullo na plataforma ultrapassa 30 milhões de visualizações em mais de 50 vídeos já postados, e sua notoriedade o levou a programas de televisão nacionais, como o *Caldeirão do Huck* (Rede Globo), *Programa da Eliana* (SBT) e *Legendários* (Record), além de diversas reportagens na mídia local e nacional.

Saullo postou o primeiro vídeo do seu canal em 2015, nele, representa um esquete de humor junto com seu irmão. Logo no segundo vídeo, já se apresenta ao som de uma música sertaneja em cima de saltos de tijolos. A partir daí, os vídeos postados começam a ser de dança ao som de músicas pop internacionais de artistas como Beyoncé, Madonna e Lady Gaga, entre outras. O sucesso foi tão grande que ele foi chamado para aparecer no Programa da Eliana em 2016 (vídeo também postado em seu canal) e, a partir daí, as visualizações começaram a crescer. A maior parte dos vídeos o mostra junto a seu grupo de bailarinos (composto por amigos e familiares) dançando canções da música pop, em participações em programas de televisão e, em menor número, em vlogs e tutoriais de maquiagem. Estamos considerando os vídeos de dança de Saullo enquanto paródias por entendermos que existe uma relação de referência ao trabalho de Lady Gaga que é reconfigurado por Saullo a partir de sua produção local. Mesmo que o próprio produtor não intitule seus vídeos enquanto paródias, na matéria da BBC¹¹⁶ seu trabalho audiovisual é considerado satírico. Como vimos no capítulo anterior, a sátira é um dos elementos que aparecem como disputa no campo acadêmico para se pensar as paródias.

A segunda personalidade é Romagaga, uma mulher trans e webcelebridade que ganhou fama nacional com vídeos que exaltavam e celebravam a carreira de Lady Gaga, seu maior ídolo da cultura pop. Nascida em Mossoró, Rio Grande do Norte, Romagaga tem um canal verificado

¹¹³ Para se obter uma verificação da plataforma no canal ele precisa ter no mínimo 100 mil inscritos, ser autêntico e ser completo. Informações disponíveis em: <https://support.google.com/youtube/answer/3046484?hl=pt-BR>. Acesso em: 30 maio 2020.

¹¹⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCqm7f266UYCep4JSfjYZEqQ>. Acesso em: 6 mar. 2020.

¹¹⁵ Informação verificada em maio de 2020.

¹¹⁶ Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/06/150515_salasocial_saullo_berck_rs. Acesso em: 30 maio 2020.

no YouTube¹¹⁷ com 345 mil inscritos¹¹⁸. Romagaga se identifica hoje enquanto a madrinha mais querida do Brasil e já ganhou o prêmio de webcelebridade mais comentada do ano. Em seu canal no YouTube podemos encontrar vídeos de vlogs com a família, onde mostra seu dia a dia com os pais e o marido, além de apresentações em boates pelo Brasil e videoclipes. No início, a maioria dos vídeos era comentando lançamentos de músicas ou videoclipes de Lady Gaga, quem ela diz ser a sua grande inspiração. Romagaga ainda possui mais de 1 milhão e 400 mil seguidores¹¹⁹ na rede social Instagram e está presente em canais de fofoca de celebridades, geralmente, por notícias de tretas com outras webcelebridades.

Ao nos referenciarmos a Saullo e Romagaga enquanto webcelebridades compartilhamos o entendimento de Marwick (2013) sobre microcelebridades de que essas personalidades podem ser jogadores de vídeo profissionais (*gamers*), blogueiros de beleza ou aspirantes a *pop stars* que constroem seu trabalho de forma estratégica para atrair seguidores. “As pessoas com quem interagem on-line são vistas como fãs, e não como amigos ou estranhos, e esses relacionamentos são cuidadosamente mantidos para manter a popularidade” (MARWICK, 2013, p. 115, tradução nossa¹²⁰). Evangelista (2017) desenvolve um trabalho sobre o tema a partir de leitura de Marwick para pensar especificidades com a plataforma YouTube. Para a autora, as ambiências digitais reforçam uma performance de intimidade entre as microcelebridades e seus fãs e “a exposição de aspectos íntimos na rede é encarada não apenas com naturalidade, mas como estratégia fundamental das microcelebridades para essa conexão com seu público” (EVANGELISTA, 2017, p. 7). Por estarmos falando de microcelebridades que tiveram a formação de sua carreira desde o início nas ambiências digitais, chamaremos essas personalidades de webcelebridades, mesmo entendendo que suas atuações se expandem para outros ambientes institucionais como a televisão, o rádio e o teatro.

Quando observamos as performances de Saullo Berck e Romagaga é notável a relação com a performance de Lady Gaga, seja nos figurinos, nos passos de dança, ou na expressão de feminilidade. O cabelo pintado de loiro branco de Romagaga, os saltos de tijolos de Saullo Berck, que ele afirma ter sido inspirado na cantora estadunidense (os saltos altíssimos são

¹¹⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/RomagagaGermanotta/about>. Acesso em: 6 mar. 2020.

¹¹⁸ Informação verificada em junho de 2020.

¹¹⁹ Informação verificada em junho de 2020.

¹²⁰ Do original: “The people they interact with online are thought of as fans, rather than friends or strangers, and these relationships are carefully maintained to sustain popularity”.

uma marca da artista), dizem sobre essas performances transviadas e paródicas transculturais. Como dissemos no capítulo anterior, entendemos que essas formas paródicas do audiovisual se relacionam com o produto estrangeiro, com a música em inglês e as imagens dos videoclipes e apresentações ao vivo, mas os transformam a partir do contexto local conectado a valores da cultura pop-mundo, que reverberam nos elementos “armengados” brasileiros.

Quando vemos os vídeos de Saullo Berck e Romagaga observamos que existem diversos aspectos que podemos associar à poética do armengue. Primeiramente, podemos entender que a maioria dos vídeos de ambos funciona como uma espécie de homenagem à Gaga. E pela ideia de espacialidades, do mapa das mutações, vemos que os vídeos de Saullo e Romagaga se apresentam a partir do espaço doméstico que os conecta à realidade nordestina sertaneja.

No vídeo do canal de Romagaga intitulado “Grammy 2014 Flop, Applause da Gaga Samba e Lacra o CU”¹²¹, ela declara seu amor por Lady Gaga ao desmerecer a cerimônia do Grammy¹²² de 2014, que não indicou Gaga a nenhum prêmio e, por isso, não mereceria atenção ou prestígio. Romagaga posiciona a câmera em uma altura baixa, o que a obriga, o tempo inteiro, a se abaixar para falar diretamente com seu seguidor. A câmera em si fica parada o vídeo inteiro, enquanto Romagaga anda para vários lados ao longo de 7 minutos. Ela está vestida com uma camiseta de alça, um short curto e um salto alto improvisado que não parece ser seu, o tamanho parece ser maior. A luz é ambiente, em algum momento o sol bate mais forte e depois se retira, mostrando que não há nenhum equipamento de luz para a gravação.

Ela está dentro de uma casa, próxima a um corredor, e se utiliza desse espaço doméstico de variadas formas, sobe nas paredes, ajoelha no chão, bate com um pedaço de madeira na parede e quebra um objeto de vidro no chão. O vídeo inicia e finaliza com o seu testemunho contra a instituição musical Grammy e o fato de que, naquele ano, Lady Gaga não ganhou nenhum dos prêmios, o que seria um absurdo, segundo Romagaga, porque a “Gaga pisa e a Gaga humilha”. No meio do vídeo, ela pega seu celular e toca a música Applause¹²³ de Lady Gaga e começa a cantar por cima da música uma letra em português que parece estar sendo

¹²¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DYbtcSZRcck>. Acesso em: 7 mar. 2020.

¹²² “Grammy Award é uma cerimônia de premiação da ‘Academia de Gravação’ dos Estados Unidos, que presenteia anualmente os profissionais da indústria musical com o prêmio Grammy, em reconhecimento à excelência do trabalho e conquistas na arte de produção musical e, provendo suporte à comunidade da indústria musical”. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Grammy_Award. Acesso em: 2 jun. 2020.

¹²³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pco91kroVgQ>. Acesso em: 2 jun. 2020.

improvisada naquele momento sobre como Gaga humilha as inimigas e não precisa ganhar um Grammy, ou como outras artistas que ganharam, como a cantora Lorde, não merecem atenção.

Ao final da música, conseguimos ouvir a voz de um locutor, o que nos indica que Romagaga fez o download da música em mp3, o que é muito comum no Brasil, e veio com a voz de locutores, porque são os que disponibilizam essas canções de forma ilegal na internet. O vídeo é todo gravado em apenas um *take*, sem edições, e acaba em um corte abrupto. Podemos perceber, nessa paródia, que o armengue perpassa todos os elementos do vídeo, desde o figurino, maquiagem, edição, gravação, luz e som. A preocupação de Romagaga não é com a imagem limpa e o som perfeito, pelo contrário, ela quer ser engraçada e ser vista. O salto alto vermelho, em tamanho maior, aparece como um elemento armengado paródico para remeter aos figurinos de Lady Gaga (ver Figuras 12 e 13). Ele remete a uma noção de feminilidade e ao lugar da diva pop, mas é reescrito pelo armengue.

Figuras 12 e 13 – Romagaga com salto alto à esquerda e sapatos utilizados por Lady Gaga em evento à direita.



Fonte: <https://bit.ly/RomagagaSalto>; <https://bit.ly/Gagasalto>

No vídeo “Gaga Ft Xtina -To Congelada No Nitrogenio com o Dueto da Década”¹²⁴, Romagaga, mais uma vez, posiciona a câmera em uma altura baixa e precisa falar ajoelhada ou abaixada, o que nos indica que ela não possui um tripé e precisa improvisar o lugar de gravação. Dessa vez, ela está num espaço que parece ser seu quarto, o que reforça esse lugar do ambiente doméstico em seus vídeos. O cenário é escuro e sem muita luz natural e nenhuma artificial. O som é ambiente, em algum momento conseguimos ouvir uma música tocando em

¹²⁴ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=4MtREQ_RgK4. Acesso em: 7 mar. 2020.

outra parte da casa ao fundo e ela fala deitada em um colchão no chão com um ventilador conectado na tomada de fundo. O vídeo é para exaltar a apresentação de Lady Gaga com a cantora Christina Aguilera, no *The Voice* americano, da canção de Gaga chamada “Do What You Want”¹²⁵. Romagaga dá seu testemunho de como a parceria é perfeita e exalta o fato de que as duas cantoras, supostamente, fizeram as pazes. Em algum momento ela coloca uma peruca loira para referenciar as duas artistas que são loiras (ver figura 14), e o salto alto também está presente, dessa vez ela inicia o vídeo com ele nas mãos. Romagaga então coloca a melodia da canção “Your Body”¹²⁶ de Christina Aguilera para tocar e começa a cantar uma paródia em português no ritmo da canção dizendo como a cantora Aguilera é incrível. Ao final do vídeo, ela coloca a música de Lady Gaga e tenta imitar a canção em inglês, mas cantando a letra em uma mistura de português e tentativa de falar em inglês com imitações da sonoridade da língua. Ela finaliza em português improvisado dizendo que esse foi o dueto do ano. O vídeo finaliza com ela andando pela casa e, mais uma vez, acaba de repente, como se a câmera tivesse sofrido um *bug*.

Figura 14 – Romagaga com peruca em vídeo postado em seu canal.



Fonte: <https://bit.ly/RomagagaPeruca>

No vídeo “Romagaga stopping the traffic to the tune of Lady Gaga Guy”¹²⁷, ela encena uma paródia da canção “G.U.Y.”,¹²⁸ de Lady Gaga, com fãs após um show que fez na cidade de João Pessoa, Paraíba, nordeste brasileiro. Ela começa o vídeo de dentro de um carro, numa locação externa à noite, enquanto seus fãs estão do lado de fora da porta. Ao abrir a porta do

¹²⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yCGCLHbj15M>. Acesso em: 2 jun. 2020.

¹²⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6cfCgLGiFDM>. Acesso em: 9 jul. 2020.

¹²⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=e8ZRSgwJbIA>. Acesso em: 7 mar. 2020.

¹²⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ohs0a-QnFF4>. Acesso em: 2 jun. 2020.

carro, um deles cai, e ela sai e começa a dançar a música e todos eles atrás começam a dançar também (Ver Figura 15). Romagaga está vestida com uma camisa preta em homenagem à banda de rock Ramones com um salto extremamente alto (em referência à Lady Gaga, ver figura 16). Ela dança a música e canta algo que parece ser imitando o inglês mas, propositalmente, não é, enquanto todos a sua volta fazem o mesmo. O vídeo sem cortes termina quando Romagaga pega a câmera de quem estava gravando e começa a filmar o chão enquanto se despede dos fãs que participaram do vídeo. Nisso, começamos a ouvir carros buzinando e motos passando ao fundo, o que ratifica a presença do som ambiente como marca da trilha sonora de seus vídeos. Enquanto se despede, um dos fãs fala que é para ela voltar à capital paraibana e pede para ela mandar um beijo para a Camila, uma referência a também youtuber cearense Camilla Uckers.

Figuras 15 e 16 – Romagaga em paródia gravada nas ruas de João Pessoa – PB acima e Lady Gaga em evento abaixo.



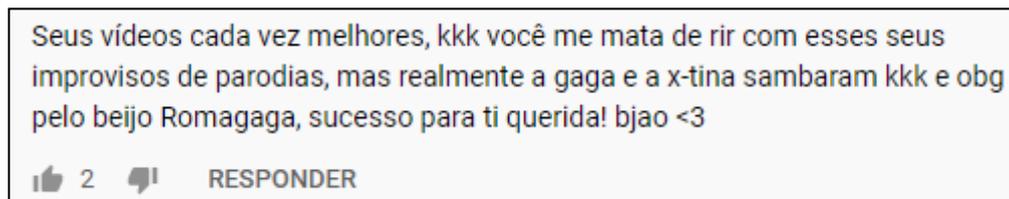
Fonte: <https://bit.ly/Romagagarock>; <https://bit.ly/GagaMET>

Quando analisamos esses vídeos pelo eixo de tempos e espaços do mapa das mutações, percebemos que existe uma série de anacronias entre o tempo da cidade e o tempo das

paródias. Quando vemos, por exemplo, Romagaga no centro de João Pessoa cercada de casas históricas, enquanto utiliza a camisa do Ramones (banda estadunidense de punk rock, formada nos anos 1970) e dança uma canção de Lady Gaga lançada naquele ano, 2014. Nesses vídeos, percebemos como o espaço doméstico, presente nos dois primeiros exemplos, é elemento central de suas performances iniciais mas, depois, vai sendo ampliado para a rua, quando começa a fazer shows em boates pelo país.

Mas, independentemente do espaço, doméstico ou da rua, a forma armengada de filmar e montar os vídeos se mantém. A câmera parada enquadra Romagaga sempre numa linha mais baixa que a de um plano tradicional de corpo inteiro. Quando há movimento, a imagem é trêmula e a câmera corta elementos da cena. Não há preocupação com a luz e a captação de áudio, os ruídos do som ambiente são sempre valorizados. O amorismo da filmagem, de certa forma, constitui a persona de Romagaga, ela é conhecida por isso e conquista seus fãs a partir da forma tosca e armengada de performar. Podemos pensar, pela mutação da tecnicidade, como a destreza de linguagem do YouTube não é aqui permeada pela limpeza da imagem e do som, mas pela incorporação de improvisos técnicos e linguísticos. Os fãs não a cobram pela qualidade de som e imagem, e sim que ela os faça rir (ver Figura 17).

Figura 17 – Comentário em paródia de Romagaga que mostra que a improvisação e o riso estão conectados para quem consome seus vídeos.



Fonte: <https://bit.ly/RomagagaPeruca>

No vídeo de Saullo Berck intitulado “Alejandro - Lady Gaga”¹²⁹, ele aparece vestido com um short preto bem colado mostrando seu corpo jovem longilíneo e magro, e um top com brilhantes, deixando seus mamilos à mostra. Saullo Berck marca elementos coreográficos, ao som da canção “Alejandro”¹³⁰ de Lady Gaga, em um cenário doméstico, que parece ser sua casa, com uma parede de cimento batido atrás e o chão de cimento batido da mesma forma. Tanto a parede e o chão reluzem o marrom-avermelhado da poeira do sertão do interior do

¹²⁹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=jW_3JX4N7k. Acesso em: 7 mar. 2020.

¹³⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=niqrmev4mA>. Acesso em: 2 jun. 2020.

Ceará. A câmera não se move e enquadra seu corpo inteiro à frente da casa. A iluminação solar externa é forte e produz sombras muito marcadas, o que nos ambienta em um lugar quente e muito ensolarado. Seu figurino é todo preto, o batom também, e a capa com a qual brinca durante o vídeo é feita de lona preta. Seus saltos altos, em alusão aos saltos de Gaga, são dois blocos de tijolo amarrados aos seus pés, conforme demonstram as figuras 18 e 19.

Figuras 18 e 19 – Saullo Berck em paródia postada em seu canal.



Fonte: <https://bit.ly/SaulloAlejandro>

No vídeo “Judas - Lady Gaga”¹³¹, Saullo dança em grupo a canção de mesmo nome do título do seu vídeo¹³². No figurino, o sapato de tijolo está presente, mas a lona preta não. Todos vestem roupas diferentes, mas com alguns elementos parecidos, como o casaco amarrado na cintura parecendo imitar uma saia. O chão e a parede de cimento batido continuam, mas dessa vez uma parte do portão aparece mostrando uma rua de terra. A coreografia segue o ritmo da música e, apesar de ter elementos parecidos com os da coreografia de Gaga e seus dançarinos, ela não é a mesma. A iluminação é externa, mas não está saturada, a câmera fica imóvel e o vídeo, gravado em um único *take*, acaba abruptamente, não tendo cortes de edição. Saullo mostra que a construção cultural de seus vídeos também perpassa a poética do armengue para se constituir enquanto uma paródia de Lady Gaga. Os saltos altos de marcas famosas se transformam em tijolos, os vestidos de gala se transformam em lonas pretas. As marcas sertanejas nordestinas, na luz e no cenário, indicam como Saullo reconfigura a canção em inglês de Gaga para uma realidade completamente distinta. O vídeo não tem apuro técnico, mas a sua dedicação à música pop chama atenção esteticamente.

¹³¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xbRjiXepitE>. Acesso em: 7 mar. 2020.

¹³² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wagn8Wrmzuc>. Acesso em: 2 jun. 2020.

Pensando as espacialidades a partir de Haesbaert (2014) podemos entender que estamos falando de algo que não é congelado no tempo, nem diz somente sobre algo fixo na paisagem ou cenários que analisamos, uma vez que se trata do “espaço entendido como produção social na interface entre aquilo que o filósofo Henri Lefebvre reconhece como o percebido, o vivido e o concebido — um espaço das representações, um espaço da vivência e um conjunto de representações do espaço” (HAESBAERT, 2014, p. 33). E é dessa forma que observamos que os vídeos de Romagaga e Saullo Berck nos mostram um espaço que, sendo doméstico ou não, articula relações múltiplas no que diz sobre representações e conexões com temporalidades e valores.

A questão das espacialidades nos parece importante para compor a poética do armengue porque nos mostra uma associação de suas figuras e vídeos com o espaço privado, o possível para gravação dos vídeos e expressão de suas performances transviadas. Mesmo quando saem de suas casas e vão para um espaço público, como nos vídeo de Romagaga “ROMAGAGA (Lady Gaga - Marry The Night Official Music Video COVER)”¹³³, em que ela dubla e dança a música “Marry the Night”¹³⁴ de Lady Gaga no centro de Mossoró, ou no vídeo em que Saullo e Romagaga, juntos, fazem o *featuring* (iremos falar sobre o *featuring* no YouTube mais a frente) “Saullo Becker ft Romagaga – Telephone”,¹³⁵ eles se apresentam no centro de uma cidade. O que observamos aqui é que os espaços não são escolhidos pelo seu potencial técnico de destreza de fotografia e direção de cena. A preocupação é fazer com o que o vídeo exista, dessa forma, a qualidade da luz, a forma como eles usam os objetos ao seu redor não dizem da apuração técnica, mas do fato de estarem se mostrando ao mundo. “Nessa direção, acena como uma possibilidade de nos fazer ver o ‘lugar social’ forjado para os sujeitos comunicativos, que nos diz sobre padrões de comportamento e possíveis rupturas” (CARDOSO FILHO; GUTMANN, 2019, p. 113).

Precisamos interpretar os espaços que esses corpos habitam e demonstram uma conexão que é local mas também é global porque é expressa a partir da sonoridade e de marcas performáticas da dança pop de Lady Gaga. Conceber esses cenários, lugares e territórios enquanto armengados não se trata somente de reafirmar que eles são pobres ou fazem parte da periferia social brasileira, mas também entendê-los como potência de transformação social. A maior

¹³³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DG8QYCCZrWw>. Acesso em: 7 mar. 2020.

¹³⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cggNqDAtJYU>. Acesso em: 2 jun. 2020.

¹³⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hxhHFTLNbak>. Acesso em: 7 mar. 2020.

parte desses vídeos citados até aqui é do início da trajetória artística de ambos, e fazem parte do processo que chamou a atenção nacional para suas performances que eram diferentes do que era o hegemônico do pop na época. Os corpos gendricados e sexuais dissidentes, geralmente relacionados aos espaços da boate gay ou os ambientes marginalizados de uma cidade (localizados na madrugada), são ressignificados por formas de habitar esse urbano em suas cidades nordestinas, que não fazem parte de circuitos de shows e apresentações de artistas internacionais, mas são compartilhados a partir de outros aspectos. Martín-Barbero fala sobre os espaços virtuais enquanto possibilidade de criação de laços e redes, sociabilidades que são construídas além da relação física das espacialidades.

E em nossas cidades, cada dia mais extensas, desarticuladas e violentas, o rádio, a televisão e a rede de computadores produzem um novo tipo de espaço compartilhado, capaz de oferecer maneiras de se contrapor ao isolamento de indivíduos e famílias, permitindo-lhes mínimos laços socioculturais. É o desequilíbrio gerado por um tipo de urbanização irracional do espaço que, de alguma forma, é compensado pela espacialidade comunicacional que tece as redes eletrônicas (MARTÍN-BARBERO, 2018, p. 27).

E esse espaço urbano é reapropriado de forma descolada do que poderíamos chamar de História Oficial. No vídeo já citado de seu cover da canção “Marry the Night”, Romagosa aparece em um monumento histórico, no centro de Mossoró, conhecido como Memorial da Resistência. Ao dançar e dublar uma canção de Lady Gaga, mostra um grafite em um dos muros do memorial. Vemos que a conexão com o espaço não é com a sua história oficial ou a representação de líderes históricos, mas o tempo e espaço são reconstruídos em articulação com outras referências, nesse caso, do pop-mundo de Lady Gaga. “O que se configura hoje, de maneira explícita na percepção dos mais jovens, é o surgimento de **culturas sem memória territorial**. Culturas que desafiam especialmente as imagens que os educadores têm do nacional” (MARTÍN-BARBERO, 1993, p. 63, grifos do autor, tradução nossa¹³⁶).

Quando estamos pensando em espacialidades, é na perspectiva de algo que vai além do espaço físico, e como entende Haesbaert não podemos compreender o espaço desconectado de suas temporalidades.

A relação indissociável entre espaço e tempo ou, no caso da Geografia, entre a espacialidade e a temporalidade do mundo que a sociedade produz pela

¹³⁶ Do original: “Lo que desde ellos se configura hoy, de una manera explícita en la percepción de los más jóvenes, es la emergencia de **culturas sin memoria territorial**. Culturas que desafían especialmente las imágenes que los educadores tienen de lo nacional”.

transformação da natureza, implica reconhecer que a única distinção possível entre Geografia e História, se quisermos manter a individualidade disciplinar, envolve o reconhecimento de duas perspectivas sobre a realidade social. Enquanto o olhar geográfico se estenderia mais sobre o mundo em sua coexistência ou simultaneidade (a condição de estar “lado a lado” de conviver ou, como afirma Massey [2008], de ser coetâneo), o olhar histórico enfatizaria o caráter consecutivo ou sequencial dos fenômenos (a condição de estar ‘um depois do outro’) (HAESBAERT, 2014, p. 35-36).

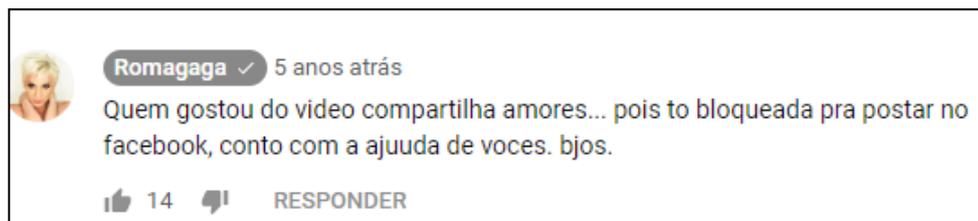
Dessa forma, o eixo tempos e espaços do mapa das mutações de Martín-Barbero se articula também a essa ideia, corroborando o entendimento entre tempos e espaços de forma simultânea. Haesbaert nos cobra, assim, a compreensão de que “todo espaço geográfico é *também* ação, movimento e representação simbólica” (HAESBAERT, 2014, p. 37, grifo do autor). Por isso, pensar o sertão nordestino e a casa como espaços que se conectam ao pop-mundo não é apenas como reforço desses espaços como inóspitos ou pobres, mas como lugares conectados. Os vídeos de Saullo Berck e Romagosa nos fazem convocar essa articulação entre tempo e espaço, desenhada pelo mapa das mutações, quando se apresentam como construção de espaços de forma diferenciada ao que hegemonicamente o sertão nordestino se apresenta. Se nos acostumamos a associar o sertão nordestino à ideia de pobreza e seca, eles constroem, a partir dos fluxos entre espaços privados e públicos, uma relação que denota um tempo que não é o do passado do sertão estagnado, e sim como construção de identidades que se dão a partir de referências globais, locais e conectadas. E se ao abordarmos espacialidades do sertão podemos fazer essas conexões, ao ver as temporalidades também. Ao analisarmos esses vídeos, bagunçamos o tempo do interior, do lugar inóspito sertanejo, e o tempo que remete ao passado, ligados ao estereótipo do sertão, para trazermos à tona um sertão pop, que está conectado e multiplicando suas relações com a diversidade. Obviamente que entendemos que existem inúmeras adversidades e desigualdades quando pensamos os diferentes aspectos do sertão nordestino, mas como pauta Martín-Barbero:

A periferia ou o subúrbio – nossos excessivos bairros de invasão, favelas – tornaram-se um lugar estratégico de reciclagem cultural: aquela cultura de repreensão na qual a cumplicidade criminal se mistura à solidariedade do bairro e à lealdade infalível, uma trama de trocas e exclusões que falam das transações morais sem as quais é impossível sobreviver na cidade, da miscigenação entre a violência que é sofrida e aquela da qual ela resiste, por meio de cumplicidades sonoras das melodias e ritmos étnico-regionais com os ritmos urbanos do rock e rap (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 11-12, tradução nossa¹³⁷).

¹³⁷ Do original: “La periferia o el suburbio - nuestros desmesurados barrios de invasión, favelas o callampas - se habían convertido en lugar estratégico del reciclaje cultural: esa cultura del rebusque en la que se mezclan la complicidad delincuenciales con solidaridades vecinales y lealtades a toda prueba, una trama de intercambios y exclusiones que hablan de las transacciones morales sin las cuales resulta imposible sobrevivir en la ciudad, del mestizaje entre la violencia que se sufre y aquella otra desde la que se resiste, a través de complicidades sonoras de las melodías y ritmos étnico-regionales con los ritmos urbanos del rock y del rap”.

E se no eixo tempos e espaços conseguimos fazer essas articulações acima, quando analisamos a partir do eixo migrações e fluxos, percebemos que essas imagens que se espalham pelas redes sociais digitais, como discutimos no capítulo anterior, não podem mais ser interpretadas como mídias que estão atreladas somente à plataforma YouTube. Podemos perceber isso pelo comentário feito por Romagaga no vídeo “Gaga Ft Xtina -To Congelada No Nitrogenio com o Dueto da Década” na Figura 20. Esses fluxos de imagens e sons se articulam aos espaços construídos por essas personas nas ambiências digitais que são compartilhados entre fãs de Lady Gaga, fãs das webcelebridades, *haters* e outros tantos sujeitos ali envolvidos pelos seus hábitos de consumo captados pelas lógicas do algoritmo da plataforma. Ou seja, falamos de um espaço físico que envolve as personalidades, como o cenário de seus vídeos, mas também do espaço simbólico compartilhado por elas e outros que as seguem.

Figura 20 – Comentário de Romagaga em vídeo postado em seu canal.



Fonte: <https://bit.ly/RomagagaPeruca>

Aqui podemos acionar também mediações comunicativas da cultura do mapa das mediações, de Martín-Barbero (1997), se pensarmos as relações algorítmicas das ambiências digitais, podemos analisar, pela mediação das institucionalidades, que as plataformas de redes sociais como o YouTube, Facebook e Instagram possuem regras de uso das comunidades virtuais que, quando descumpridas, podem ocasionar consequências como o banimento do usuário ou medidas mais severas. Essas atitudes mostram também como o entorno tecnocomunicativo reconfigura algumas regras sociais e leis que já existiam e mantém outras como, por exemplo, a proibição de conteúdo pornográfico no Instagram e YouTube, ou a proibição de disseminação de notícias falsas¹³⁸. O fato de que Romagaga clama para seus fãs

¹³⁸ Pesquisa mostra que a maioria dos brasileiros é favorável à regulamentação de redes sociais para combate à disseminação das chamadas *fake news* (notícias falsas, em português). Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/02/90percent-dos-eleitores-brasileiros-apoiam-regulamentacao-de-redes-sociais-para-combater-fake-news-diz-pesquisa-ibopec.ghtml>. Acesso em: 4 jun. 2020.

compartilharem seus vídeos por estar bloqueada¹³⁹ para compartilhar mostra que as institucionalidades das ambiências digitais agem em conteúdos que são considerados “impróprios”, mesmo que haja discussões sobre censura a conteúdos como os de influenciadores LGBTs por plataformas como o YouTube¹⁴⁰. Quando analisamos que as institucionalidades medeiam as matrizes culturais e as lógicas de produção, entendemos que os valores que permeiam as lógicas de produção dessas plataformas ainda possuem teores conservadores no que diz respeito às pautas de diversidade sexual e de gênero.

Quando Romagaga clama pelo compartilhamento de seu conteúdo para diferentes redes sociais, observamos como as ritualidades, as gramáticas da ação no termos de Martín-Barbero (1997), se configuram não mais a partir dos formatos industriais, mas na relação com os fluxos audiovisuais. Esses produtos audiovisuais se espalham em diferentes redes, pelo computador, pelo *smartphone*, pela televisão, pela internet, no que convencionamos chamar de processo de viralização. E é nesse processo que as webcelebridades constituem conexão com diferentes públicos na disputa por visibilidades. Visibilidades, no entorno tecnocomunicativo, podem significar renda, mais patrocinadores, mais capital simbólico para o seu trabalho e, provavelmente, mais fãs.

Apostamos aqui que a poética do armengue contribui para a visibilidade desses canais e personas na internet. Se a Rede Globo de televisão, maior emissora aberta de radiodifusão brasileira, mantém até os dias de hoje o Padrão Globo de Qualidade¹⁴¹, percebemos que no YouTube, produtos e produtores se apresentam pelo que estamos denominando de poética do armengue. E essas dimensões plásticas e técnicas do audiovisual não são pautadas pelo critério hegemônico de “qualidade”. Inclusive, o fato de não ter qualidade chama a atenção pelo aspecto tosco e contrastante entre o universo do pop que, geralmente, é marcado por grandes investimentos financeiros, e o universo dessas paródias no YouTube.

Nesse sentido, tomamos as tecnicidades como uma mutação relevante para entendermos os produtos analisados, porque a questão aqui não está centrada nos aparatos tecnológicos utilizados. Não precisamos saber qual aparelho de gravação de Romagaga ou Saullo Berck ou

¹³⁹ Não identificamos em suas redes sociais o motivo pelo qual Romagaga foi bloqueada pelo Facebook, mas entendemos que independentemente do motivo, existe um debate sobre censura de conteúdos transviados por algoritmos de redes sociais.

¹⁴⁰ Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2017/03/20/youtube-e-acusado-de-censurar-canais-e-cantores-com-tematica-lgbt.htm>. Acesso em: 4 jun. 2020.

¹⁴¹ Para mais informações ver discussão em Gomes (2011a).

quais recursos técnicos eles utilizam para editarem os vídeos e subirem para a plataforma. O próprio YouTube disponibiliza a possibilidade de edição na sua ambiência para os usuários. E a destreza discursiva aqui não se relaciona ao fato de os elementos formais do audiovisual serem utilizados de forma “apurada” ou “profissional”, mas ao fato de conseguirem se utilizar do armengue e dos elementos improvisados de seus contextos de vida para ganharem status e visibilidade no universo midiático do YouTube.

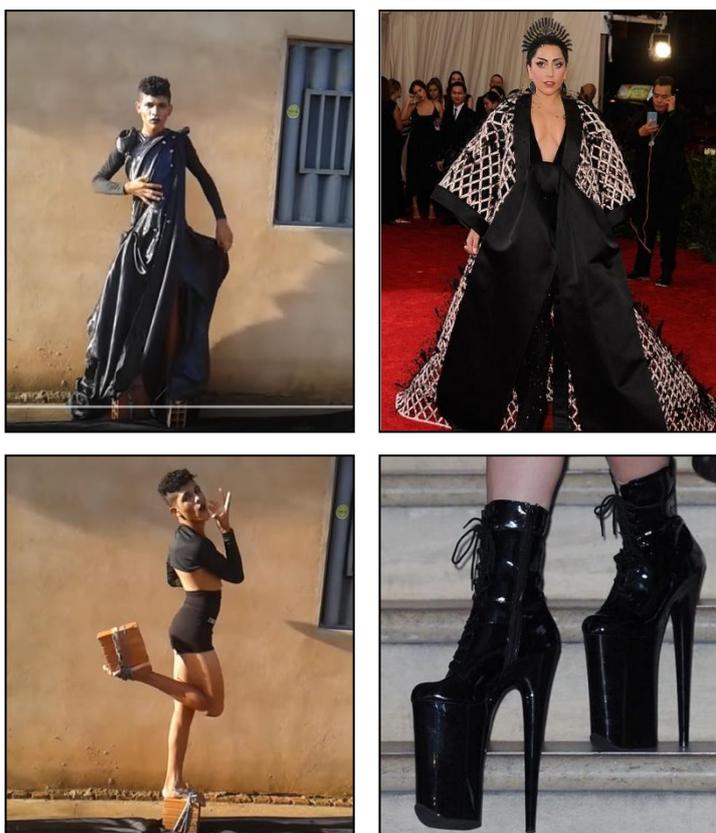
Martín-Barbero (2009b) propõe, no mapa das mutações culturais, a aproximação entre tecnicidades e identidades. Essas duas mutações aparecem, como já vimos, ligando tempos e migrações (identidades) e tempos e fluxos (tecnicidades). Analisar o YouTube “pressupõe compreender gramática e formas expressivas que ali constituem subjetividades. O corpo, a gestualidade, os links, os modos de registro, cenários, tipos de edição etc. são dimensões de tecnicidades” (ANTUNES; GUTMANN; MAIA, 2018, p. 111). Por isso, nossa análise amplia o olhar para compreender as materialidades dos vídeos no YouTube não apenas como mídia ou formato, mas como hipertextos e palimpsestos que se conectam em múltiplas temporalidades e espacialidades. “Acompanhando esse processo, novos regimes estéticos, especialmente ligados à mutação sofrida pela arte, também emergem hoje quando a digitalidade e a conectividade começam a questionar a excepcionalidade das ‘obras’ e a obscurecer a singularidade do ‘artista’” (MARTÍN-BARBERO, 2010b, p. 20, tradução nossa¹⁴²).

Quando analisamos as roupas que Saullo Berck usa vemos que existe uma reapropriação de elementos que fazem parte da sua vida cotidiana e do seu contexto, para se criar uma homenagem às roupas, sapatos que as divas do pop usam. No caso de Saullo, os saltos altos de Lady Gaga se tornam tijolos, e os vestidos se tornam sacos pretos (Figuras 21 a 24). A paródia é construída enquanto performance de feminilidades do pop, há aí comportamentos restaurados da vestimenta, da dança, do gestual, porém desestabilizados por performances do transviado no contexto brasileiro e nordestino. Ganhando relevo a forma do sentido de performance enquanto ação transcultural (TAYLOR, D., 2013). Percebemos como as tecnicidades dizem também sobre o modo de se apropriar das técnicas de figurino e maquiagem. “Por outro lado, estamos passando por uma revolução tecnológica cuja

¹⁴² Do original: “Acompañando ese proceso emergen también hoy nuevos regímenes estéticos especialmente ligados a la mutación que sufre el arte cuando la digitalidad y la conectividad comienzan a poner en cuestión la excepcionalidad de las ‘obras’ y a opacar la singularidad del ‘artista’”.

peculiaridade não reside tanto em introduzir em nossas sociedades uma quantidade incomum de novas máquinas, mas em configurar um novo modo de relacionamento entre processos simbólicos” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 23-24, tradução nossa¹⁴³).

Figuras 21 a 24 – Saullo Berck em paródia acima e abaixo à esquerda e Lady Gaga em evento acima e abaixo à direita.



Fonte: <https://bit.ly/SaulloAlejandro>; <https://bit.ly/GagaBlackDress>; <https://bit.ly/GagaHeels>

As roupas armengadas de Saullo nos mostram que sua identidade transviada perpassa uma relação de fluidez com a forma com que se apropria das técnicas de vestimenta e de destreza discursiva do vídeo no YouTube. Percebemos aqui uma relação forte com a expressão de uma identidade sexual e de gênero dissidente que se dá em conexão com a performance feminilizada de Lady Gaga, mas que se constrói a partir de elementos contextuais brasileiros. “Nesse sentido, os sujeitos LGBTQ criam possibilidade de existência fora de marcadores que enquadram suas experiências de vida em padrões de nascimento, casamento, reprodução/sexualidade e morte” (GUTMANN; MOTA JR.; SILVA, 2019, p. 84). Podemos

¹⁴³ Do original: “De otra parte, atravesamos una revolución tecnológica cuya peculiaridad no reside tanto en introducir en nuestras sociedades una cantidad inusitada de nuevas máquinas sino en configurar un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos”.

observar o mesmo nos vídeos de Romagaga quando ela se utiliza de elementos improvisados para compor seus *looks* de Lady Gaga, sejam perucas, sapatos de salto alto ou adereços. “Aprofundando a divisão internacional do trabalho, a tecnicidade-mundo perturba as condições de produção, re-articulando as relações entre os países por meio de uma descentralização que concentra poder econômico e uma deslocalização que empurra a hibridização das culturas” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 24, tradução nossa¹⁴⁴).

Identificamos a poética do armengue como essa relação que os vídeos têm com o improviso de técnicas, mas também como uma forma de mostrar suas performances transviadas conectadas a uma performance de feminino de Lady Gaga. Essas se conectam na homenagem, mas também transbordam para a construção de visibilidade pelo exótico, enquadramento que a maioria das referências às figuras de Romagaga e Saullo Berck recebe na mídia nacional¹⁴⁵.

3.2 HUMOR TRANSVIADO

O humor e o riso estão fortemente presentes nas paródias de Lady Gaga que analisamos nesse trabalho. Interessa-nos saber como essas dimensões atuam em articulação com a cultura pop-mundo e as performances transviadas no Brasil. Entendemos que o riso pode nos indicar uma série de questões que nos dizem sobre o contexto brasileiro e sua relação com corpos e identidades sexuais e de gênero dissidentes. Queremos reafirmar que, ao dividir esse capítulo em chaves analíticas, não estamos dizendo que a questão do humor aparece somente nas paródias que analisaremos nessa seção. De certa forma, as paródias que analisaremos aqui trazem questões da poética do armengue, assim como o humor também aparece nas paródias de Saullo Berck e Romagaga analisadas anteriormente. Portanto, nosso objetivo não é classificar as paródias em categorias estanques, mas articulá-las para que consigamos analisar o material a partir da nossa questão de pesquisa.

É importante ter em mente que o humor e o que nos faz rir são conceitos já debatidos academicamente, mas que não necessariamente são/foram tratados como temas de grande valor por pesquisadores e pesquisadoras. Na área de Comunicação o que entendemos é que durante muito tempo existia uma divisão entre o que se poderia ser pesquisado de forma

¹⁴⁴ Do original: “Al mismo tiempo, al profundizar la división internacional del trabajo la tecnicidad-mundo trastorna las condiciones de producción rearticulando las relaciones entre países mediante una des-centralización que concentra el poder económico y una des-localización que empuja la hibridación de las culturas”.

¹⁴⁵ Como podemos ver nas seguintes matérias: <https://www.youtube.com/watch?v=gsK92gbFzQ> e <https://bit.ly/3grL0a7>. Acesso em: 13 jun. 2020.

relevante e o que não poderia. De certa forma perduram “as considerações dicotômicas entre ‘cultura’ e ‘entretenimento’, ‘razão’ e ‘prazer’, oposições que escondem um contraste valorativo ainda mais antigo e profundo, sustentado pelo embate filosófico entre cognição, geralmente relacionado ao discurso racional, e sensibilidade” (GUTMANN, 2009, p. 1). Entendemos, assim, humor e riso como elementos constitutivos das paródias estudadas, o que também não significa, como vimos no capítulo anterior, posicioná-los como características natas das paródias.

Propp (1992) sustenta que rimos do que é ridículo, uma vez que “existem, certamente, outras causas também, mas esta é a mais comum e natural. No entanto, a afirmação de que ‘o homem ri do ridículo’ é uma tautologia que não esclarece nada” (PROPP, 1992, p. 41). Partindo desse princípio o autor afirma que precisamos definir melhor o que é o ridículo que nos faria sempre rir e conclui que o riso é uma punição que a natureza dá por um defeito qualquer oculto ao ser humano, e esse defeito, para causar humor, precisa ser revelado repentinamente (PROPP, 1992).

Para o autor, o primeiro motivo que nos causa o riso é o corpo. O ser físico é a primeira camada a nos causar o humor. É possível articular isso à noção de performance incorporada que utilizamos nessa pesquisa a partir de Diana Taylor (2013), na qual o corpo é uma das dimensões materiais das performances analisadas e, por isso, ganha uma relevância maior nos estudos de performance. Conforme Propp, “toda particularidade ou estranheza que distingue uma pessoa do meio que a circunda pode torná-la ridícula” (PROPP, 1992, p. 59) e, conseqüentemente, causar o riso. Daí porque vemos, geralmente, atributos físicos de diferentes corpos sendo objetos do riso; temos um humor contra minorias (mulheres, negros, gordos, LGBTs etc.) sendo exaltado por tanto tempo em diversas culturas e tido como normal.

Já para Acselrad (2009, p. 4), “o riso revela o não normativo, o desvio, o indizível como fazendo parte da existência”, ou seja, é quando o humor e o riso são ativados por algo considerado desviante que conseguimos saber então o que seria a norma em um contexto específico. O humor pode ser entendido também como lugar de resistência à norma estabelecida, mesmo que seja usado como reiteração do status quo. “O riso é sempre uma afronta à ordem estabelecida. É sempre da ordem do outro, do fora. O trocadilho, o chiste, o jogo de palavras são afrontas à ordem gramatical, à ordem que liga as palavras e as coisas. Irrupção do inesperado, do radicalmente novo, do inusitado” (ACSELRAD, 2009, p. 6).

Devemos nos atentar para o fato de que, quando falamos de humor, assumimos uma abordagem estritamente contextual. “Lá, onde um ri, outro não ri. A causa disso pode residir em condições de ordem histórica, social, nacional e pessoal. Cada época e cada povo possui seu próprio e específico sentido de humor e de cômico, que às vezes é incompreensível e inacessível em outras épocas” (PROPP, 1992, p. 31-32). Ao partirmos da abordagem dos estudos culturais estamos entendendo que a noção do que chamamos de performance transviada é numa relação com o contexto brasileiro, assim como a de paródia. Ao analisarmos o humor e o riso nessas paródias, elas vão nos mostrar valores que são próprios de tempos e espaços, mas que também podem se transformar.

As formas paródicas que analisamos nessa dissertação nos fazem pensar em diferentes modos de conexão e afastamento com a noção de humor. Como Propp (1992) analisa, a paródia é um dos exemplos de como o humor pode ser desenvolvido. “A figura do homem, suas idéias, suas aspirações são ridicularizadas de modos diferentes. Existem, além disso, meios comuns para diferentes objetos de derrisão como, por exemplo, a paródia” (PROPP, 1992, p. 30). Para o autor, nesse sentido, “é possível, a rigor, parodiar tudo: os movimentos e as ações de uma pessoa, seus gestos, o andar, a mímica, a fala, os hábitos de sua profissão e o jargão profissional; é possível parodiar não só uma pessoa, mas também o que é criado por ela no campo do mundo material” (PROPP, 1992, p. 84).

No Brasil, podemos convocar diferentes matrizes culturais do humor, desde o circo, histórias orais, teatro e televisão, que perpetuam uma representação de personagens LGBTs a partir de estereótipos negativos e que os colocam como objeto do riso. Podemos citar alguns exemplos de um número muito maior desses personagens que participaram de programas humorísticos na televisão brasileira em períodos mais recentes e antigos, como os personagens Patrick, Pitibicha e Pitibitoca (*Zorra Total*, Rede Globo), Seu Peru (*Escolinha do Professor Raimundo*, Rede Globo) e Bofê de Elite (*Show do Tom*, Rede Record) (ver Figuras 25 a 28). A partir do eixo diacrônico do mapa das mediações, que liga as matrizes culturais aos formatos industriais, Martín-Barbero (1997) nos instiga a interpretar como certos valores foram sendo incorporados a diferentes programas ao longo do tempo e sendo modificados em um caminho histórico percorrido por distintas temporalidades. A partir desses exemplos que citamos, vemos que a figura de personagens dissidentes sexualmente ou de gênero eram colocadas, majoritariamente, no lugar de chacota e como o motivo do riso pela televisão.

Figuras 25 a 28 – Personagens humorísticos da televisão brasileira: Patrick do *Zorra Total* (Rede Globo) acima à esquerda, Pitibicha e Pitibitoca do *Zorra Total* (Rede Globo) acima à direita, Seu Peru da *Escolinha do Professor Raimundo* (Rede Globo) abaixo à esquerda e Bofe de Elite do *Show do Tom* (Rede Record) abaixo à direita.



Fonte: <https://bit.ly/PatrickZorra>; <https://bit.ly/Pitibicha>; <https://bit.ly/SeuPeru>; <https://bit.ly/BofedeElite>.

Com esse argumento, sustentamos que existe um humor transviado que aparece nas paródias de distintas formas, nem sempre como resistência, mas geralmente como estratégia de riso. Não estamos dizendo que representações negativas de personagens LGBTs não existem mais, ao contrário, elas ainda são atuantes, inclusive como convenção de humor nas performances transviadas. Afirmamos, sim, que elas são disputadas. Os mapas de Martín-Barbero nos ajudam a entender as distintas temporalidades com as quais analisamos questões na sociedade, cultura e política. Por isso, não estamos traçando aqui uma linha do tempo onde o ponto de transformação dessas representações seria o presente. Mas, entendemos que esse humor transviado é construído e reiterado a partir de diferentes lugares, sendo um deles as paródias audiovisuais de Lady Gaga no YouTube.

Começamos então refletindo sobre uma linguagem utilizada em alguns dos vídeos e que é própria de parte da comunidade LGBT brasileira. Estamos falando de termos e palavras de grande adesão por uma parte do público LGBT, utilizados como forma de expressar situações e sentimentos que compartilham entre si em experiências diversas dos seus cotidianos. A linguagem recebeu o nome de Pajubá ou Bajubá porque tem sua origem no Iorubá, língua africana trazida para o Brasil com os negros escravizados na época colonial. O Pajubá começa a ser utilizado, principalmente, na época da ditadura civil-militar “por conta da repressão policial ou para despistar a presença de alguém indesejado, especialmente, travestis e transexuais, constituindo, com isso, uma forma de ato político calcado na ideia de performatividade da linguagem, potência de subversão e resistência” (MEIRA, 2019, p. 284).

O Pajubá ganha seu primeiro documento oficial em 1995 no Brasil com o livro intitulado *Diálogo de Bonecas*, organizado por Jovanna Baby, presidente da extinta Astral (Associação de Travestis e Liberados) do Rio de Janeiro e considerada a fundadora do Movimento Organizado de Travestis e Transexuais no Brasil. No documento, havia mais de 800 palavras utilizadas por esses grupos, inclusive boneca que era uma das formas de se referir às travestis (ELER, 2018). “Para Lima [autor de uma tese sobre linguagens pajubeyras], mais do que um ‘dialeto LGBT’, as ‘linguagens pajubeyras’, como chama, funcionam como um instrumento linguístico-cultural que desafia normas de gênero e sexualidade” (ELER, 2018).

A defesa é a de que essa linguagem pode ser uma forma de resistência que se constrói como um lugar de desestabilização da heteronormatividade. “Todos os idiomas separam a maior parte de suas palavras em masculino ou feminino (**a** geladeira, **o** relógio). O pajubá, então, rompe com isso colocando terminações com ‘a’ em palavras masculinas para feminilizá-las – lê-se aqui, a ‘prédia’; a ‘relógia’; a ‘dicionária’” (ELER, 2018, grifos do autor). Para Lima (2017), o pajubá parte da própria língua portuguesa em articulação com termos do Iorubá e de outras línguas para causar fissuras em uma proposta colonial de uniformização cultural. “O pajubá, ao incidir sobre o corpo da língua, de sua própria estrutura linguística, fatura a velha noção colonial sobre a qual o imaginário nacional se solidifica: uma língua una e homogênea” (LIMA, 2017, p. 8).

A paródia intitulada “Telefone - Rose, a Doméstica das Bicha feat. Dona Bicha”¹⁴⁶ do canal Lindsay Paulino, com 58 mil inscritos no YouTube,¹⁴⁷ é um exemplo de como se dá essa articulação com o Pajubá. Lindsay Paulino é ator e trabalha com programas e seriados humorísticos na televisão e na internet e seu canal possui paródias, esquetes e gravações de apresentações no teatro. A principal personagem humorística desenvolvida pelo ator é conhecida como Rose, a doméstica das bichas, uma mulher pobre que trabalha como doméstica principalmente para homens gays. Na paródia analisada da música Telephone¹⁴⁸, parceria de Lady Gaga e Beyoncé, Rose relata o cotidiano de trabalho para seu patrão que é gerente das lojas de departamento C&A e é denominado somente como Dona Bicha. Aqui vemos que o jogo entre as palavras no feminino e masculino é utilizado como uma estratégia de humor a partir da relação com o Pajubá. Na letra da paródia, percebemos que a entonação das palavras pela personagem Dona Bicha é utilizada como uma forma de causar riso, como a pronúncia da palavra gerente que vira “zerente”, além da expressão “dar o equê”, que se refere ao fato do patrão estar lhe enganando.

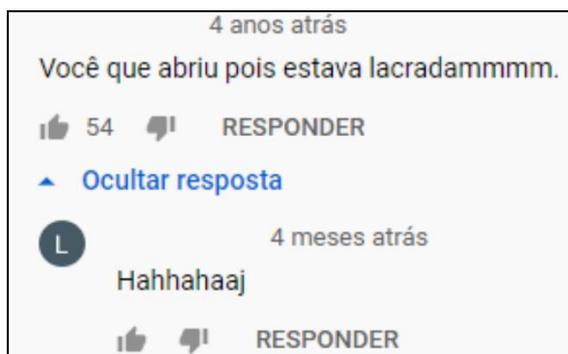
Podemos pensar o Pajubá não só pelas palavras e expressões utilizadas, mas também pela forma e entonação de como se fala. Articulando as mutações de tecnicidade e identidade no mapa de Martín-Barbero (2009b) podemos perceber como, em Lindsay, o Pajubá é articulado à identidade gay dos personagens tratados na história. Como podemos ver na Figura 29, essas relações são identificadas pelo público que assiste como um dos elementos que causam o humor. A palavra “lacrada” é pronunciada de uma forma que o final da sílaba nasal se estenda.

¹⁴⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Uz4RmwParx8>. Acesso em: 11 jun. 2020.

¹⁴⁷ Informação verificada em junho de 2020.

¹⁴⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EVBSypHzF3U>. Acesso em: 11 jun. 2020.

Figura 29 – Comentários feitos em vídeo de Lindsay Paulino.



Fonte: <https://bit.ly/RoseBichas>.

O vídeo intitulado “Lady Gaga - Applause (Paródia/Redublagem)”¹⁴⁹ é uma paródia produzida para o antigo VakaLoka, canal do YouTube especializado em produção de paródias, mas que tem o nome hoje de Steven Cruz, o criador do VakaLoka e produtor das paródias apresentadas no canal. Steven possui hoje 776 mil inscritos¹⁵⁰ e produz paródias dos mais variados itens da cultura pop, desde músicas, filmes, séries e jogos eletrônicos. Nessa paródia feita por Steven, da canção “Applause”¹⁵¹ de Lady Gaga, ele dubla o videoclipe da cantora com uma letra que fala sobre feitiçaria e a arte estranha feita pela artista. Em um dos momentos a letra diz: “eu vivo pra causar, ousar, causar” (ver Figura 30), em outro, a letra entona “com meu cajado mágico te transformo em travesti” (Ver figura 31). Os verbos causar e ousar se referem aqui a uma performance extravagante e que chama a atenção. Esses momentos mostram como a paródia feita de uma canção de Lady Gaga, que não se utiliza de uma linguagem pajubeyra, é reescrita a partir do contexto local com uma nova linguagem. Isso pode ser visto no comentário do usuário que incentiva o canal a continuar “lacrando” ou do público que ri junto com essa utilização (ver figuras 32 e 33). Percebemos como a utilização do Pajubá, nesse exemplo, é reverenciada como uma qualidade do produtor que tem a destreza da linguagem para fazer paródias engraçadas.

Figuras 30 a 33 – Acima imagens da paródia do canal Vakaloka para a música “Applause” de Lady Gaga e abaixo dois comentários feitos no vídeo postado.



¹⁴⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hP22FE9cNd4>. Acesso em: 11 jun. 2020.

¹⁵⁰ Informação verificada em junho de 2020.

¹⁵¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pco91kroVgQ>. Acesso em: 11 jun. 2020.

Quando pensamos nessas questões, vemos como “o reforço identitário que esses fenômenos ganham na relação com a internet indica um importante lugar para se reconhecer essas transformações, evidenciadas não só por novas formas ou formatos, mas por outras gramáticas de produção e consumo” (GOMES et al., 2017, p. 136). Entendemos que a utilização dessa linguagem como uma forma de causar humor é também a reafirmação da possibilidade de ser resistência em uma arena de disputas desiguais. Se o Pajubá, na ditadura, era utilizado como uma forma secreta de contravenção ao sistema, hoje é utilizado abertamente como uma prática de afirmação, resistência e diferenciação a partir dos vídeos. E se a cultura é vista por nós como um lugar de disputa pela hegemonia, temos que entender que é na cultura que os processos de resistência se constroem. “Se no passado os oprimidos eram organizados como sujeitos – nações, etnias, regiões – para conseguir sua emancipação, agora esses atores e o sistema político em geral são impotentes, corruptos e ineficazes. Quem mais perturba a máquina: movimentos sociais ou hackers dispersos?” (CANCLINI, 2018, p. 98, tradução nossa¹⁵²). E essa resistência, que faz parte dos processos de constituição de identidades, é conectada a diferentes formas de fazer parte da história e da destreza de criar as paródias no YouTube.

O que galvaniza as identidades hoje como um mecanismo de luta é inseparável da demanda por reconhecimento e significado, e nem uma nem a outra são formuláveis em meros termos econômicos ou políticos, uma vez que ambas são referidas ao cerne da cultura, como um domínio de pertencer e compartilhar. Razão pela qual a identidade é hoje a força mais capaz de introduzir contradições na hegemonia da razão instrumental (MARTÍN-BARBERO, 2010a, p. 22, tradução nossa¹⁵³).

Dessa forma, nos interessa interpretar o Pajubá como parte de identidades e performances transviadas que partem de uma relação articulada enquanto resistência, como fissuras na gramática e em performances heteronormativas. Percebemos isso nas oralidades, nos corpos e gestualidades presentes nos vídeos e nos seus modos de consumo, pelos comentários, como uma dinâmica de partilha construída a partir do humor. Acreditamos na força do Pajubá para além da linguagem verbal, como expressão das identidades sexuais e de gênero dissidentes desses jovens que produzem audiovisual em fluxo para o YouTube. Podemos pensar o Pajubá

¹⁵² Do original: “Si en el pasado los oprimidos se organizaban como sujetos — naciones, etnias, regiones — para lograr su emancipación, ahora esos actores, y el sistema político en general, se muestran impotentes, corruptos, ineficaces. ¿Quién perturba más a la máquina: los movimientos sociales o los dispersos hackers?”.

¹⁵³ Do original: “Lo que galvaniza hoy a las identidades como motor de lucha es inseparable de la demanda de reconocimiento y de sentido, y ni el uno ni el otro son formulables en meros términos económicos o políticos, pues ambos se hallan referidos al núcleo mismo de la cultura, en cuanto ámbito del pertenecer a y del compartir con. Razón por la cual la identidad se constituye hoy en la fuerza más capaz de introducir contradicciones en la hegemonía de la razón instrumental”.

como uma forma paródica da língua, mas que transborda para a performance desses corpos materializados em vídeos e em seus comentários. O Pajubá está nos termos orais, na forma de falar, no modo de se vestir e de se movimentar e se articula com a cultura pop-mundo. Está também, na forma de se fazer humor transviado. Se pensarmos em Saullo Berck e em seus sapatos de tijolo e roupas de lona preta, não seria esse figurino uma forma pajubeyra de criar humor e disputar visibilidade nesse entorno tecnocomunicativo?

Articulando isso ao que Martín-Barbero nos propõe a observar pelo mapa das mutações culturais sobre fluxos e migrações e tempos e espaços, podemos pensar também como essas ligações se constroem pela forma, além do conteúdo. Quando analisamos como esses vídeos são compartilhados e em quais formatos, não podemos deixar de acionar as relações com os memes e virais em diversas ambiências digitais. É importante ressaltar também que, em plataformas como o YouTube, podemos fazer conexões que dizem sobre matrizes culturais e midiáticas do mundo da internet e de outras mídias como a televisão e o rádio. “Na medida em que o clipe e a paródia vão se tornando mais conhecidos, é para a internet, com a sua lógica de disponibilidade dos produtos, que os espectadores procuram” (SOARES, 2009, p. 11).

Algo que imediatamente nos chama a atenção ao analisarmos os vídeos do *corpus* é como as paródias são construídas a partir de uma linguagem jovem própria da internet. As paródias articulam memes e se tornam memes em si próprias, investem no *remix* de imagens e sons para construir diversos efeitos, principalmente o riso. Como já desenvolvemos anteriormente, a noção de fluxos de Martín-Barbero (2009b) desestabiliza a ideia de formatos industriais (como era desenvolvida no mapa das mediações). Formatos e programas se transformam nesse mundo globalizado, marcado pelo compartilhamento e pela produção em larga escala de audiovisuais que atravessam diferentes plataformas de redes sociais. “O rádio veio ritmar a jornada doméstica, dando forma, pela primeira vez, com seu fluxo sonoro, ao *continuum* da rotina cotidiana. De uma ponta à outra do espectro cultural, o fluxo implica dissolvência de gêneros e exaltação expressiva do efêmero” (MARTÍN-BARBERO; REY, 1999, p. 26, tradução nossa¹⁵⁴).

¹⁵⁴ Do original: “la radio vino a ritmar la jornada doméstica dando forma por primera vez, con su flujo sonoro, al continuum de la rutina cotidiana. De una punta a la otra del espectro cultural, el flujo implica disolvencia de géneros y exaltación expresiva de lo efímero”.

Entendemos que “os memes são um lugar para entender o público, os fluxos de mídia e a circulação da cultura popular e política. Os memes agem de forma constitutiva e trabalham para criar narrativas e informações importantes da mídia em uma cultura em rede” (BURROUGHS, 2013, p. 259, tradução nossa¹⁵⁵). Dessa forma, podemos perceber diferentes formas meméticas trabalhadas com objetivos distintos e formatos diferentes em ambiências digitais e que têm como princípio o compartilhamento em larga escala e a reformulação do próprio conteúdo compartilhado a partir dos usuários que vão consumindo e replicando. “Cada meme pode ser compartilhado e modificado milhares de vezes, gerando efeitos diversos e potencialmente contraditórios” (CARNIEL; RUGGI; RUGGI, 2018, p. 524).

Conseguimos pensar em memes hoje que se articulam à cultura popular para divulgar artistas e produtos culturais, memes políticos¹⁵⁶, memes que se utilizam de humor *nonsense*, memes específicos para certos nichos culturais e *fandoms* (grupos de fãs específicos de algum artista ou produto), além de muitos outros. Os memes se tornaram forma de partilha identitária em ambiências digitais. Utilizam-se do humor, na maioria das vezes, para demonstrar algum tipo de opinião, crítica ou comentário cultural. Assim, os memes têm enunciação de humor ou comicidade que “permite a objetificação estereotipada com a finalidade de promover a brincadeira, o riso, o deboche, a zoeira ou o pastiche, dependendo para isso de um repertório comum que ancora os conteúdos transmitidos” (CARNIEL; RUGGI; RUGGI, 2018, p. 524).

Entendemos os memes não como meros conteúdos cômicos compartilháveis, mas como mediações e mutações culturais, uma vez que não estamos abordando a esfera da produção dissociada da esfera da recepção e de seus contextos. Compreender os memes só é possível pela articulação desses âmbitos, “o público, por meio de memes, desempenha um papel ativo no remix, rearticulação e digestão da cultura popular. Enquanto circulam as articulações da

¹⁵⁵ Do original: “Memes are a site for understanding audiences, media flows and the circulation of popular culture and politics. Memes act constitutively and work to make salient disparate media narratives and information within a networked culture”.

¹⁵⁶ Sobre os memes políticos, Chagas (2018, p. 10) ressalta: “Definimos, de modo abrangente, os memes políticos como fórmulas discursivas ou artefatos culturais que, a partir de uma interação com seus congêneres, e através de um processo de circulação em diferentes redes sociais, são capazes de despertar ou demonstrar o engajamento político do sujeito ou ainda socializá-lo com o debate público, através de uma linguagem metafórica e orientada à construção de um enredo ou enquadramento próprios, que fazem uso, muitas vezes, de referências da cultura popular”.

cultura popular, os memes também formam um tipo de canal de distribuição” (BURROUGHS, 2013, p. 259, tradução nossa¹⁵⁷).

O contexto é essencial para entendermos as relações entre os memes e o público consumidor. O riso e o humor só se efetivarão se existirem conexões culturais prévias entre os temas e imagens tratados nos memes. Ao proporcionarem “a remixagem do desconhecido com o familiar e do individual com o coletivo, os memes de Internet funcionam como uma espécie de ‘língua franca da mídia participativa’, traduzindo discursos dispersos e fazendo-os circular entre públicos consideravelmente extensos” (SANTOS, 2019, p. 6). Os memes podem funcionar, assim, como meio de conexão entre pessoas e também como forma de engajamento político. A análise das paródias trouxe à tona que muitas delas são compartilhadas como memes, como uma forma viral na internet de consumo de conteúdo considerado humorístico. O humor transviado, dessa forma, também se utiliza desses recursos como forma de engajamento, o que não quer dizer que os memes não podem ser utilizados como forma de reprodução de valores conservadores e retrógrados.

É necessário, portanto, um olhar crítico e atento para o caráter ambivalente dos multimodais, ou seja, para o fato de que a ‘criatividade vernacular’ fundamental para a criação, reprodução e transformação de memes de Internet para além dos tradicionais gatekeepers da mídia pode ser igualmente utilizada para a produção de sentidos antidemocráticos, conservadores, racistas, homofóbicos e misóginos (SANTOS, 2019, p. 7).

A circulação dos vídeos que mostram os fãs de Gaga, os *Little Monsters*, indo aos seus shows no Brasil é tomada aqui como paródia. Várias figuras, com roupas extravagantes em referência ao figurino da cantora¹⁵⁸, viralizaram na época dos shows em São Paulo e no Rio de Janeiro, em 2012. Estamos considerando os vídeos sobre esses fãs paródias de Lady Gaga na medida em que esses sujeitos configuram performances transviadas a partir de referências à performance da artista. Muitas dessas figuras (ver Figuras 36 e 37) foram compartilhadas em fóruns na internet e em vídeos como forma de chacota, mas também com apreço pela dedicação em se destacarem entre a comunidade de fãs no Brasil. “Várias dessas expressões têm sido ampliadas e ganham notável visibilidade a partir da forma como algumas LGBTQs

¹⁵⁷ Do original: “Audiences, through memes, play an active role in re-mixing, re-articulating, and digesting popular culture. While circulating audience articulations of popular culture, memes also form a kind of distribution channel”.

¹⁵⁸ Durante a turnê Monster Ball Tour, os fãs com as roupas mais extravagantes eram recompensados com um espaço exclusivo na frente do palco para terem interação direta com Lady Gaga durante o show.

performam a si nessas semiosferas digitais, altamente articuladas ao pop e que fazem pensar na constituição de Memes Transviados” (HENN; GONZATTI, 2019, p. 44).

Figuras 36 e 37 – Fãs brasileiros na fila de show de Lady Gaga no Rio de Janeiro em 2012.



Fonte: <https://bit.ly/FãsShow>.

Os fluxos propostos por Martín-Barbero (2009b) nos fazem perceber que essas imagens são compartilhadas e postadas em plataformas online com diferentes propostas e motivos. O primeiro fã da foto que está com um salto alto extremamente grande teve o vídeo da sua chegada ao show viralizado e tornado meme. O canal Jota M, que possui 12,6 mil inscritos¹⁵⁹, é especializado em compartilhar memes em formatos audiovisuais no YouTube. Um dos primeiros vídeos postados no canal é “Chegada triunfal no show da Lady Gaga (pagando maior mico)”¹⁶⁰, nesse vídeo vemos o fã da figura 38 chegando à fila do show de Lady Gaga no Brasil com uma amiga o ajudando a andar com os saltos altos. No vídeo, percebemos que a pessoa que grava a chegada está rindo, debochando da cena (não temos como afirmar quem é o autor do vídeo, e se ele é Jota M). Pelo próprio título do vídeo postado e sua descrição, “Fã de Lady Gaga pagando o maior mico... A bicha queria uma entrada triunfal, mas ela caiu do salto em todos os sentidos!!!!”, vemos que o objetivo da postagem nesse canal era rir da cara do fã. O vocativo bicha, na descrição do vídeo, também mostra a intenção homofóbica do canal, mesmo que compreendamos que o termo é utilizado com outras apropriações, inclusive de autoafirmação em outras paródias, como veremos mais a frente. No vídeo, vemos o fã desequilibrando-se e caindo várias vezes ao chão, enquanto fuma um cigarro com uma mão e

¹⁵⁹ Informação verificada em junho de 2020.

¹⁶⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RfcnyOp5msY>. Acesso em: 13 jun. 2020.

segura a mão da amiga com a outra. Várias pessoas que estão na situação filmam e riem, outras tiram fotos. O vídeo neste canal tem mais de 250 mil visualizações¹⁶¹.

Esse mesmo vídeo foi compartilhado no YouTube em mais dois canais. O primeiro é o canal LGBTChannelOne, com 10,3 mil inscritos¹⁶² e que se define como um canal voltado ao público LGBT no geral. O canal posta vídeos, majoritariamente, de apresentações de *drag queens* em boates pelo Brasil, mas também difunde paródias e outros vídeos com conteúdos voltados ao público LGBT. Com o título “Fã da Lady Gaga chegando na fila do show com mega salto alto”¹⁶³, eles postam o mesmo vídeo do canal anterior, mas ao invés do som ambiente onde podemos ouvir pessoas rindo do fã, eles editam com a música “Born This Way”¹⁶⁴, de Lady Gaga. Pelo próprio título do vídeo percebemos que aqui o objetivo não é rir do fã, mas exaltá-lo dentro da comunidade LGBT. O vídeo nesse canal tem mais de 57.735 visualizações. No canal Morri de Sunga Branca, com 2,73 mil inscritos¹⁶⁵, e que é voltado para postar vídeos humorísticos no geral, esse mesmo vídeo foi postado com o título “Fã chegando no show da Lady Gaga”¹⁶⁶, e tem mais de 269.250 visualizações. Nesse caso, o vídeo é postado por ser considerado engraçado, mas sem intenção explícita de caçoar do fã.

Na disputa dos comentários do vídeo no canal Jota M, percebemos que muitos que assistiram ao vídeo se identificaram e gostaram da situação apresentada (como nas Figuras 38 a 41), mas percebemos que muitos comentários ofensivos em relação à performance transviada também aparecem.

¹⁶¹ Informação verificada em junho de 2020.

¹⁶² Informação verificada em junho de 2020.

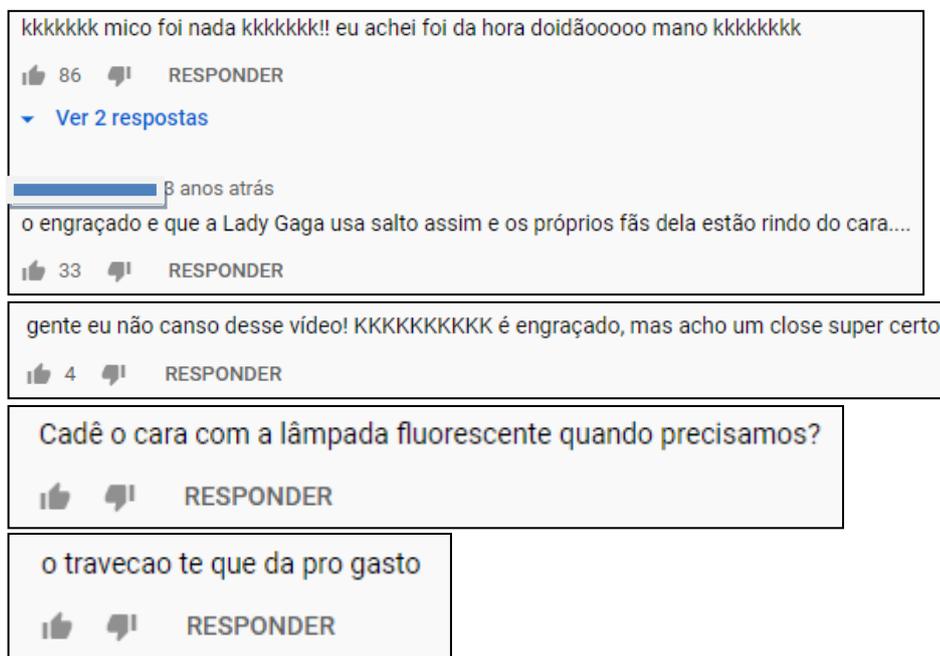
¹⁶³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yMdt5wRaaQA>. Acesso em: 13 jun. 2020.

¹⁶⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wV1FrqwZyKw>. Acesso em: 9 jul. 2020.

¹⁶⁵ Informação verificada em junho de 2020.

¹⁶⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UNtAYbtZBfM>. Acesso em: 13 jun. 2020.

Figuras 38 a 41 – Comentários feitos nos vídeos de fã chegando à fila do show de Lady Gaga no Rio de Janeiro.

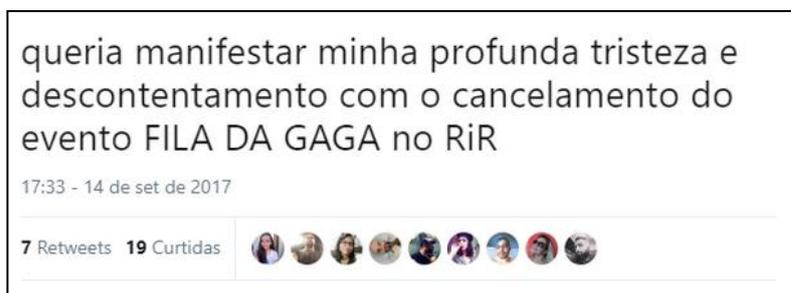


Fonte: <https://bit.ly/FãSaltoGaga>

Percebemos como um mesmo vídeo pode ser compartilhado e viralizado de formas diferentes. Os fluxos mostram que essas imagens circulam nas ambiências digitais em distintas escrituras e configuram disputas valorativas próprias da cultura pop. Enquanto a performance transviada do fã é vista como motivo de chacota e deboche, por outros é vista como motivo de exaltação. Essas distintas apropriações da imagem do fã nos fazem ver migrações, enquanto vários fãs vieram de diferentes partes do Brasil e América do Sul para assistir ao show de Lady Gaga em São Paulo, suas imagens viralizam em sentidos múltiplos no ambiente da internet, dinâmica que Martín-Barbero trabalha no mapa das mutações culturais. Vivemos em um mundo de visibilidade, mas essa visibilidade nem sempre está sob nosso controle. Esse vídeo e o evento dos fãs na fila do show de Lady Gaga foram compartilhados e ressignificados como meme diversas vezes¹⁶⁷. A fila do show se tornou um evento à parte do show em si, como revela o meme indicado na Figura 42.

¹⁶⁷ Alguns memes envolvendo esses eventos podem ser acessados no relato desse blog: <http://lisz-tomania.blogspot.com/2012/11/>. Acesso em: 13 jun. 2020.

Figura 42 – Tweet publicado na rede social Twitter demarcando o lugar humorístico que a fila dos shows de Lady Gaga se tornou.



Fonte: <https://bit.ly/FãsMemes>.

Segundo Calixto (2019, p. 138-139), as montagens dos memes “não exigem alto padrão de qualidade ou geram preocupações pela repercussão estética: os memes são montagens feitas com textos e imagens, interdiscursivas, que referenciam situações do cotidiano, celebridades de televisão, rádio, web e assim por diante”. Tomando os memes e as paródias como formas e conteúdos culturais que se misturam, quando mapeamos audiovisuais no YouTube para a composição do nosso *corpus*, identificamos a presença de vídeos remix, que trazem áudio e imagem remontados para criar humor a partir de outros memes e outros contextos. Vindo “durante a primeira década do século XXI, o Remix (a atividade de colher amostras de materiais pré-existentes para combiná-las em novas formas de acordo com o gosto pessoal) é onipresente na arte e na música; desempenha um papel vital na comunicação de massa, especialmente nas novas mídias” (NAVAS, 2012, p. 65, tradução nossa¹⁶⁸). Ou seja, a cultura pop-mundo se apresenta como possibilidade de ser remixada de diferentes formas. Isso também pode ser descrito pelo extenso uso de *samples* e a técnica de samplear,¹⁶⁹ utilizada na música pop para articular gêneros, sonoridades e estilos distintos e criar ritmos novos e hits.

Analisamos também o vídeo “Lady Gaga - G.U.Y [Inês Brasil version] (paródia/redublagem)”,¹⁷⁰ criado pelo extinto canal Demoro Parabala e postado pelo canal pessoal de Bruno Afonso, que tem apenas 94 inscritos e três vídeos postados¹⁷¹. O canal Demoro Parabala postava vídeos humorísticos, geralmente vídeos remix de memes e músicas da cultura pop, mas não se encontra mais disponível na plataforma YouTube. Isso é comum,

¹⁶⁸ Do original: “During the first decade of the twenty-first century, Remix (the activity of taking samples from pre-existing materials to combine them into new forms according to personal taste) is ubiquitous in art and music; it plays a vital role in mass communication, especially in new media”.

¹⁶⁹ Para mais informações: [https://en.wikipedia.org/wiki/Sampling_\(music\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Sampling_(music)). Acesso em: 13 jun. 2020.

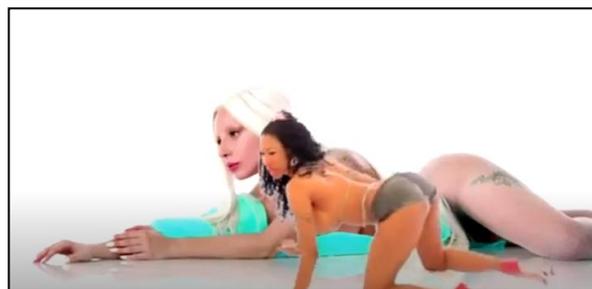
¹⁷⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=q2dFmH-s1GU&t=3s>. Acesso em: 13 jun. 2020.

¹⁷¹ Informação verificada em junho de 2020.

principalmente devido às restrições de direitos autorais que esses vídeos sofrem por conta da utilização de músicas protegidas e reivindicadas por grandes conglomerados da mídia. Mas, na própria descrição do vídeo (“Repost de autoria da Demoro Parabala”) e na inscrição imagética da marca do antigo canal presente no vídeo, podemos conectar a produção ao canal Demoro Parabala.

Trata-se do remix de dois produtos culturais distintos e com propósitos diferentes: videoclipe da canção G.U.Y¹⁷² de Lady Gaga remixado ao vídeo de inscrição para a edição 13 do Big Brother Brasil que alçou a carreira da webcelebridade Inês Brasil¹⁷³. Na paródia, vemos imagens do videoclipe de Gaga sobrepostas pela figura de Inês enquanto ouvimos a melodia da música G.U.Y com as falas do vídeo de inscrição (ver Figuras 43 e 44). Aqui percebemos como a paródia é construída em cima de um meme já conhecido de Inês Brasil para criar humor com a música de Lady Gaga. Inês é uma webcelebridade, que ganhou visibilidade por conta de diversos memes espalhados pela internet, e foi considerada “A Musa dos Gays” por ela mesma e seus fãs, como ela relata em entrevista¹⁷⁴. Daí podemos perceber que a sobreposição do vídeo remix não é só pelos elementos materiais como som e imagem, temos aí uma sobreposição de ícones do público LGBT, Inês Brasil e Lady Gaga, criando um efeito multiplicador de seus discursos para o público que curte o trabalho de ambas. Assim, o humor transviado é retrabalhado pelo meme para destacar figuras LGBTs e ressaltar sua relação com a paródia.

Figuras 43 e 44 – Cenas da paródia do canal Demoro Parabala.



Fonte: <https://bit.ly/DemoroParabala>.

¹⁷² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ohs0a-QnFF4>. Acesso em: 13 jun. 2020.

¹⁷³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DN5Luq8j5Y0>. Acesso em: 13 jun. 2020.

¹⁷⁴ Disponível em: <https://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2015/03/24/pegadora-ines-brasil-tenta-carreira-de-cantora-e-quer-virar-musa-gay.htm>. Acesso em: 13 jun. 2020.

Aproximando tecnicidades de identidades, percebemos como esse movimento de sobreposição do vídeo remix, nesse caso, conecta o fazer do vídeo remix, que é paródia e é meme ao mesmo tempo, com as identidades LGBTs. E a relação com o humor pode ser vista pelo comentário postado (ver Figura 45), em que a paródia pode disputar com o videoclipe de Gaga a preferência de quem assiste.

Figura 45 – Comentário feito por usuário em paródia do canal Demoro Parabala.



Fonte: <https://bit.ly/DemoroParabala>

Esse uso de remix na relação com humor pode ser observado também no vídeo intitulado “Lady Gaga Fazendo Joelma - Paródia Tal Qual Dublagens”¹⁷⁵, postado pelo canal Tal Qual Dublagens, com 262 mil inscritos¹⁷⁶. O canal é comandado pelo comediante Gustavo Libório, que posta vídeos de animais sendo dublados e artistas internacionais falando coisas sobre o contexto brasileiro. Nessa paródia, temos uma inversão da estratégia usada no remix anterior, aqui a imagem é da apresentação de Lady Gaga no Super Bowl¹⁷⁷ dos EUA, mas o áudio é da cantora Joelma, artista paraense conhecida por ter sido vocalista da Banda Calypso, cantando um dos seus sucessos, “A Lua Me Traiu”¹⁷⁸. No vídeo, a sobreposição da imagem de Lady Gaga, conhecida como uma diva loira do pop, referência para o público LGBT, também reaparece com a voz de Joelma, uma cantora loira igualmente chamada de diva pelo público gay brasileiro¹⁷⁹.

Trazendo em causa a articulação das migrações e fluxos de imagens, temos as imagens de Lady Gaga que vem do Norte, produzidas pela indústria da cultura pop-mundo, remixadas com a voz de uma cantora brasileira que não vem do eixo Rio-São Paulo e sim do Norte do país, região conhecida por ritmos populares como o Calypso e o Tecnobrega. Aqui é

¹⁷⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ERZDGTzS63A>. Acesso em: 9 mar 2020.

¹⁷⁶ Informação verificada em junho de 2020.

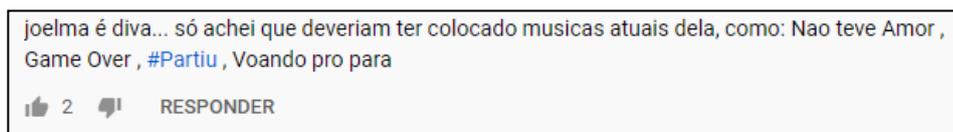
¹⁷⁷ Super Bowl é o jogo final do campeonato da NFL (National Football League), a principal liga de futebol americano dos Estados Unidos, que decide o campeão da temporada. O Super Bowl é o evento esportivo mais assistido dos Estados Unidos e, em nível mundial, é o segundo em audiência, perdendo apenas para a final da Liga dos Campeões da UEFA.

¹⁷⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bXtNySQtfYM>. Acesso em: 14 jun. 2020.

¹⁷⁹ Nessa matéria podemos ver as disputas em torno de Joelma com relação ao público LGBT brasileiro. Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/canal/cultura/musica/noticia/2018/02/19/apos-polemica-com-publico-gay-joelma-faz-show-em-boate-lgbt-do-recife-328380.php>. Acesso em: 14 jun. 2020.

necessário destreza para trabalhar essas formas audiovisuais para o YouTube. As técnicas aqui empregadas para causar o humor se conectam a formas de expressão desses fluxos de imagens do entorno tecnocomunicativo em que vivemos. “São as mídias que atualmente fornecem modelos e padrões de comportamento, incluindo ritos de iniciação que, se têm muita trapaça e frivolidade, também têm muita empatia com uma nova sensibilidade que nem a família nem a escola parecem querer entender” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 22, tradução nossa¹⁸⁰). Esses memes e vídeos remixes precisam fazer sentido para quem assiste, por isso se relacionam à gramática cultural de cada comunidade de fã. “O YouTube é um fenômeno polissêmico e heterogêneo. Ele fala de maneira diferente, dependendo de como e com quem você o experimenta” (VERNALLIS, 2013, p. 149, tradução nossa¹⁸¹). Como podemos ver pelo comentário de um fã de Joelma (Figura 46), que leva a paródia “a sério” e não aprova a escolha da música para o vídeo. Ou seja, para um fã de uma das artistas, a paródia pode soar como um desrespeito.

Figura 46 – Comentário feito em paródia do canal Tal Qual dublagens.



Fonte: <https://bit.ly/JoelmaGaga>

Portanto, é possível pensar tempos e espaços nessas paródias a partir do remix de som e imagem, do memes e das misturas de referências. Para Soares (2005), o remix como parte da cultura pop “operaria com unidades de sentido inseridas numa dinâmica da espacialidade (colagem, fusão, justaposição) e da temporalidade (conceitos de intenso e extenso), como formas rítmicas de organização de sua estrutura” (SOARES, 2005, p. 5). Nesse sentido, o material retrabalhado traz em si uma série de colagens e sobreposições que levam o consumidor para um produto temporalmente difuso e espacialmente dinâmico. Esses vídeos desestabilizam a noção de tempo cronológico e espaço fixo.

Um último aspecto sobre o humor transviado que nos chama a atenção nas paródias é a relação entre performatizações de corpos dissidentes e elementos do perigo na plataforma

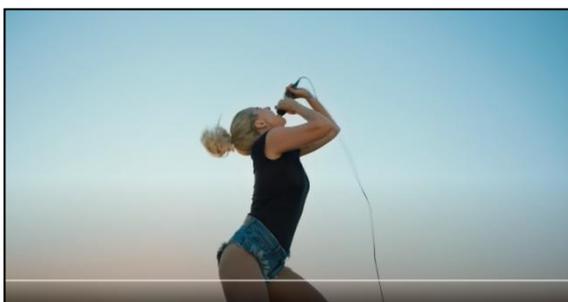
¹⁸⁰ Do original: “son esos medios los que actualmente les proporcionan modelos y pautas de comportamiento, incluidos los ritos de iniciación que, si tienen mucho de trampa y de frivolidad tienen también mucho de empatía con una nueva sensibilidad de la que ni la familia ni la escuela parecen querer entender”.

¹⁸¹ Do original: “YouTube is a polysemic, heterogeneous phenomenon. It speaks differently depending on how and with whom you experience it”.

YouTube. Observamos isso, principalmente, na produção de vídeos da webcelebridade Romagaga. Em um dos seus vídeos intitulado “Romagaga - Perfect Illusion (Clípe Lady Gaga)”¹⁸², ela apresenta uma série de relações com o seu corpo que nos indica o que estamos falando sobre perigo e que, ao mesmo tempo que pode causar o riso, também pode gerar aflição (como vemos no comentário da Figura 50).

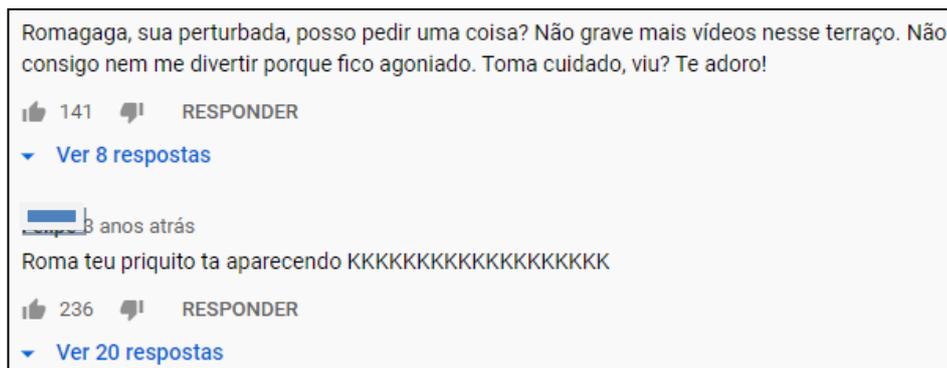
O vídeo começa mostrando Romagaga com um short jeans bem curto e uma peruca loira, em referência direta ao figurino de Lady Gaga no videoclipe da canção “Perfect Illusion”¹⁸³ (ver figura 49). Na sua bunda aparece escrito de batom o nome “Lady Gaga”. Durante o vídeo, enquanto toca a música “Perfect Illusion”, Romagaga dança com um salto alto, come um prato de pimenta, quebra um prato de vidro enquanto se ajoelha no chão em cima dos cacos de vidro e dança perigosamente na beira de uma varanda, que aparenta ser alta. Ela se coloca em perigo e causa dor em si mesma (como percebemos pelos seus gritos durante o vídeo). Ela se corta, come pimenta, recebe baldes de água na cara, cai no chão e entorta o pé. Em análise sobre esse modo de atuação de youtubers Antunes, Gutmann e Maia afirmam que “é o corpo que oferece ao consumo a autoflagelação (uma espécie de estímulo ao **bullying** ‘consentido’) e cuja performance constitui variadas figuras de tempo” (ANTUNES; GUTMANN; MAIA, 2018, p. 109, grifo dos autores). Quando analisamos os comentários do vídeo vemos que, ao mesmo tempo que isso gera preocupação por quem enxerga Romagaga a partir do lugar de ídolo, também gera humor e riso (ver Figura 49). Nesse caso, poderíamos pensar que “o limite entre a simples hipérbole e o grotesco é convencional” (PROPP, 1992, p. 91).

Figuras 47 a 49 – Cena do videoclipe “Perfect Illusion” de Lady Gaga acima à esquerda e cena da paródia de Romagaga acima à direita. Abaixo comentários feitos na paródia postada por Romagaga.



¹⁸² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=C3BXOD2-5SE> Acesso em: 09 de mar. 2020.

¹⁸³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Xn599R0ZBwg> Acesso em: 16 de jun. 2020.



Fonte: <https://bit.ly/RomagagaIlusão>; <https://bit.ly/GagaIllusion>

Aqui o humor transviado é construído a partir e pelo próprio corpo trans de Romagaga. Ao demonstrar os limites que consegue levar o seu corpo percebemos como, ao mesmo tempo que gera visualizações e *likes* na ambiência digital, gera também receio de seus fãs pela sua segurança e integridade física. Podemos interpretar pela noção de temporalidades que estamos falando de uma miríade de tempos que constituem o corpo de Romagaga que, simultaneamente, nos mostra o tempo do agora como sendo o que tem importância. Ao ajoelhar em cacos de vidro e se colocar em situações de perigo, ela aciona matrizes do humor brasileiro que, como já mostramos aqui, construíram representações dos corpos homossexuais e transgêneros como lugares de estranheza e violência.

Estamos “explorando a hipótese de considerar as matrizes culturais como matrizes já midiáticas, constituídas no processo histórico de consolidação da cultura midiática ou daquilo que o próprio Martín-Barbero chamará de entorno tecnocomunicativo em seu trabalho mais recente” (GOMES et al., 2017, p. 150). Se pensarmos em programas de humor da televisão brasileira como o *Pânico na TV* (RedeTV), posteriormente *Pânico na Band*¹⁸⁴, que tiveram como matriz o programa de pegadinhas estadunidense da MTV chamado *Jackass*, podemos observar uma relação de ridicularização de corpos dissidentes, que eram utilizados para produção de riso, a partir da ideia da violência simbólica e física. Por isso entendemos que Romagaga se insere nessa trama de relações e “isso nos permite dizer que as singularidades (pensadas aqui como fricções/rupturas) da performance nas ambiências aqui estudadas resultam de associações materiais variadas do corpo” (GUTMANN; MOTA JR.; SILVA, 2019, p. 77).

¹⁸⁴ Em matéria observamos como o programa se utilizava de corpos dissidentes como objeto de humor. Disponível em: https://medium.com/@dani_cavalcante/programa-beija-saco-do-p%C3%A2nico-reproduz-transfobia-em-forma-de-humor-79156d912011. Acesso em: 16 jun. 2020.

Nos vídeos em que Saullo Berck participa de programas de auditório¹⁸⁵ da televisão aberta brasileira, o posicionamento hegemônico sobre identidades sexuais e de gênero dissidentes se revela um problema nesses espaços de visibilidade. Nos vídeos do canal do próprio Saullo Berck de duas participações em programas de televisão brasileiros, o *Programa da Eliana* (SBT)¹⁸⁶ e *Legendários* (Record),¹⁸⁷ fica evidente uma relação que se constrói pela chacota e pelo desprezo à performance de Saullo, principalmente pela indefinição na relação gênero e sexualidade. Ambos os apresentadores não sabem como se referir a Saullo, se pelo feminino ou masculino. Eliana diz: “Mostra o vídeo dela... dele... dela... (risos da plateia)”. Mion também “se confunde” e diz: “Lá vem ele... ela... a diva dos tijolos”. O que percebemos aqui é que a performance transviada de Saullo coloca em crise as noções heteronormativas de identidades sexuais.

Nesse sentido, entendemos que Romagosa se utiliza desses valores em seus vídeos como uma forma de criar choque e, dessa forma, adquirir mais espaço de visibilidade nessa arena midiática que é o YouTube. Segundo Martín-Barbero (2004), nessas ambiências, estamos diante de um sujeito cuja autoconsciência “é enormemente problemática porque o mapa de referência de sua identidade não é mais um, porque os referentes de seus modos de pertencer são múltiplos e, portanto, é um sujeito identificado de diferentes projetos, com diferentes espaços, negócios, funções” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 13, tradução nossa¹⁸⁸). Defendemos que essas paródias nos ajudam a entender a questão do tempo como um lugar que nos conecta a diferentes referências e matrizes, enquanto se transforma a partir de identidades e tecnicidades. Portanto, “a crítica cultural que empreendemos, realizada nos marcos dos estudos culturais, compreende um texto audiovisual como um produto material em termos amplamente históricos” (GOMES et al., 2017, p. 138).

Entendemos, assim, que o humor e o riso atuam nas paródias de Lady Gaga do YouTube que analisamos de modo particular. Não estamos falando de humor como marca à priori da performance, ou um atributo intrínseco. Nos vídeos analisados, identificamos modos

¹⁸⁵ Mesmo que esses vídeos não façam parte do nosso *corpus* entendemos que eles funcionam como paratextos para nos ajudar a pensar nosso problema de pesquisa.

¹⁸⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gbiZDyy9tSQ>. Acesso em: 10 janeiro 2020.

¹⁸⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cSZzcVDovwA>. Acesso em: 10 janeiro 2020.

¹⁸⁸ Do original: “es enormemente problemática porque el mapa de referencia de su identidad ya no es uno solo, porque los referentes de sus modos de pertenencia son múltiples, y por tanto es un sujeto que se identifica desde diferentes proyectos, con diferentes espacios, oficios, roles”.

específicos de operar esse humor, com base no que estamos chamando aqui de humor transviado. Esse humor articula elementos do entorno tecnocomunicativo como as audiovisualidades em fluxo em formatos de memes e virais com o Pajubá. Essa articulação se expande da língua e perpassa as tecnicidades dos jovens que se utilizam de seus corpos, expressões verbais, figurinos e cenários para expressar identidades. Além disso, observamos como as performances corporais de perigo que Romagaga produz e as próprias performances transviadas pajubeyras de Saullo Berck ao mesmo tempo que propõem um pensamento do tempo atual, mobilizam matrizes midiáticas como um lugar para pensar a relação do humor com as performances transviadas no Brasil.

3.3 TRETAS DO POP

Como já tratamos no capítulo anterior, as diferentes formas da cultura pop-mundo, em articulação com a noção de cultura popular enquanto batalha por hegemonia, são uma proposta que os estudos culturais acionam pelas proposições de Antonio Gramsci. Assim, pensamos o pop a partir de uma noção de globalização que não é homogênea e reconhece as desigualdades nas relações de poder entre os países e na circulação de produtos culturais pelo mundo. Nessa direção, um dos elementos mais fortes que aparecem em parte das paródias brasileiras de Lady Gaga no YouTube que analisamos é a treta, as disputas entre artistas do cenário pop mundial. Ou seja, cultivar Lady Gaga implica também falar de outras artistas como forma de comparação, diminuição, exaltação ou humilhação, como veremos a seguir. Iniciamos a discussão do lugar das tretas nas paródias, compreendendo a cultura pop-mundo como espaço de disputas valorativas.

Um dos autores basilares para falarmos dos jogos valorativos em torno da música pop é o britânico Simon Frith. O pesquisador se dedicou academicamente a tratar a música pop de forma séria nos estudos da musicologia para compreender questões sociais e estéticas. Para o autor, “a música popular é popular não porque reflete algo ou articula autenticamente algum tipo de gosto ou experiência popular, mas porque cria nossa compreensão sobre o que é popularidade” (FRITH, 1987, p. 137, tradução nossa¹⁸⁹). Assim, o popular não é pensado simplesmente pela dicotomia entre autenticidade, como positivo, e popularesco, como negativo, mas enquanto disputa, como discutido no capítulo anterior. Para o autor, “a

¹⁸⁹ Do original: “popular music is popular not because it reflects something, or authentically articulates some sort of popular taste or experience, but because it creates our understanding of what popularity is”.

experiência da música pop é uma experiência de colocação: ao responder a uma música, somos atraídos, a esmo, por alianças afetivas e emocionais com os artistas e com as outras diversões dos artistas” (FRITH, 1987, p. 139, tradução nossa¹⁹⁰).

Ao articular música pop à noção de identidade, Frith (1987) desenvolve a proposição de que nós utilizamos a música pop para nos entendermos enquanto sujeitos na sociedade. Dizer que alguém é fã de Beyoncé ou de Taylor Swift pode significar coisas completamente distintas se considerarmos questões raciais, sociais e de gênero. O autor sustenta que a sensação dos fãs de posse em relação ao artista, suas canções e as performances explica o que estamos chamando aqui de tretas do pop. As tretas seriam discussões entre fãs e antifãs, que constituem o jogo valorativo da música pop quando marcam distinções entre artistas, grupos de fãs, gêneros musicais, entre outros elementos que estão envolvidos nesse jogo.

O prazer que a música pop produz é um prazer de identificação – com a música que gostamos, com os artistas dessa música, com as outras pessoas que gostam. E é importante notar que a produção da identidade também é uma produção da não-identidade – é um processo de inclusão e exclusão. Este é um dos aspectos mais marcantes do gosto musical. As pessoas não apenas sabem do que gostam, como também têm ideias muito claras sobre o que não gostam e geralmente têm maneiras muito agressivas de expressar seu descontentamento (FRITH, 1987, p. 140, tradução nossa¹⁹¹).

Dessa forma, quando analisamos o cenário musical do pop globalmente conseguimos observar uma série de desavenças que são criadas por grupos de fãs, pela mídia e pelos próprios artistas. Esses desacordos, nas redes sociais ou em entrevistas, conformam tretas do pop mobilizadas pelas paródias que analisamos aqui. Observaremos a seguir que as paródias audiovisuais do YouTube também fazem parte desse jogo e apresentam uma série de tretas entre as artistas do pop que se relacionam a Lady Gaga no cenário da cultura pop-mundo.

Esses processos de disputa são convocados, inclusive, para dizer o que está fazendo sucesso e foi aprovado pelo público e o que foi rejeitado. “Processo que está sempre articulado com o que o autor [Simon Frith] chama de rituais compartilhados, dentro das comunidades em que estão inseridos. [...] Sendo assim, são essas discussões e atritos dentro da comunidade pop que

¹⁹⁰ Do original: “The experience of pop music is an experience of placing: in responding to a song, we are drawn, haphazardly, into affective and emotional alliances with the performers and with the performers' other fans”.

¹⁹¹ Do original: “The pleasure that pop music produces is a pleasure of identification - with the music we like, with the performers of that music, with the other people who like it. And it is important to note that the production of identity is also a production of non-identity - it is a process of inclusion and exclusion. This is one of the most striking aspects of musical taste. People not only know what they like, they also have very clear ideas about what they don't like and often have very aggressive ways of stating their dislikes”.

definem o que é hit e o que é flop” (FIGUEIREDO, 2019, p. 48-49). E esses atritos não acontecem somente como disputa entre *fandoms* considerados “rivais”, pois dentro do mesmo *fandom* você pode ter disputas sobre uma artista, constituindo, assim, batalhas internas pela valoração de um determinado álbum, videoclipe, canção ou entrevista. “Essas opiniões são pautadas em suas vendas, na relação com a crítica, com as rádios, popularidade, gosto pessoal e muitos outros fatores que estão presentes no convívio da comunidade pop” (FIGUEIREDO, 2019, p. 49).

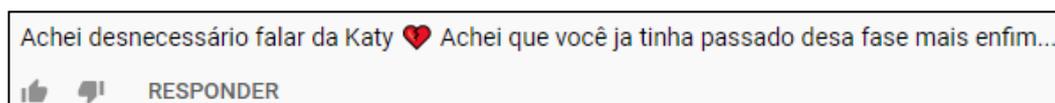
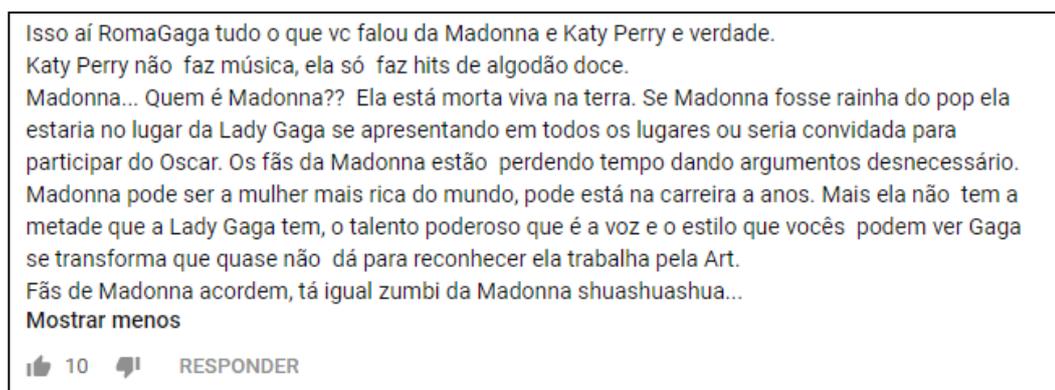
No ambiente de entorno tecnocomunicativo, algumas dessas tretas tomam contornos mais amplos, imbricando-se pelos processos das redes sociais e ampliando-se na relação com os memes, paródias e vídeos virais. “Ao conectar todo tipo de atores sociais em torno de vídeos, o YouTube se torna um ambiente ideal para manifestações de grupos rivais, sobretudo quando se trata de gêneros musicais ou artistas específicos” (PEREIRA DE SÁ; CUNHA, 2014, p. 6). Não podemos deixar de levar em conta como plataformas digitais, como o YouTube, ganham força ao se inserirem nessa arena de disputas que não só reproduzem muitas das tretas que se iniciam entre comunidades de gostos, mas permitem a criação de outros materiais que são adicionados nessa biblioteca de audiovisualidades sociais compartilhada pelos grupos envolvidos na disputa: fãs, artistas, antifãs, mídia, etc. “O ciberespaço emerge, desta forma, como mais uma arena de disputas simbólicas, estratégias discursivas e representações de poder de diferentes grupos sociais” (PEREIRA DE SÁ; CUNHA, 2014, p. 12). O que vemos é que as ambiências digitais não criaram a dinâmica de disputas dentro da cultura pop, mas “com o crescimento da popularização da internet no país, ambos os grupos (fãs e antifãs) tornam-se mais visíveis, bem como as possibilidades de arquivamento dessas discussões para pesquisas ou para objetivos mercadológicos” (AMARAL, 2012).

Essas disputas (ou tretas) fazem parte do jogo performático da música pop, como Simon Frith defende, por isso não partimos de um princípio de que elas só estão presentes nas ambiências digitais ou que são um fenômeno recente ou exclusivo à Lady Gaga. A própria música pop se alimenta dessas diversas disputas engendradas pelo público consumidor. Interessamos aqui ver como essas disputas aparecem nas paródias brasileiras de Lady Gaga no YouTube e como isso se articula às performances transviadas que as compõem.

Não é difícil perceber como as tretas no pop aparecem nas paródias, porque isso não é demonstrado de forma sutil ou velada. Nas paródias de Romagosa, temos uma série de

marcações em diversos dos seus vídeos em que ela demonstra a sua afeição por Lady Gaga a partir da diminuição de outras artistas. No vídeo “Grammy 2014 Flop, Applause da Gaga Samba e Lacra o CU”¹⁹², Romagaga incita a rivalidade dizendo coisas como: “A Gaga lacra o cu das inimigas” e que quer que a canção “Applause” de Gaga ganhe o Grammy naquele ano, afirmando ainda que a cantora Lorde não é nada e que Britney Spears é uma vadia. No vídeo “Gaga Ft Xtina -To Congelada No Nitrogenio com o Duetto da Década”¹⁹³, Romagaga aponta que Christina Aguilera e Lady Gaga são vagabundas (em tom positivo) e que a rapper estadunidense Azaelia Banks é uma rapariga (em tom negativo). No vídeo “O clipe G.U.Y da Lady Gaga, aposentou as inimigas”¹⁹⁴, ela diz que Lady Gaga sambou na Madonna. E, por fim, no vídeo intitulado “Lady Gaga dilacerou o cu das inimigas no OSCAR 2015”¹⁹⁵, Romagaga, ao falar sobre a suposta disputa entre Lady Gaga e Madonna, diz que “Quem é Madonna mesmo? Madonna está no passado, morreu e esqueceram de enterrar”. Sobre a cantora Katy Perry, afirma: “Enquanto essas novinhas, Katy Perry e fulanas de tal, tudo se matando no playback”¹⁹⁶, Lady foi esperta e se juntou com pessoas cultas”. As disputas que envolvem Gaga, Madonna e Katy Perry são também convocadas nos comentários do vídeo, como podemos ver nas Figuras 50 a 53.

Figuras 50 a 53 – Comentários feitos na paródia de Romagaga.



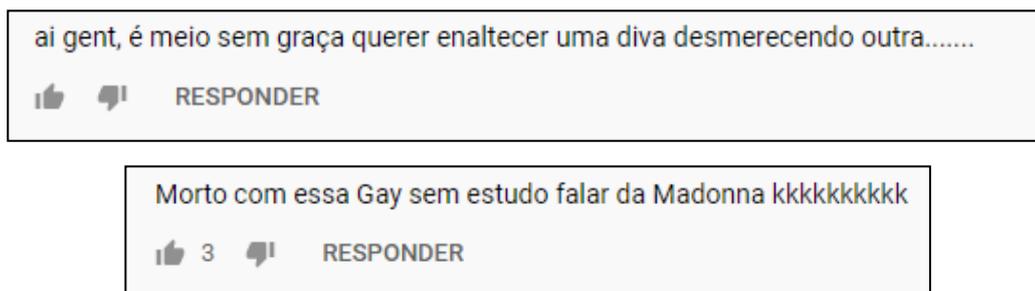
¹⁹² Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=DYbtcSZRcck>. Acesso em: 10 mar. 2020.

¹⁹³ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=4MtREQ_RgK4. Acesso em: 10 mar. 2020.

¹⁹⁴ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=n_WNSibrX7Q. Acesso em: 10 mar. 2020.

¹⁹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vyhzyZklb2c>. Acesso em: 10 mar. 2020.

¹⁹⁶ “**Playback** é uma palavra inglesa utilizada para descrever o processo de sonorização que utiliza uma gravação prévia de trilha sonora (diálogo, música, acompanhamento entre outros)”. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Playback>. Acesso em: 20 jun. 2020.



Fonte: <https://bit.ly/RomagagaOscar>

Percebemos que Romagaga se coloca enquanto fã de Lady Gaga e se posiciona no jogo performativo e valorativo do pop ao incentivar as tretas entre cantoras do pop global, ao desmerecer outras artistas, ao compará-las à Lady Gaga. Romagaga constrói a sua performance em cima de tretas que existem além dos seus vídeos, como a treta entre Madonna e Lady Gaga. Desde o início de sua trajetória de sucesso na cultura pop, em 2008, Lady Gaga foi referenciada em matérias jornalísticas e pelo público como “a Nova Madonna”, a substituta mais jovem da Rainha do Pop. “A disputa [...] ganha fôlego a cada nova farpa ou mera semelhança entre os trabalhos das artistas. A ascensão estrondosa de Lady Gaga, em 2008, acabou dividindo o reinado do pop em dois povos: os súditos da rainha ‘original’ versus os da nova rainha” (FIGUEIREDO, 2019, p. 50). Os comentários nos possibilitam fazer uma conexão com as ritualidades no mapa das mutações. As tretas funcionam como uma das formas de consumo da música pop, pois através delas se espalham diversos produtos midiáticos produzidos pelos fãs, entre eles a paródia. Se Romagaga dá início à treta pelo vídeo, isso continua pelos comentários entre aqueles que concordam e os que discordam das opiniões disputando esse espaço de visibilidade.

Nos próximos exemplos, trazemos uma série de vídeos paródicos do canal intitulado Las Bibas from Vizcaya. O canal é produzido por um DJ, produtor musical e cantor brasileiro crossdresser¹⁹⁷ que, ao fazer sucesso em boates LGBTs no Brasil e na Europa, lançou uma série de vídeos em que dubla supostas entrevistas com divas do pop. O canal possui 20,9 mil inscritos e mais de seis milhões de visualizações nos seus vídeos¹⁹⁸. No vídeo intitulado “GAGA x BRITNEY by LAS BIBAS FROM VIZCAYA”¹⁹⁹, podemos ver uma montagem com imagens de entrevistas reais de Lady Gaga e Britney Spears remontadas como se estivessem conversando uma com a outra, no estilo dos vídeos remix que tratamos no eixo

¹⁹⁷ Para mais informações: <https://sexosemduvida.com/o-que-e-crossdresser/> Acesso em: 20 de jun. 2020.

¹⁹⁸ Informação verificada em junho de 2020.

¹⁹⁹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=h-AIqJNQYQ8> Acesso em: 10 de mar. 2020.

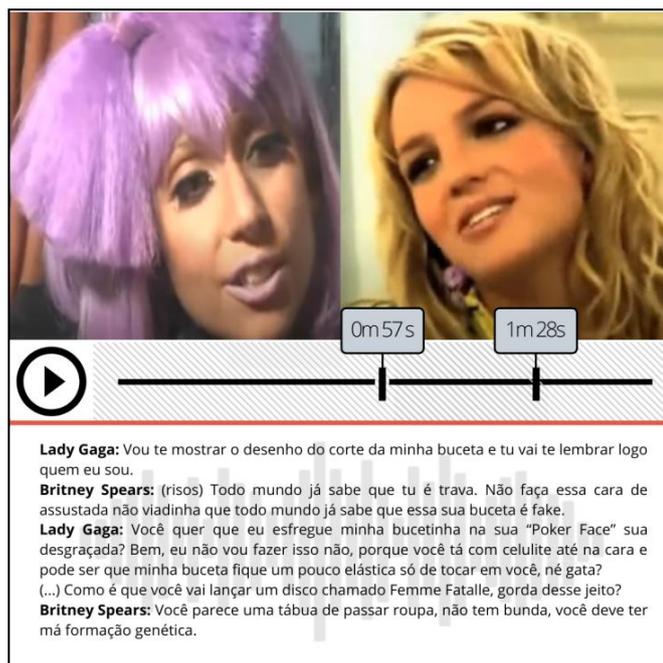
anterior (ver Figura 54). Ambas são dubladas com vozes que lembram as de travestis. Sobre esse aspecto, “é interessante notar também como a ligação entre sonoridade vocal e gênero (permitindo associações como, por exemplo, vozes agudas com mulheres e vozes graves com homens) para a vocalidade específica da cena é um fator construído social e culturalmente” (BISCARO, 2014, p. 22). Mas o diálogo criado entre as duas é para ressaltar a rivalidade e diversos xingamentos são acionados: gorda, velha, não tem bunda, Lady Gaga seria uma trava (termo informal para travesti) que não teria “buceta”, Britney seria feminina e Gaga não (ver Figura 55). Os vídeos do canal são construídos como trechos de rivalidade entre as cantoras, aspecto que podemos perceber pelos títulos que sempre fazem alusão à briga de boxe onde os oponentes são anunciados separados pelo X (versus).

Figura 54 – Cena da paródia de Las Bibas from Vizcaya.



Fonte: <https://bit.ly/LasBibas>

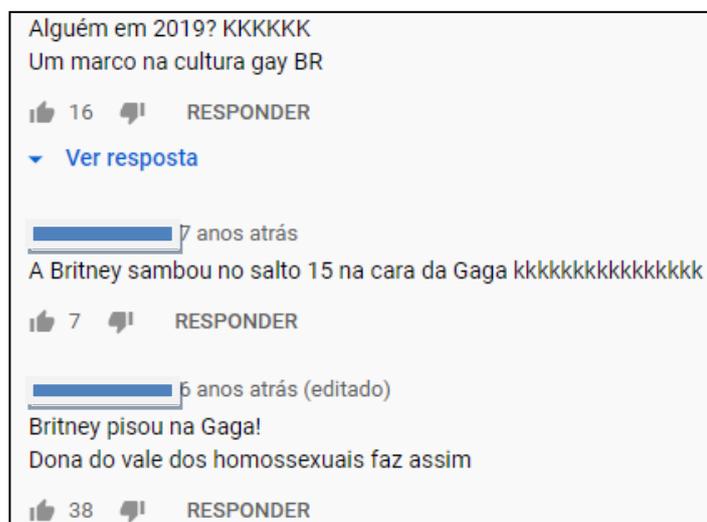
Figura 55 – Transcrição de diálogo da paródia “Gaga X Britney” de Las Bibas from Vizcaya



Fonte: <https://bit.ly/LasBibas>

As paródias do canal não são construídas por cenas, videoclipes ou shows das cantoras, mas de entrevistas. Nesses materiais, o que vemos é uma dublagem do que seria supostamente a opinião das divas do pop sobre as outras. O objetivo do canal é evocar humor a partir dos absurdos ditos pelas artistas nessas dublagens, mas também pelo jogo de ódio que existiria entre elas no cenário do pop global. Como podemos ver nos comentários do vídeo na Figura 56 a seguir, os fãs das cantoras assumem essas tretas como parte dos seus engajamentos identitários. Enquanto fãs que se identificam como LGBTs e têm como ídolo cantoras do pop como Britney Spears e Lady Gaga, o processo de treta entre elas, mesmo numa paródia humorística como essa, se torna relevante na forma como se posicionam no mundo. A paródia postada em 2006 é considerada um marco na cultura gay brasileira por um dos usuários, e Britney Spears, a dona do vale dos homossexuais por outro, o que demarca como essas materialidades são atravessadas por múltiplas temporalidades.

Figura 56 – Comentários feitos em paródia do canal Las Bibas.



Fonte: <https://bit.ly/LasBibas>

No vídeo “A VINGANÇA DE GAGA SPEARS & PARIS PADÊ RILTOM by LAS BIBAS FROM VIZCAYA”²⁰⁰, percebemos como o jogo de imagem e som é usado para criar a ilusão humorística de uma conversa sobre o tema proposto. Nesse caso, uma entrevista entre a celebridade Paris Hilton e a cantora Lady Gaga é dublada como uma vingança contra Britney Spears, que a teria vencido em briga no vídeo analisado anteriormente. A dublagem *drag* é sobreposta às imagens com a preocupação de que exista uma verossimilhança na voz e no movimento dos lábios, ainda que todos saibam que aquele não é o conteúdo da entrevista dada pelas cantoras. No vídeo de “Las Bibas apresenta Madonna Vs. Gaga”²⁰¹ (ver figuras 58 e 59), a construção de vídeo remix continua. É interessante observar que as vozes das personagens se mantêm nos vídeos, criando assim uma coesão para quem assiste a todos os vídeos do canal. Aqui, ao remontar uma suposta conversa entre Lady Gaga e Madonna, a paródia se utiliza da rivalidade entre as duas para destrinchar uma série de insultos feitos a ambas, fazendo referências ao show de Lady Gaga no Brasil que não vendeu ingressos o suficiente e à idade de Madonna.

²⁰⁰ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=rxpUA28MTss>. Acesso em: 10 mar. 2020.

²⁰¹ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=amDsIJA_Bps. Acesso em: 10 mar. 2020.

Figura 57 – Cena de conclusão de paródia de Las Bibas from Vizcaya reforçando o “Madonna vs Gaga”.



Fonte: <https://bit.ly/GagaBibas>

Figura 58 – Diálogo entre Lady Gaga e Madonna em paródia do canal Las Bibas.

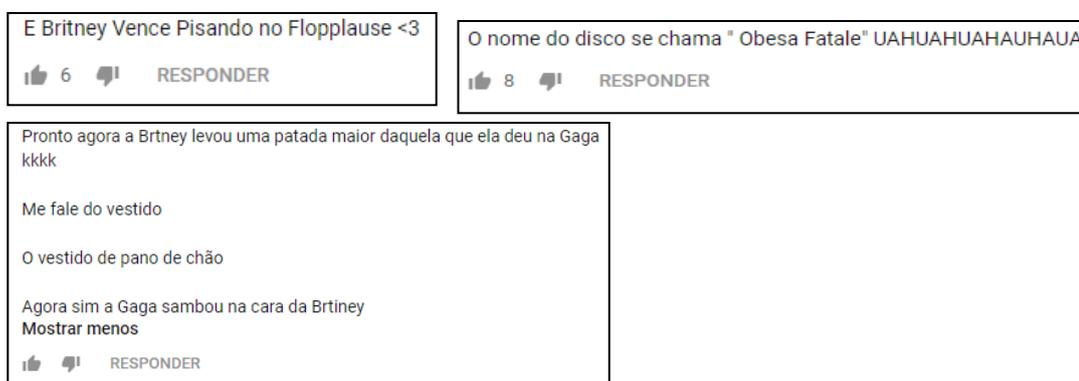


Fonte: <https://bit.ly/GagaBibas>

Podemos pensar na dublagem dessas paródias do canal Las Bibas como parte da performatividade de corpos que não necessariamente são transviados, mas que se tornam uma performance transviada a partir da voz da dublagem drag. “O campo fenomenológico que produz singularidade na voz não é necessariamente o mesmo campo semântico que fabula o sujeito, a identidade – apesar de este segundo estar intimamente ligado às possibilidades do

primeiro” (LIMA, 2018, p. 5). Essa articulação com a performance transviada nesses vídeos é recebida nos comentários como lugares de identificação na forma como as imagens e vozes são articuladas em torno das tretas do pop. “Entre a total reprodução do sistema e as resistências, as dublagens atuariam, portanto, como tentativas – gostaria de reforçar o acento em ‘tentativas’ pedagógicas e comunicacionais – de fissuras, atuando nas frestas dos sentidos previamente atribuídos” (GROHMANN, 2018, p. 9). O lugar da treta é reforçado nos comentários desses vídeos novamente como podemos ver nas Figuras 59 a 61.

Figuras 59 a 61 – Comentários feitos em paródia de Las Bibas.



Fonte: <https://bit.ly/LasBibas>

Por conta de os comentários demonstrarem a reiteração dos insultos, que os vídeos constituem enquanto piada, o canal sentiu a necessidade de se posicionar em relação a outros tipos de críticas que estava recebendo. Então, ao final do vídeo “Las Bibas apresenta Madonna Vs. Gaga” eles publicaram a seguinte mensagem:

Las Bibas deixa claro e escrito aqui, que é fan da Madonna, da Gaga, e da Britney também! Não existe isso de competição entre elas! Cada uma é ótima no que faz e tem seu fan club (e as vezes as 3 tem os mesmo fans em comum!) Mais deixo expresso como fan jurássico que sou, que Madonna, só existe e existirá uma! Não pq ela começou na idade dos dinossauros, e sim pq ela vem mudando o mundo da música, da arte, fotografia, e moda a mais de 30 anos, e contribuiu para que muitos gays em uma época difícil e preconceituosa (sem a liberdade que temos hoje em dia) a se aceitarem, e se afirmarem na sociedade. Hoje em dia o papel da Gaga, da Britney, Kylie, Rihanna e até das Las Bibas é levar informação, diversão e arte onde houver fome da mesma! Um Beijo e Me Liga!

As tretas presentes nas paródias do canal fazem com que julgamentos de valor sejam feitos ao produtor delas, inserindo-o nessas disputas. Ressaltamos, ainda, que a forma como mulheres e o gênero feminino são tratados, com xingamentos, desvalorização do corpo, idade, aparência física, órgãos genitais, beleza e vestimentas, carregam um traço fortemente misógino, presente

em algumas comunidades LGBT. O fato de os comentários reforçarem esses valores indica que as performances transviadas em articulação com a cultura pop-mundo no Brasil trazem também reproduções de opressão contra o feminino. Isso nos auxilia a compreender como, no contexto brasileiro, essas dinâmicas opressivas, nesse caso em relação ao feminino, atuam na reprodução desses valores em uma sociedade machista e violenta contra mulheres.

Quando analisamos as paródias do canal VakaLoka, um dos principais em produção de conteúdo de paródias brasileiras no YouTube, identificamos que a maioria do seu conteúdo está disponibilizado no canal de Steven Cruz, o produtor das paródias que decidiu seguir com o canal tendo o seu próprio nome. O canal de Steven tem 778 mil inscritos²⁰² e é conhecido por fazer dublagens em português de vídeos de divas internacionais e de outros materiais, como entrevistas e shows ao vivo. Ao fazer as dublagens, a temática da canção em inglês ora se mantém ora se torna algo completamente diferente. Por exemplo, no vídeo “Do What You Want - Lady Gaga ft. Xtina (Paródia/Redublagem)”²⁰³, enquanto a música de Lady Gaga tem uma letra que fala sobre um interesse amoroso que pode fazer o que quiser sexualmente com ela, a letra da paródia é sobre uma desavença entre duas mulheres e como uma foi “Barrada no Baile”. Além dessa expressão, a letra ainda evoca frases como: “fala na cara sua biscate”, “late mais alto sua cachorra, galinha”, “sua puta”.

Podemos ver nas figuras 62 a 65 que as imagens da apresentação ao vivo da música com Christina Aguilera são utilizadas em tamanho menor para que o vídeo não seja bloqueado pela censura de direitos autorais do YouTube. Mas a marca do canal está presente durante todo o vídeo, demarcando aí o lugar de sua institucionalidade. É interessante observar também que, quando a dubladora de Christina Aguilera canta “Kirida nem tente competir com a voz da geração”, temos aqui o jogo de valorização na música pop sendo disputado pelo quesito técnico vocal das cantoras. Figueiredo, ao analisar, a partir da crítica musical, discursos de fãs e *haters*, disputas valorativas em torno da ideia de diva, indica que “o desempenho e versatilidade vocal aparece como questão. Diria até uma questão primária para expressar qualquer juízo de valor sobre a obra, já que normalmente é um dos primeiros pontos abordados” (FIGUEIREDO, 2019, p. 54).

²⁰² Informação verificada em junho de 2020.

²⁰³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gasZMCKgUiE> Acesso em 11 de mar. 2020.

Figuras 62 a 65 – Cenas da paródia do canal Vakaloka da performance de Lady Gaga e Christina Aguilera da música “Do What You Want”.



Fonte: <https://bit.ly/Gagaxtina>

No vídeo do mesmo canal, intitulado “Lady Gaga G.U.Y (Paródia Re-dublagem)”,²⁰⁴ temos uma paródia que se utiliza das imagens do videoclipe de “G.U.Y” de Lady Gaga com uma letra que trabalha a temática da guerra do mundo pop, ou seja, as próprias tretas do pop são o tema dessa paródia. Assim, versos como “Sua Diva vai flopar”, “O Mundo Pop está em guerra”, “Os Fandons querem se matar”, “Minha Diva é melhor que a sua”, “Não a minha diva é numero uma” representam o que seriam as disputas entre os fãs de música pop. As paródias desse canal sempre apresentam legendas, e nesse vídeo vários elementos sonoros são acrescentados aos versos cantados em português com expressões do Pajubá como “Bota a cara no sol mana” e “Beijinhos de luz”, associando o modo de fazer desses vídeos às identidades do produtor e do público que assiste. Percebemos como a dublagem nas paródias desse canal, ao contrário da dublagem drag do canal Las Bibas, faz referência, de modo mais literal, às vozes femininas das divas dubladas, imitando características específicas de cada uma, como os gritos de Christina Aguilera. Nas figuras 66 a 73, podemos ver, pelos comentários postados nessa paródia, que os consumidores concordam com o cenário de disputa constante do mundo pop e muitos reforçam esses sentidos ao ressaltarem os elementos que são usados para valorar as disputas, como: talento, extensão vocal, vendagens, número de visualizações, etc.

²⁰⁴ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=SwUwe1oNSN0>. Acesso em: 11 mar. 2020.

Figuras 66 a 73 – Cenas da paródia do canal Vakaloka acima e comentários nesse mesmo vídeo abaixo.



essa paródia define o momento da música Pop atual, brigas de fandom que só se importam com as vendas de um artista

81 RESPONDER

Nunca vi uma paródia falar tanta verdade. Hoje em dia só se importam com charts, mas talento que é bom, nada né?

7 RESPONDER

"Katy Perry, você foi barrada no baile" Grammy 2015

70 RESPONDER

Ver 2 respostas ▾

3 anos atrás

melhor paródia de todas já vi umas mil vezes 😂😂

19 RESPONDER

Talento = GaGa e xtina

Autotune e playback = resto U.u

13 RESPONDER

Fonte: <https://bit.ly/VakalokaGUY>

Por mais que estejamos falando de minorias, podemos constatar a reprodução de valores conservadores por essas paródias, principalmente, o machismo e a misoginia, reproduzidos pela ênfase à rivalidade feminina e pelo desprezo à figura da mulher baseado em questões físicas e etárias. Vemos ainda como o Pajubá atua nas performances transviadas que também são transculturais tanto como forma de resistência, quanto como forma de reprodução de opressão em um universo majoritariamente gay e masculino. Analisando as tretas no pop pelo mapa das mutações culturais podemos perceber como a articulação identidade e tecnicidade ganha força na relação entre o fazer das paródias no YouTube e as performances transviadas.

Essas se articulam às ritualidades de consumo da música pop, marcadas justamente pelas dinâmicas das disputas e tretas do pop, que se materializam não só, mas também, nas paródias.

3.4 POP-DENÚNCIA

Nesse tópico, tratamos das relações que algumas das paródias trazem com denúncias políticas e sociais e como isso se articula às performances transviadas e à cultura pop-mundo que as atravessa. Novamente ressaltamos que não estamos dizendo que não existe força política em outras paródias já analisadas aqui na relação com corpo, performance, quebra de paradigmas, etc. Mas, reservamos esse espaço para analisar aquelas paródias do *corpus* que trazem como temática de forma mais específica questões da política institucional em tom de denúncia. Como tratamos desde o início dessa dissertação, não entendemos a cultura dissociada da política, o que significa que esta não se restringe às questões governamentais e democráticas da sociedade.

Para Martín-Barbero (2018), a política é o que nos une enquanto sociedade, o diálogo e as trocas que fazem com que nos entendamos enquanto próximos e seguindo valores. “O que estamos vivendo não é, como creem os mais pessimistas dos profetas-fim-de-milênio, a sua dissolução [da política], senão a reconfiguração das mediações em que se constituem os novos modos de interpelação dos sujeitos e de representação dos vínculos que coesionam a sociedade” (MARTÍN-BARBERO, 2018, p. 14). Conforme o autor, não é possível falar de política sem falar de comunicação e cultura, e por isso, ao tratarmos de política não estamos falando somente de um pensamento racional crítico, mas falamos sobre corpo, afetos, gestos, estética e sensibilidade. Pensar a política “a partir da comunicação significa pôr em primeiro plano os ingredientes simbólicos e imaginários presentes nos processos de formação do poder – o que leva a democratização da sociedade em direção a um trabalho na própria trama cultural e comunicativa da política” (MARTÍN-BARBERO, 2018, p. 15). Dessa forma, é impossível pensarmos a política fora do entorno tecnocomunicativo e dos processos que isso implica, nem pensarmos a comunicação sem entender as relações políticas e sociais que a possibilitam.

Portanto, o pop é político. Assim como desenvolvemos no capítulo anterior sobre o entendimento das diferentes articulações entre a cultura popular, comunicação e globalização,

compreendemos também que pensar a cultura popular é pensar nas relações de poder e políticas implicadas nela. Não podemos falar das paródias em articulação com a cultura pop-mundo sem entender que as estamos vendo a partir das relações sociais e culturais que dizem sobre os contextos políticos em que vivemos.

Então, mais do que objetos de políticas, a comunicação e a cultura constituem hoje um campo primordial de batalha política: o estratégico cenário que exige que a política recupere sua dimensão simbólica – sua capacidade de representar o vínculo entre os cidadãos, o sentimento de pertencimento a uma comunidade – para enfrentar a erosão da ordem coletiva (MARTÍN-BARBERO, 2018, p. 15).

E é nesse trabalho que esperamos poder relacionar como essas paródias se inserem nessas batalhas culturais, fazendo conexões e articulações entre os valores e contradições expostas nas suas materialidades com as performances transviadas, em um processo complexo de relações de poder. “O melhor trabalho em estudos culturais abraça e analisa a complexidade real e irreduzível do poder e política” (GROSSBERG, 2010, p. 229, tradução nossa²⁰⁵).

Quando articulamos as mutações da identidade e tecnicidade no mapa das mutações culturais de Martín-Barbero (2009b), nos permitimos olhar para como a transformação se dá na relação entre afirmação de uma expressão de si que vem pela identidade de gênero e sexual e com a destreza de expressar isso através dos vídeos no YouTube. Na análise do vídeo “[PARÓDIA] LADY GAGA - AYO feat. VALE LGBT”,²⁰⁶ do canal Um Bipolar, percebemos uma ênfase na defesa de uma pauta identitária e social que se dá em forma de denúncia. O canal Um Bipolar do *youtuber* Gabriel Braga é voltado para a produção de paródias e séries sempre com cunho humorístico. O canal tem mais de 1 milhão e 960 mil inscritos e, no total, mais de 215 milhões de visualizações em todos os seus vídeos²⁰⁷. Em entrevista ao “Encontro com Fátima Bernardes” (Rede Globo)²⁰⁸, Braga afirma que, por ser negro e gay, sentiu-se na obrigação de tratar da homofobia em seus vídeos, principalmente por ter um público majoritariamente infantil e entender que esse não era um assunto que ele observava sendo tratado de forma correta na mídia e nas escolas. Dessa forma, na semana de apresentação de Lady Gaga no Super Bowl, ele lançou essa paródia, da canção “A-YO”²⁰⁹ de Lady Gaga, com convidados, todos *youtubers* que se identificam enquanto LGBTs. Nesse vídeo denúncia, temos a

²⁰⁵ Do original: “The best work in cultural studies embraces and analyzes the real and irreducible complexity of power and politics”.

²⁰⁶ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=d_bcYa8X2C8. Acesso em: 11 mar. 2020.

²⁰⁷ Informações verificadas em junho de 2020.

²⁰⁸ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/6163458/>. Acesso em: 11 mar. 2020.

²⁰⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-I5G5BT8-fQ> Acesso em: 9 jul. 2020.

participação de casais gays, mulheres lésbicas e bissexuais, homem trans e todos dublam e dançam a letra da paródia que fala sobre o combate a homofobia no Brasil (ver Figuras 74 a 77).

Figuras 74 a 77 – Cenas e participantes da paródia do canal UmBipolar.



Fonte: <https://bit.ly/AYOBicha>

Como afirmam Antunes, Gutmann e Maia (2018, p. 117), “o ambiente de convergência do entorno tecnocomunicativo se constituiu integrado às intensas trocas interculturais, [...] como parte da globalização, forjando um tempo em que as próprias culturas se organizam em redes”. Dessa forma, observamos nessa paródia do canal UmBipolar uma materialização dessa rede que se articula e é montada a partir do compartilhamento da pauta identitária por indivíduos que se identificam com gêneros e sexualidades dissidentes e que compartilham valores, experiências e opressões por serem LGBTs. Esse tipo de rede é algo próprio das ambiências digitais e é incentivado pelo YouTube como forma de aumentar o engajamento dos produtores de conteúdo da plataforma. Aqui, a rede é materializada na forma de um *featuring* entre Gabriel do canal UmBipolar e o que ele chama de Vale LGBT composto por outros youtubers que produzem conteúdo com temáticas sobre sexualidade e gênero no Brasil.

A palavra *featuring* (ou feat.) em inglês significa “apresentar”, e é usada pela mídia e indústria musical estadunidense para se referir a parcerias em uma mesma canção entre dois

ou mais artistas. A estratégia tinha como objetivo fortalecer a imagem de um artista iniciante com outro mais consagrado. “A explicação corrente entre os especialistas do mercado da música para o fenômeno é a de que [...] os feats permitem uma soma de divulgação, além da ocupação de diferentes faixas e segmentos de público. Assim, um cantor ajuda a divulgar o trabalho do outro” (PEREIRA DE SÁ, 2019, p. 3). Para a autora, os *featurings* seriam performances negociadas que combinam marcas do artista que convida e daquele que transita para outro território para participar da colaboração. Concluindo que esse movimento aciona uma rede de diálogo entre gêneros, territórios e colaborações estéticas distintas com o mesmo objetivo de garantir visibilidade a projetos distintos dentro da cultural pop global.

“Tal qual acontece na indústria musical, o feat é utilizado, conforme dissemos, como estratégia para que sejam atingidos públicos mais amplos” (FERREIRA, 2019, p. 202). O *featuring* se tornou, assim, uma estratégia da música popular-massiva globalizada principalmente com a presença de rappers em músicas de cantoras e cantores pop. Acompanhamos o pensamento de Ferreira (2019), quando ele defende que uma das marcas de institucionalidade do YouTube é promover essas trocas e fortalecimento entre produtores de conteúdo da plataforma como uma forma de alcançar novos públicos e fortalecer laços identitários. No caso do vídeo do canal Um Bipolar, acreditamos que, ao reunir um grupo de youtubers que se identificam enquanto LGBTs em uma paródia em tom de denúncia, eles reforçam uma noção de institucionalidade, mas também de sociabilidade, ao mostrar uma forma de reapropriação de material produzido midiaticamente para expor suas posições políticas. Além de criarem redes de produtores, essas parcerias conectam audiências que consomem esses vídeos a partir de fluxos que articulam outros produtores com os quais se identificam. Dessa forma, se amplia a visibilidade de corpos que não participam dos grandes fluxos de visualização, mesmo nos de conteúdo LGBT dentro dessa ambiência digital, como os de pessoas trans.

Na paródia feat da canção “A-YO” de Lady Gaga, somos apresentados a Gabriel vestido com um chapéu rosa, em um processo de homenagem ao figurino da cantora durante a promoção do álbum Joanne, do qual a música faz parte. Mesmo que a canção de “A-YO” não tenha um videoclipe produzido por Gaga, Gabriel aciona, na composição visual da paródia, elementos de outros videoclipes da cantora, como “Million Reasons”²¹⁰ (ver Figuras 78 e 79). Aqui,

²¹⁰ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=en2D_5TzXCA. Acesso em: 23 jun. 2020.

vemos como a performance de Gabriel se articula a uma homenagem a Lady Gaga e o seu objetivo não é rir dela, mas produzir sentido a partir de uma referência. Podemos dizer que há um processo de mimesis na relação com o material parodiado, que se constrói como forma de identificação, mas também homenagem. E não podemos esquecer que “mimesis pressupõe algo que não simplesmente se vê na tela, mas que se presentifica no processo de interação com o espectador” (CARDOSO FILHO; GUTMANN, 2019, p. 110). E isso percebemos pelos comentários elogiando a atuação do produtor de paródia do canal.

Figuras 78 e 79 – Cena de paródia de Um Bipolar à esquerda e Cena do videoclipe de “Million Reasons” de Lady Gaga à direita.



Fonte: <https://bit.ly/AYOBicha>; <https://bit.ly/GagaMillion>

Gabriel e os demais corpos presentes no vídeo se dirigem a um terceiro interlocutor, o sujeito homofóbico: “pensou que logo eu reagiria com antipatia a sua homofobia”; “há quem prometeu que viado não é de deus, cê postou no face, fala na minha face, eu vi no, eu vi no seu face”. Numa convocação contra a homofobia, se afirmam enquanto uma “bicha do amor”, algo bastante reiterado nos comentários do vídeo (ver Figuras 80 e 81). Ao mesmo tempo que denuncia o preconceito, enfatiza que o amor venceria o ódio contra as suas existências LGBTs. Ao final do vídeo, quando manda uma mensagem para os seguidores do canal e agradece aos outros youtubers por participarem dessa paródia, Gabriel diz que “Precisamos amar o outro sem ver a quem, glória a Jesus e amém”. Aqui, o discurso em prol da liberdade sexual no Brasil se articula a ideais religiosos, que normalmente são associados ao conservadorismo. Quando a tia Nicole (um dos personagens de Gabriel), no vídeo, convoca seus espectadores a amarem uns aos outros, e ao mesmo tempo convoca glória a Jesus, ele está denunciando uma relação social desfavorável contra uma minoria na qual faz parte e se

associando a uma realidade brasileira que também é religiosa. Deixando ver, assim, as contradições do contexto em que vive.

Figuras 80 e 81 – Comentários feito no vídeo de UmBipolar.



Fonte: <https://bit.ly/AYOBicha>

Os comentários relacionados à paródia nos auxiliam a compreender modos de consumo do pop e suas reconfigurações a partir dessas performances transviadas: “quando tocar ayo na balada vou cantar sou bixa do amor”, afirma um dos seguidores. Percebemos como a ritualidade permeia um fluxo de consumo transcultural, quando o ouvinte da música de Lady Gaga ressignifica sua escuta pela paródia. Isso se conecta a engajamentos afetivos que se mostram pelas denúncias contra a homofobia, ressaltados pelos emojis de arco-íris, pela repetição em coro dos versos da paródia “Sou Bixa do Amor”, “Mete um pau no meio do cu do mundo” etc. Aqui, vemos como essas performances de identidades sexuais e de gênero dissidentes são articuladas à forma de consumo desses vídeos na plataforma, e também pelas tecnicidades. O modo como a paródia é exaltada nos comentários, que caracterizam Gabriel como o “maior Youtube de paródias do mundo”, nos faz ver a força institucional das paródias no YouTube, como tratamos em capítulo anterior.

Se analisarmos isso pela mutação da cognitividade do mapa das mutações de Martín-Barbero (2009), podemos perceber como, no espaço digital, essas identidades se expressam de modo imbricado entre a linguagem audiovisual e a linguagem dos emojis, GIFs, memes, hashtags

etc. Estamos lidando com um público que domina essas tecnicidades e, a partir delas, defende politicamente seus engajamentos identitários. Ou seja, pela performance transviada e transcultural habitam a cultura pop-mundo por meio de diferentes linguagens que possibilitam a expressão de suas identidades.

A paródia intitulada “Sarah Mitch - Bolsonaro Não #ELENÃO”²¹¹ foi postada pelo canal homônimo da *drag queen* cuiabana Sarah Mitch. O canal de Sarah tem 8,64 mil inscritos e um total de visualizações de mais de 944 mil²¹². Em seu canal, Sarah posta vídeos de suas apresentações como *drag queen* em boates e clubes noturnos, além de materiais da sua carreira de cantora, como videoclipes, áudios de canções, etc. Lady Gaga é uma das cantoras mais homenageadas por Mitch em suas apresentações. Nessa paródia, percebemos a intenção enfática de se posicionar em relação ao momento político vivido no Brasil durante as eleições presidenciais de 2018. Jair Messias Bolsonaro era o então candidato à presidência do país com discurso e propostas de governo conservadores e de extrema direita. O vídeo faz coro com as manifestações políticas da época que utilizaram as *hashtags* #EleNão e #BolsonaroNão.

Sarah Mitch se posiciona, em tom de denúncia, contra o discurso racista, homofóbico, machista e transfóbico do então candidato e atual presidente do Brasil. Ela utiliza diversas referências sonoras e visuais ao clipe de Lady Gaga da canção *Bad Romance* (ver Figuras 82 e 83), e defende o combate ao preconceito, a partir de cartazes, *hashtags* e a participação de grupos como o “Mães pela Diversidade”, grupo de mães de pessoas LGBTs que defendem pautas políticas a favor de minorias sexuais no Brasil. As denúncias feitas por Sarah são contra o aumento do discurso em desfavorecimento de minorias no país que veio embalado pela força eleitoral do então candidato de extrema direita Jair Bolsonaro.

²¹¹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=DuhLxr2Ba2c>. Acesso em: 11 mar. 2020.

²¹² Informações verificadas em junho de 2020.

Figuras 82 e 83 – Cena da paródia de Sarah Mitch à esquerda e do videoclipe de Lady Gaga “Bad Romance” à direita.



Fonte: <https://bit.ly/SarahMitch>; <https://bit.ly/BadRoman>

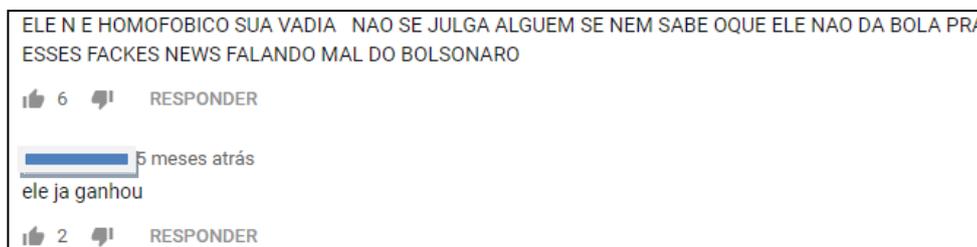
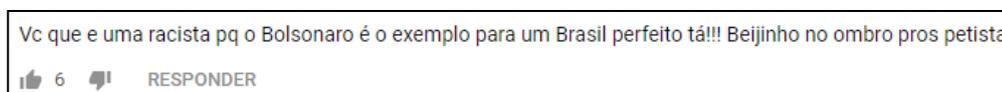
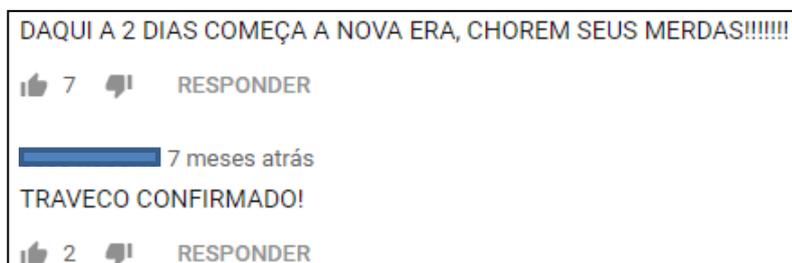
O vídeo aciona *hashtags* utilizadas em uma série de protestos que marcaram a corrida eleitoral daquele ano, como #EleNão e #BolsonaroNão²¹³. *Hashtags* são palavras-chave antecedidas pela cerquilha que identificam assuntos na internet e servem como rastreadores de conteúdo para ranqueamentos ou para pesquisas em redes sociais. “Apesar de terem sido criadas como ferramentas de monitoramento nas redes sociais online, [...] o uso social [das *hashtags*] promoveu o aprimoramento de sua função comunicativa em perspectiva multiplataforma, criando conexões sígnicas entre ambientes online e off-line” (ALZAMORA; ANDRADE, 2019, p. 2).

Dessa forma, a paródia postada no YouTube se articula aos diferentes materiais a favor ou contra aqueles valores defendidos na eleição presidencial brasileira através do mecanismo. “A dinâmica comunicacional das *hashtags* é marcada por colaboração, solidariedade e confronto, pois elas configuram espaços interacionais fluidos, transitórios e, eventualmente, contraditórios.” (ALZAMORA; ANDRADE, 2019, p. 2). Como vamos ver nos comentários a seguir, a *hashtag* conecta tanto os que concordam com a visão da paródia quanto os que discordam, nos fazendo ver tretas que marcaram a disputa política. Podemos perceber isso pela quantidade de Não Gostei que é superior ao de Gostei no vídeo (6,1 mil contra 5,6 mil respectivamente²¹⁴) e pela quantidade de comentários negativos que o vídeo tem, como podemos ver na Figuras 84 a 87.

²¹³ Leia: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>. Acesso em: 25 jun. 2020.

²¹⁴ Informação verificada em junho de 2020.

Figuras 84 a 87 – Comentários na paródia de Sarah Mitch.



Fonte: <https://bit.ly/SarahMitch>

A paródia invoca, a partir da sua letra, o amor como um lugar de combate e engajamento contra o preconceito e perda de direitos sociais. Ao enxergar na figura de Jair Bolsonaro uma representação do retrocesso brasileiro em relação aos direitos de minorias sexuais, o grito político de Sarah na paródia é de: “Bolsonaro Não!”. No vídeo, vemos Sarah em trajes semelhantes aos figurinos extravagantes de Lady Gaga. Há a presença de dançarinos e coreografias que incluem trejeitos da cantora. A paródia conta com participações de pessoas que se identificam enquanto LGBTs ou que apoiam essas causas e demonstram a partir de cartazes e feições negativas contra a figura de Bolsonaro. Percebemos que a performance transviada aqui é conectada ao enfrentamento político de valores considerados conservadores e violentos. O lugar de identidade é central, como aponta Martín-Barbero (2009b), para pensar as transformações culturais e comunicacionais. Sarah Mitch usa seu corpo como lugar de enfrentamento político no contexto brasileiro. E ao expor seu movimento de denúncia política nas ambiências digitais a youtuber espera se conectar com seu interlocutor.

Tendo em vista os elementos que configuram a cultura digital e a crescente criação de perfis e canais especializados LGBTQ, do ponto de vista dos corpos e da performance, observamos que é pelo reconhecimento do próprio interlocutor que se cria uma ‘energia’ de mediação (interações, discussões, apoio às causas identitárias, partilha, engajamento). Esta energia tem o corpo e a performance como dimensão de existência (GUTMANN; MOTA JR.; SILVA, 2019, p. 85).

Os comentários contrários à paródia reforçam valores conservadores, homofóbicos, machistas e transfóbicos. A disputa nesse campo de batalha da cultura popular é posta pelas identidades como um dos lugares de enfrentamento ao espectro político instalado no país nos últimos anos. Os algoritmos das plataformas digitais trabalham conectando usuários, mas nem sempre fazem isso de forma com que os temas sejam de concordância entre eles. Isso nos permite ver esse tipo de disputa, a partir do lugar das tretas, como forma de posicionamento político. Entendemos essas disputas também como o modo dessas identidades sexuais e de gênero dissidentes ocuparem espaços na arena pública utilizada tanto como lugar de empoderamento e engajamento, quanto como forma de violência por conservadores e extremistas nas redes sociais.

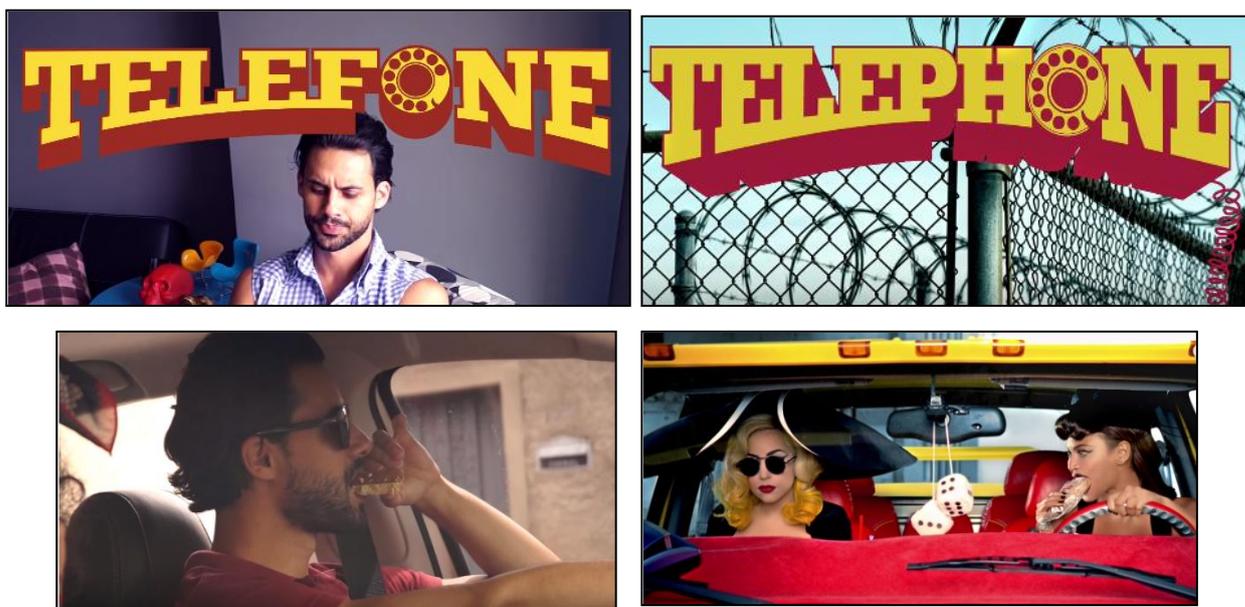
Quando observamos a paródia “Telefone - Rose, a Doméstica das Bicha feat. Dona Bicha”²¹⁵, do canal de Lindsay Paulino, temos um caso diferente da paródia de Sarah Mitch. Em Lindsay Paulino, a paródia é construída a partir de um material humorístico, que nos remete a matrizes culturais já midiáticas do humor televisivo brasileiro de programas como *Zorra Total*, *Chico Anysio* e *Jô Soares*. A paródia da parceria entre Lady Gaga e Beyoncé na música “Telephone”²¹⁶ fala sobre uma empregada doméstica chamada Rose que só trabalha para homens gays, nesse caso ela está trabalhando para um homem referenciado como Dona Bicha. Vemos Rose em um ponto de ônibus atrasada para o trabalho e ligando para seu patrão para que a busque, a partir daí ambos relatam como é trabalhar naquela casa e como é ter Rose enquanto trabalhadora doméstica. A paródia faz uma série de referências ao videoclipe de Gaga e Beyoncé (ver Figuras 88 a 91), tais como a relação de *featuring* na canção, a cena de um personagem buscando o outro de carro, a conversa dentro do carro enquanto canta a letra da paródia. “No campo operativo, pontuamos que a mimesis se revela na relação entre o texto midiático e seu interlocutor, possibilitando identificar as tramas narrativas e tessituras que articulam os mundos dos textos aos dos leitores, fazendo emergir performances sociais específicas” (CARDOSO FILHO; GUTMANN, 2019, p. 111). Se no videoclipe de Gaga e

²¹⁵ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Uz4RmwParx8>. Acesso em 11 mar. 2020.

²¹⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EVBSypHzF3U> Acesso em: 10 jul. 2020.

Beyoncé os cenários são de uma prisão e fuga da polícia, na paródia de Lindsay vemos a relação entre patrão e trabalhadora doméstica no ambiente doméstico.

Figura 88 a 91 – Cenas da paródia de Lindsay Paulino acima e abaixo à esquerda e do videoclipe de “Telephone” de Lady Gaga e Beyoncé acima e abaixo à esquerda.



Fonte: <https://bit.ly/RoseBichas>; <https://bit.ly/TelephoneGagabey>

Abordando as relações políticas na dimensão do pop, é interessante ter em conta que a paródia, a partir do humor, fala sobre uma realidade específica de lutas sociais do contexto brasileiro. O país passou por uma série de transformações quando trazemos em causa trabalhadoras e trabalhadores domésticos, e isso nos remete à história de escravidão no país e como enxergamos o que significa trabalho e direitos trabalhistas. Durante muito tempo, esses profissionais não tinham direitos formais e legais reconhecidos pelo Estado Brasileiro, fazendo com que situações de abuso sexual, assédio moral, trabalho análogo à escravidão, entre outras contravenções, fossem uma realidade normalizada no país. Em 2012, com a aprovação da Emenda Constitucional 72, mais conhecida como a PEC das Domésticas (PEC 66/2012)²¹⁷, tais profissionais passaram a ter direitos trabalhistas reconhecidos pelas Constituição. Com a seguridade garantida em lei, empregadas e empregados domésticos de todo o país tiveram acesso, pela primeira vez, a benefícios como FGTS, seguro-desemprego, salário-família, adicional noturno, adicional de viagens, entre outros. Isso trouxe questões

²¹⁷ Para mais informações: <https://www.domesticalegal.com.br/pec-das-domesticas-5-anos-de-uma-conquista/> Acesso em: 9 mar. 2019.

para o debate social que poderiam contribuir para mudanças no tratamento de domésticas em todo o país. Assim, a paródia de Lindsay Paulino, publicada em 2014, mostra que, mesmo que a intenção original do vídeo não seja fazer uma discussão aprofundada sobre essas questões, elas são denunciadas.

Na história do vídeo, Rose relata uma série de abusos sofridos por ela em relação ao seu patrão. Em um primeiro momento ela diz que “Ontem ela mandou eu preparar um patê, botei a maionese, ela faltou me bater” e a personagem recebe um tapa do patrão (ver Figuras 92 e 93). Depois ela diz que: “Não assinou minha carteira e me exige demais, eu tô falando, essa bicha é folgada, eu vou levar pra justiça, é assim que se faz, já trabalhei pra bicha advogada”, relatando que o patrão não está cumprindo com as leis trabalhistas e que ela vai tomar alguma atitude judicial a respeito. No vídeo, vemos que Rose é interpretada por um ator, veste roupas coloridas, espalhafatosas e uma peruca descabelada enquanto seu patrão Dona Bicha, de corpo másculo e malhado, usa salto alto e faz passos de dança com um gestual feminilizado. A performance transviada é composta por desencaixes entre gêneros e corporificações.

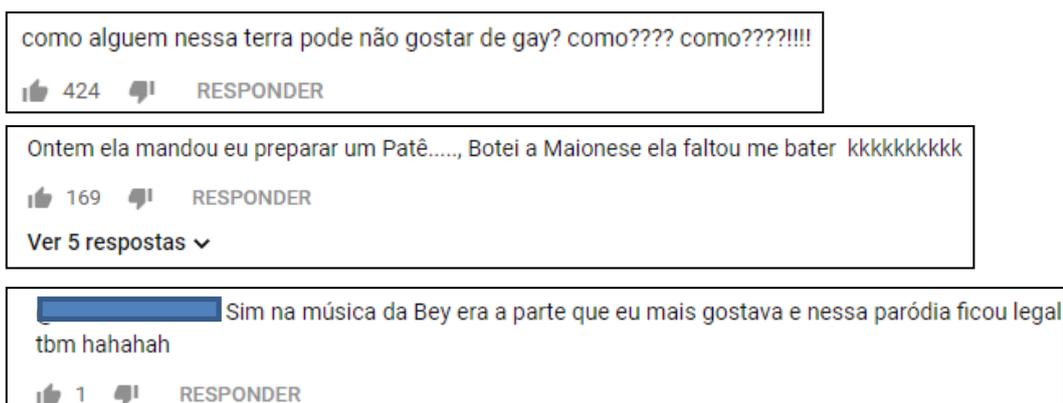
Apesar de a paródia trazer esses temas em tom do humor, essa é uma realidade de uma grande parte de trabalhadoras e trabalhadores domésticos no país, mesmo depois da aprovação da PEC das Domésticas. A relação com o contexto ganha força para pensar um produto cultural que se propõe a fazer uma sátira da realidade brasileira enquanto se conecta a produtos da cultura pop-mundo. Isso nos mostra como as paródias podem ser um lugar potente para pensar articulações entre performances e cultura popular, mesmo que aqui ela reforce um lugar de opressão na forma como mulheres são tratadas nesses espaços de trabalho. Notamos também, como ilustra a Figuras 94 a 96, que os comentários que acompanham o vídeo trazem uma reprodução dos abusos e assédio no qual Rose passa na história enquanto engraçados, mostrando que a questão da sátira muitas vezes é recebida como cooptação e não resistência necessariamente.

Figuras 92 e 93 – Cena da paródia de Lindsay Paulino onde Rose toma um tapa de seu patrão.



Fonte: <https://bit.ly/RoseBichas>

Figuras 94 a 96 – Comentários feitos na paródia de Lindsay Paulino.



Fonte: <https://bit.ly/RoseBichas>

Interessante ressaltar a postura classista adotada pelo personagem do patrão, um homem gay, em relação a sua empregada doméstica na história. Nos comentários há um apagamento do assédio moral e físico contra a funcionária, o lugar do riso se dá justamente pelo lugar da opressão e naturalização das relações de trabalho desiguais. Se pensarmos essa paródia em articulação com matrizes do humor televisivo brasileiro, que traziam a representação de identidades de gênero e sexuais dissidentes a partir do lugar do estereótipo escrachado e como o objeto da piada (tratamos isso no eixo sobre humor transviado anteriormente), vemos que nesse audiovisual essa representação mantém uma relação desigual de poder representada ainda como o lugar do riso e do humor, mas dessa vez pela relação de gênero e classe.

Interessante observarmos também como o termo “bicha” ao mesmo tempo ganha uma ressignificação nessa paródia como identidade do patrão, não a partir do escracho, e também carrega uma dubiedade de uma matriz cultural homofóbica que se utiliza do termo de forma pejorativa contra indivíduos homossexuais. Em certo momento, para ofender seu patrão, Rose se refere a ele como uma “bicha folgada” e “essa bicha não presta”, portanto, vemos que o reforço do termo como algo pejorativo cria um ruído pela forma como as performances transviadas são construídas nessa paródia. Mas entendemos também que o termo “bicha”, mesmo que seja ressignificado em determinados casos (como na paródia Bicha do Amor, vista anteriormente), ainda é utilizado de forma opressora contra pessoas de gêneros e sexualidades dissidentes no Brasil.

Na paródia intitulada “Merendaphone | PARÓDIA | Lady Gaga - Telephone ft. Beyoncé”,²¹⁸ da canção de Lady Gaga e Beyoncé “Telephone”, postada pelo canal Pandora Boxx, vemos a denúncia política construída de diferente maneira. O canal possui apenas 31 inscritos e pouco mais de mil visualizações no total em seus vídeos²¹⁹, a descrição do canal informa que ele é feito por cinco amigos que postam algumas paródias e vídeos de reações. Postado em 2017, essa paródia tem como descrição a seguinte informação: “No início de 2016, os estudantes de escolas da rede estadual de ensino de São Paulo e de Etecs realizaram protestos e ocupações contra a 'Máfia da Merenda'. Fraudes na licitação das compras das merendas escolares foram descobertas e, por causa disso, algumas escolas nem mesmo as estavam recebendo, como o caso do KK”. A paródia feita por alunos de uma escola pública estadual de São Paulo faz uma denúncia ao fato de que estava havendo falta de fornecimento de merendas escolares no sistema de ensino público do estado devido à corrupção.

A construção narrativa do vídeo se relaciona à do videoclipe “Telephone”, de Gaga e Beyoncé, cuja trama é marcada por um assassinato e fuga. Na narrativa construída no videoclipe, dirigido por Jonas Åkerlund, vemos uma continuação de lançamento anterior de Gaga, “Paparazzi”, onde ela cometia um crime e ia presa. Aqui, vemos a experiência de Gaga na cadeia e depois de ser solta por Beyoncé, sua parceira, elas seguem até um restaurante para encontrar um abusivo interesse amoroso da personagem de Beyoncé. Lá, elas executam um plano de envenenamento dele e de todos os clientes do restaurante, o que as faz serem perseguidas pela polícia e fugirem. O videoclipe tem inúmeras referências a filmes do diretor

²¹⁸ Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=HsnTMk_cJ6w. Acesso em: 11 mar. 2020.

²¹⁹ Informações verificadas em junho de 2020.

Quentin Tarantino como *Pulp Fiction* (Miramax, 1994) e *Kill Bill* (Miramax, 2003). E o final do videoclipe se assemelha de certa maneira ao final do filme *Thelma e Louise* (MGM, 1991), onde as protagonistas fogem da polícia mantendo-se juntas até o fim.

Na paródia (figuras 97 a 100), o grupo se utiliza dos materiais e espaços da escola para representar a narrativa que segue algumas das cenas do videoclipe de Gaga e Beyoncé. Assim como no videoclipe aqui temos um personagem interpretado por um adolescente que é jogado em uma sala de aula, que seria a prisão na qual Gaga inicia o videoclipe de “Telephone”. Mas, os colegas de classe e a sala de aula são utilizados como forma de denunciar a falta que a merenda faz no contexto de uma escola pública. Em algum momento o personagem da paródia canta “Bem que deveria ter merenda no KK”, em outro ele se utiliza de um adereço na cabeça como uma referência a uma cena do videoclipe, mas ao invés de um chapéu de alta costura, ele utiliza uma caixa de leite utilizada na merenda da escola (ver Figura 99). Em outra cena, o alimento que é envenenado no restaurante no videoclipe, na paródia é um achocolatado em caixa também utilizado na merenda. A paródia ainda faz uma crítica ao ensino em horário integral articulando a crítica ao Estado que não garante uma alimentação própria para os alunos, mas os obriga a ficar na escola em um período maior de tempo.

Aqui observamos como a performance transviada do personagem principal da paródia se articula à denúncia feita pelo grupo como uma forma de resistência política. Existe uma crítica a uma situação política enfrentada pelos estudantes, ao mesmo tempo que a performance do personagem se conecta à de Lady Gaga pela exaltação de elementos de gênero e sexuais dissidentes. Isso aparece tanto em como o corpo se movimenta e na voz quanto em falas como “Tá falando em inglês por que, bicha?”, quando ele fala para a personagem que está no *feat* da paródia.

Figuras 97 a 100 – Cenas da paródia do canal Pandora Boxx acima e abaixo à esquerda e do videoclipe “Telephone” de Lady Gaga e Beyoncé acima e abaixo à direita.



Fonte: <https://bit.ly/TelephoneGagabey>; <https://bit.ly/Merendaphone>

A partir do mapa das mutações podemos traçar um caminho analítico que diz sobre a forma com que a reivindicação política e a resistência cultural podem ser feitas. Quando analisamos a partir da mutação da cognitividade, podemos traçar um pensamento sobre as novas formas de saber que se apresentam no entorno tecnocomunicativo. Martín-Barbero (2009a) afirma que um dos sinais mais profundos das mudanças entre cultura, tecnologia e comunicação “é encontrado na reintegração cultural da dimensão que é separada e subvalorizada pela racionalidade dominante no Ocidente desde a invenção da escrita e do discurso lógico, é o mundo dos sons e imagens relegados ao reino das emoções e expressões” (2009a, p. 26, tradução nossa²²⁰).

Assim, para a compreensão dessa paródia precisamos convocar outras formas de conhecimento e de expressão que partem de distintas formas de saber que não somente a escrita. Os jovens aqui se expressam e reivindicam direitos a partir da música pop, e de paródias no YouTube. Para o autor, o hipertexto é a forma principal de expressão no entorno tecnocomunicativo. “Assim, do mediador universal do conhecimento, o número está se

²²⁰ Do original: “se halla en la reintegración cultural de la dimensión separada y minusvalorada por la racionalidad dominante en Occidente desde la invención de la escritura y el discurso lógico, esto es la del mundo de los sonidos y las imágenes relegado al ámbito de las emociones y las expresiones”.

tornando uma mediação técnica do fazer estético, que por sua vez revela a passagem da primazia sensório-motora para a sensorial simbólica” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 26, tradução nossa²²¹). Ou seja, estamos lidando com jovens que se entendem no mundo a partir de elementos tecnológicos e comunicacionais que não são mais aqueles apresentados pela sensibilidade da escrita e sim pela sensibilidade hipertextual que transborda para o audiovisual. A manifestação política e a resistência são feitas a partir de suas referências a ídolos da cultura pop-mundo em articulação com as ambiências digitais.

Na descrição do próprio vídeo, eles indicam que a inspiração para a paródia foi a de Lindsay Paulino, que analisamos anteriormente. Isso é interessante de observar porque percebemos a força institucional que as paródias têm no YouTube e como isso reforça, mais uma vez, a comunicação em fluxo e articulada em rede. Existe assim uma troca de experiências pela própria plataforma YouTube, onde produtores mais profissionais se tornam referências para outras paródias. As imagens e sons são compartilhados numa rede de trocas que funciona em vetores múltiplos. Será que poderemos construir daqui a alguns anos matrizes midiáticas do YouTube no próprio YouTube?

Percebemos como o YouTube pode ser utilizado enquanto uma ambiência digital em formato de rede de engajamento identitário contra a homofobia, por exemplo, e para falar de temas relevantes para uma eleição presidencial. Além de ser instrumento de denúncia contra casos de corrupção e má gestão pública de recursos pela juventude. As paródias da cultura pop-mundo se articulam com performances transviadas como forma de fazer política, criar diálogos, manifestar opiniões e exigir mudanças de valores na sociedade. Percebemos assim o caráter de denúncia das paródias em articulação com a cultura pop.

²²¹ Do original: “De ahí que de mediador universal del saber, el número esté pasando a ser mediación técnica del hacer estético, lo que a su vez revela el paso de la primacía sensorio-motriz a la sensorio simbólica”.

4 ESSA DISSERTAÇÃO É UMA PARÓDIA?

Pela trajetória de pesquisa relatada ao longo dos capítulos, conseguimos desenvolver uma série de articulações que nos levou a pensar questões importantes sobre contexto, comunicação, cultura e política no marco das paródias brasileiras em torno de Lady Gaga. Ao iniciar o processo de pesquisa, assumimos um compromisso com pressupostos dos Estudos Culturais britânicos e latino-americanos que foram balizadores para a investigação de nosso problema de pesquisa. Compreender o contexto como o lugar central para pensarmos a articulação comunicação e cultura, tratar a comunicação de forma processual e a cultura como modo de vida foram essenciais para este estudo. Reforçamos, então, que essa dissertação foi desenvolvida sob a égide dos Estudos Culturais, buscando daí construir uma trajetória teórica e analítica.

Destacamos aqui a importância que Raymond Williams, Stuart Hall, Lawrence Grossberg, Jesús Martín-Barbero e Nestor Garcia Canclini tiveram para essa pesquisa a partir de diferentes conceitos. A centralidade do conceito de cultura como modo de vida (WILLIAMS, 2007) e a comunicação a partir de um processo que articula o popular e o massivo (HALL, 2003; MARTÍN-BARBERO, 2009b). As proposições sobre globalização e cultura-mundo de Canclini (1995) e sobre globalização e contexto de Grossberg (2010) nos auxiliaram para compreendermos os processos deflagrados pelas audiovisualidades em fluxo analisadas.

Jesús Martín-Barbero teve papel central para esta pesquisa. O pesquisador, naturalizado colombiano, a partir dos conceitos de entorno tecnocomunicativo, comunicação, cultura, política, espaços, tecnologia e a proposta teórico-analítica do mapa das mediações e das mutações culturais nos guiou durante a pesquisa e conduziu nosso olhar durante as análises do fenômeno. Por isso, afirmamos que essa dissertação pode ser considerada “Barberiana”. Buscamos pôr em diálogo visões do autor com outros pensadores de modo a valorizar a articulação conceitual e uma abordagem complexa da cultura pop-mundo na relação com a cultura transviada.

A questão-problema que nos guiou foi: quais as articulações entre performances transviadas e transculturais e a cultura pop-mundo nas paródias brasileiras de Lady Gaga no YouTube? Propomos uma abordagem da questão a partir do que chamamos de 3 Ps: pop, performance e paródias, e de uma análise guiada pelos mapas das mutações culturais, em articulação com o

mapa das mediações. Pela análise do material empírico, foi possível construir quatro eixos analíticos da performance, denominamos aqui como chaves analíticas: poética do armengue, humor transviado, tretas do pop e pop-denúncia. Esses eixos também nos ajudaram a organizar as análises no Capítulo 3, que foram apresentadas de modo imbricado à discussão sobre o mapa das mutações e mediações de Martín-Barbero.

Com base nessas articulações, operadas no processo analítico, vamos desenvolver algumas considerações nesse espaço final do trabalho para apontar resultados relevantes. Nosso objetivo aqui não é mostrar conclusões finais, mas tentar tratar dos resultados de pesquisa de uma forma que nos permita abrir caminhos para novas pesquisas que continuem a articular essas questões com outros objetos, outras formas culturais e também outros contextos.

O objeto principal dessa pesquisa são as paródias audiovisuais brasileiras no YouTube da cantora Lady Gaga. Iniciamos a pesquisa com o desejo de desconstruir noções estanques e cristalizadas das paródias enquanto textos que funcionam como releituras, desconstruções ou apenas imitações de um suposto texto anterior “original”, perspectivas vindas, principalmente, dos estudos literários. Para nós, mostrou-se relevante que se partíssemos desses entendimentos para analisar as audiovisualidades presentes no nosso *corpus*, estaríamos deixando de ver nuances sobre esses produtos que nos indicariam lugares mais complexos de relações sociais e culturais. Por exemplo, como analisar um produto audiovisual do YouTube que apresenta uma forma paródica, mas que articula questões com o humor, memes, referências e homenagens a partir da ideia de original e cópia? Ou a partir da ideia de imitação e desconstrução? Isso demandaria o esforço de fazer comparações entre elementos textuais dos videoclipes de Gaga e de suas paródias, que apagariam o que, de fato, buscamos ver: os processos transculturais do pop que nos dizem sobre modos de engajamento das identidades transviadas.

Tomar as paródias a partir da ideia de hipertexto e palimpsesto de Martín-Barbero (1999; 2008; 2015) nos permitiu abrir as múltiplas conexões que esses materiais agenciam; permitiu-nos desestabilizar uma noção temporal cristalizada de passado e entender que as paródias poderiam nos apresentar relações espaço-temporais e culturais múltiplas. Isso nos mostrou relações políticas, disputas valorativas, modos distintos de utilização da técnica e do humor. Entender as paródias como hipertextos, que articulam imagens, sons, vídeos, valores, referências, matrizes, palavras, técnicas, entre outros, nos fez posicionar esses audiovisuais

como formas da cultura, dimensões que nos mostram uma série de rasuras e reproduções em distintas conformações do corpo e de identidades. A ideia de palimpsesto também nos deixou ver diferentes borramentos temporais suscitados pelas paródias. Não temos como trabalhar com uma linha temporal cronológica (passado, presente e futuro) quando os produtos que analisamos explodem essa suposta linha para nos conectar a elementos e referências das mais diversas ordens de temporalidades e espacialidades. E mesmo quando as paródias analisadas nos conectavam ao passado, ou a uma textualidade anterior, percebemos que essa relação com matrizes culturais e midiáticas são construídas a partir de conexões, que são feitas e desfeitas pelo olhar do analista cultural e do público consumidor. Assim, acreditamos que a estratégia de pensar formas paródicas a partir das ideias de hipertexto e palimpsesto de Martín-Barbero se mostrou uma articulação que deu certo e pode ser desenvolvida como uma proposta teórico-metodológica em trabalhos futuros.

O YouTube, compreendido como ambiência digital, mostrou-se um lugar profícuo para produção, circulação, consumo e análise das paródias, uma das formas culturais que ganharam força na plataforma desde o seu surgimento. O YouTube, enquanto instituição, apoia e divulga o trabalho de uma série de produtores de conteúdo originais, assim como os produtores de paródia. Formas paródicas se espalharam de uma maneira que alguns youtubers exclusivos de paródias na plataforma começaram a aparecer como os maiores em número de inscritos e visualizações nos últimos anos (Bart Baker²²², The Hillywood Show²²³, Joey Graceffa²²⁴). Além de youtubers que produziam conteúdos gerais e começaram a investir também em paródias como Whindersson Nunes²²⁵ e Felipe Neto²²⁶, exemplos brasileiros desse fenômeno. Isso nos mostra a força que as paródias têm no YouTube e como esses produtos audiovisuais conseguiram se conectar a conteúdos de humor, musicais e sociais da plataforma com propósitos distintos e alcances variados. Ao contrário da maior parte dos

²²² O canal tem 10 milhões de inscritos e mais de 3 bilhões de visualizações em seus vídeos. Informações verificadas em julho de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/bartbaker/about>. Acesso em: 18 jul. 2020.

²²³ O canal tem 1,74 milhões de inscritos e mais de 340 milhões de visualizações em seus vídeos. Informações verificadas em julho de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/hillywood/about>. Acesso em: 18 jul. 2020.

²²⁴ O canal tem 9,38 milhões de inscritos e mais de 1 bilhão de visualizações em seus vídeos. Informações verificadas em julho de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/JoeyGraceffa/videos>. Acesso em: 18 jul. 2020.

²²⁵ O canal tem 40,2 milhões de inscritos e mais de 3 bilhões de visualizações em seus vídeos. Informações verificadas em julho de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/whindersson/about>. Acesso em: 18 jul. 2020.

²²⁶ O canal tem 39 milhões de inscritos e mais de 10 bilhões de visualizações em seus vídeos. Informações verificadas em julho de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/naofazsentido/about>. Acesso em: 18 jul. 2020.

trabalhos de pesquisa do campo literário, aqui lidamos com paródias que não são somente textos, mas transbordam seu conteúdo e espalham seus formatos por outras ambiências, o que explica, por exemplo, porque recorremos à televisão para compreender certas matrizes midiáticas acionadas pelas performances, bem como a importância de localizar os memes e os virais na interpretação de formas da paródia.

A associação com o conceito de fluxo audiovisual de Martín-Barbero nos interessa por entendermos que olhar para cada vídeo analisado como uma ilha não daria conta da forma como esses produtos são pensados e compartilhados no entorno tecnocomunicativo em que vivemos. Portanto, não raciocinamos a partir da ideia de meio, mídia ou midiático. O sentido de fluxo auxiliou no mapeamento do material analisado. Seleccionamos vídeos que se autointitulavam paródias, aqueles em que os algoritmos da plataforma, no buscador, classificaram enquanto paródias ou que eram citados como tal pelos seguidores dos canais. Ou seja: o intuito não foi destacar marcas paródicas inerentes aos textos, mas reunir vídeos identificados como paródias nesse fluxo que envolve lógicas produtivas e expectativas de recepção, institucionalidades, ritualidades e tecnicidades. Portanto, não classificamos e cristalizamos uma definição de paródia, mas sustentamos que existem formas paródicas que se expressam a partir de diferentes dinâmicas: dublagens, remix, covers, homenagens, sátiras, denúncias, entre outros.

O conceito de performance foi essencial para pensar o problema de pesquisa sobre sexualidades e identidades de gênero. Tomamos a noção de performance desenvolvida principalmente por Diana Taylor, Richard Schechner e Judith Butler para pensar as materialidades das paródias e analisá-las enquanto expressões de identidades de gênero e sexuais dissidentes. Se nossa questão parte do desejo de compreender articulações entre o pop e o que chamamos de indivíduos de uma comunidade LGBT, percebemos que performance foi um conceito metodológico que nos permitiu pensar essas identidades de forma não essencializada e nos atentar para as materialidades representadas nos vídeos analisados. Corpo, voz, adereços, cenários, falas, figurinos ou a mistura disso compôs as nossas análises e a articulação entre pop, performance e paródia nos mostrou nuances dos produtos analisados na conexão performance transviada e cultura pop-mundo.

Para nós, foi importante dar conta das performances não como materialização de uma experiência, mas como uma interação, a performance como o lugar que toca a produção de

sentido e a leitura dos usuários da plataforma. Então, não tomamos a performance somente como o que aparecia nos vídeos analisados, mas como um âmbito material que demonstra conhecimento, experiências e subjetividades. Ao tomar as performances enquanto comportamento restaurado, nos termos de Schechner e Taylor, podemos observar nas paródias reforços de estereótipos na relação com o humor televisivo e com o tratamento misógino por parte desses materiais. Vimos também o vínculo com a figura do videoclipe, tanto na reescritura a partir das imagens dos videoclipes de Lady Gaga (como as paródias do VakaLoka), quanto em novas produções audiovisuais numa relação direta com os videoclipes hegemônicos do pop (como as paródias de Lindsay Paulino, Sarah Mitch e UmBipolar). Mas, analisar performance a partir da ideia de comportamento restaurado não nos mostrou somente reiteraões, mas também fissuras.

Articular o conceito de performance com transculturalidade e transviado nos fez assumir o caráter global do fenômeno que analisamos e trazer o transcultural como a forma de pensar essas paródias em um entorno tecnocomunicativo com fluxos e migraões que partem de pontos múltiplos para pontos múltiplos. Assumir o termo transviado (BENTO, 2017) nos pareceu o mais construtivo ao tratarmos dos contextos brasileiros, justamente pela relação que a palavra *queer* assume nos estudos acadêmicos sobre identidades de gênero e sexualidades ao redor do mundo, mas não apresenta, necessariamente, uma conexão com a realidade brasileira.

Ao analisar performances transculturais e transviadas acreditamos que estamos fazendo um movimento epistemológico de desestabilização dessas identidades simbolizadas pela sigla LGBT. Nesta pesquisa, não buscamos classificar identidades ou enclausurá-las em definiões prévias. Ao contrário, os corpos presentes no material analisado apontaram para formas de resistências de sexualidades e identidades de gênero diversas. O termo “transviado”, assim, nos permitiu uma abertura que foi além de etiquetas sociais já conhecidas (vide a sigla LGBTQIA+). Pensamos que essas subjetividades poderiam aparecer de múltiplas formas: corpos masculinos que performam feminilidades diversas, corpos femininos que ao serem dublados são desestabilizaões de gênero, utilização do próprio corpo como engajamento político. Como resultado desse esforço, acreditamos que a ideia de performances transviadas pode ser profícua para pesquisas futuras desse pesquisador e de outros que estiverem analisando, de modo contextualizado, relações de identidades de gênero e sexualidades dissidentes.

Fizemos um esforço durante a pesquisa para que Romagosa, Saullo Berck, Las Bibas, etc. nos mostrassem o que sexualidades, gêneros e corpos dissidentes significam no Brasil. Mesmo que isso tenha nos mostrado reproduções, por exemplo, de uma relação de desvalorização do feminino na forma de tratamento com as divas pop. Ao mesmo tempo, corpos nordestinos e sertanejos, como os de Romagosa e Saullo Berck, propõem rasuras na forma como lidamos com supostas expectativas de gênero. Reiteramos, assim, que o conceito de performance foi essencial para essa pesquisa, pois nos permitiu uma análise conceitual e incorporada desse fenômeno cultural. Ao articularmos os conceitos de performance, performatividade, transculturalidade e transviado trabalhado por autores e autoras como Diana Taylor, Judith Butler e Berenice Bento, acreditamos que contribuímos para os estudos de performance na área de Comunicação no Brasil, relacionando-nos com outros autores que já articulam temas parecidos com esses conceitos.

Isso se estende também para a forma como articulamos noções de cultura popular e cultura pop nessa pesquisa. Como desenvolvemos, abordar o popular é central para os Estudos Culturais, principalmente com o advento de mídias de massa como a televisão, o rádio e posteriormente a internet. Articulamos esses estudos sobre a cultura popular que não partem de uma ideia dicotômica entre autenticidade e massivo, mas tomam o popular como uma articulação entre valores de tradição e a expressão de produtos culturais midiáticos. E considerando o entorno tecnocomunicativo e a globalização, partindo da sugestão de pensar uma cultura-mundo de Canclini (1995), com um conceito que articula esses três âmbitos, a cultura pop-mundo.

Pensamos a cultura pop a partir de um conjunto de ideias desenvolvidas por autores como Soares (2016) e Janotti Jr. (2015), que vão analisar o pop como um conjunto de práticas, valores e compreensões, como uma nebulosa afetiva pop. Associando isso à ideia de globalização enquanto processo desigual e assimétrico em diferentes âmbitos e que vai além da economia e comercialização de produtos. Podemos enxergar assim o que seria a cultura pop-mundo, relações que envolvem trocas culturais, migração de pessoas e fluxos de imagens. Sentimos a necessidade de cunhar esse termo por entender que pensar somente uma cultura pop global ou cultura pop globalizada não dava conta dos processos que queríamos dizer de trocas intensas de imagens, sons, símbolos, valores, produtos de pontos múltiplos a pontos múltiplos em um entorno tecnocomunicativo. A cultura pop-mundo seria, assim, as práticas

da cultura midiática em associação com valores das culturas populares que são desenvolvidas, elaboradas, comercializadas e consumidas de forma global e reapropriadas localmente a partir de diferentes processos, um deles, na nossa hipótese, sendo as paródias.

Ao analisar as paródias, percebemos que o conceito de cultura pop-mundo ganha força quando entendemos que a cultura pop em si “sublinha as características kitsch, camp e banal, o pop invariavelmente está ligado à ironia e é eclético, emprestando estilos, gêneros e expressões idiomáticas e absorvendo rapidamente influências” (HAWKINS, 2016, p. 128, tradução nossa²²⁷). Dessa forma, entendemos que o pop em si já é um emaranhado estético e cultural que funciona de maneira com que os produtos são feitos com múltiplas conexões de referências e matrizes culturais e midiáticas e transbordam para diversas mídias, redes e são consumidos das mais diversas formas globalmente. Por que faz sentido pensar em Lady Gaga no sertão nordestino? Porque a cultura pop-mundo é consumida e compartilhada de formas distintas e desiguais nos mais variados espaços e territórios. Demonstrando assim a conexão que esses sujeitos criam com Lady Gaga como modo de expressão de seus lugares no mundo.

Como nós afirmamos anteriormente, essa dissertação se utiliza dos pensamentos de Martín-Barbero de forma extensiva e o mapa das mutações culturais foi uma proposta teórico-metodológica do autor que associada ao mapa das mediações nos guiou para a análise do *corpus*. Ao propor o mapa das mutações culturais como uma forma de ver a transformação, o autor se atenta àquelas mutações que nos levam a ver as mudanças que o entorno tecnocomunicativo causa no sensível, por isso a reiteração da tecnicidade e ritualidade, presentes no mapa das mediações culturais, e a proposta de conexões dessas com identidades e cognitividades. Mas, como percebemos ao longo das análises, o material nos suscitou questões para pensarmos sobre matrizes culturais, lógicas de produção, institucionalidades e sociabilidades (mediações e lugares de ancoragem do mapa das mediações). Dessa forma, articulamos os dois mapas como um caminho metodológico de análise para dar conta da complexidade desses fenômenos culturais e comunicacionais. Apesar do uso majoritário do mapa das mutações culturais no Brasil ser de estudos da recepção, esperamos que essa pesquisa contribua para a desmistificação dos mapas de Martín-Barbero como propostas para olhar somente um dos lugares do processo comunicativo (como os estudos de recepção propõem), uma vez que consideramos que eles contemplam o processo completo.

²²⁷ Do original: “Underlining kitsch, camp, and banal features, pop is invariably bound up in irony and is eclectic, borrowing from styles, genres, and idioms, and rapidly absorbing influences”.

Se alguns críticos do autor dizem que o olhar para a materialidade é algo que falta nas propostas dos mapas, acreditamos que essa pesquisa se alia àquelas que afirmam a importância das materialidades ao mesmo tempo que entendem que o olhar para os produtos analisados nunca deve ser demasiado, até porque é a partir deles que acessamos questões de contexto e relações das mais diversas com a tecnologia, identidades, etc. Assim, concluímos que o mapa das mutações culturais se mostrou um efetivo caminho metodológico para pensar fenômenos da cultura e indicar caminhos de transformação. Entendemos que, ao colocar os 3Ps (pop, performance e paródia) no centro do mapa das mutações culturais, fomos capazes de articular elementos que eram necessários para a compreensão do fenômeno como a materialidade das paródias, as performances transviadas e questões da cultura pop-mundo que surgiam. O fato de que os mapas de Martín-Barbero não são caminhos prontos, mas sim, devem ser construídos ao longo da análise, a partir do que surge dos objetos, indicou-nos trajetórias para pensar as paródias que não fossem aquelas hegemonicamente tratadas pela literatura acadêmica, o que nos permitiu abordar as nuances de compreender movimentos de cooptação, reprodução e brechas causadas nas estruturas pelas performances presentes no material.

Na análise das paródias brasileiras de Lady Gaga no YouTube, o uso do mapa também nos permitiu investigar as performances a partir de lugares não essencializados para tratar das questões identitárias que nos interessam. Não buscamos, nas paródias, somente o que aparecia na tela, mas as conexões que isso nos fazia pensar em articulação com os modos técnicos de se fazer os vídeos. Na forma que aquilo nos indicava o consumo da cultura pop pelos jovens junto à mudança de saber e expressão de como se enxergar no mundo. Daí porque foi importante considerar, também como materialidade das paródias, os comentários sobre os vídeos, conectando vídeos e comentários. Assim, o mapa nos permitiu olhar de uma forma que não fosse midiocêntrica, nem que cristalizasse os processos identitários a partir de análise de representações. Se, como Grossberg (2010) indica, o objeto dos Estudos Culturais é o contexto, nosso objetivo nunca foi ficar preso aos vídeos para fazer análises imanentes, mas pensar o contexto brasileiro a partir deles. Finalizamos a pesquisa acreditando que os mapas de Martín-Barbero funcionaram articulados nesse sentido.

Os quatro eixos analíticos criados nessa pesquisa para visar o fenômeno não foram formas de classificar as paródias selecionadas, mas foram produzidos a partir da análise do material

empírico. Tanto que algumas paródias foram analisadas em mais de uma chave, e também por entendermos que nosso objetivo nessa pesquisa não era essencializar essas paródias em categorias genéricas que pudessem ser reproduzidas para qualquer análise em outras pesquisas. Acreditamos que os eixos funcionaram como chaves analíticas que nos guiaram e organizaram a trajetória da pesquisa. Entendemos que Poética do Armengue, Humor Transviado, Tretas do Pop e Pop-Denúncia não esgotam a questão apresentada aqui. Inclusive acreditamos que, em pesquisas futuras, outros aspectos não analisados podem ser levados em conta por esse pesquisador ou por outros que se interessem pelo tema.

Por meio da primeira chave analítica, Poética do Armengue, percebemos que existe um modo de fazer vídeos para o YouTube que se utiliza de padrões do audiovisual que não são aqueles vistos na maior parte dos produtos audiovisuais hegemônicos, como o cinema e a televisão. Aqui vemos que os processos de captura de imagens e sons seguem as táticas do improviso; a câmera é a que o produtor pode ter naquele momento e não existem outros equipamentos de captura específica de som ou de equalização da luz. O que pudemos observar, especialmente das paródias de Romagaga e Saullo Berck, é que existe um modo intrínseco da gravação muito conectado ao lugar onde estão gravando (nordeste brasileiro). Os vídeos de Saullo mostram o laranja avermelhado do chão de barro e do sol forte, os de Romagaga nos remetem ao seu ambiente domiciliar. Os espaços e tempos representados aqui são distintos dos que os que Lady Gaga trabalha em seus videoclipes, pois eles são atualizados e reapropriados para os contextos de ambos os produtores das paródias. Essa forma de fazer os vídeos criou uma distinção dentro do universo da plataforma YouTube, pois Romagaga e Saullo viralizaram na internet justamente por fazerem seus vídeos de modo armengado.

O armengue aqui não é para ser visto como um lugar de empobrecimento cultural, pelo contrário, é uma potência na forma de disputa por visibilidades nessa arena de batalha da cultura que é a cultura pop-mundo. Como percebemos que isso é um modo de fazer distintivo dentro desse universo decidimos chamar esse processo de poética do armengue, algo que pode soar contraditório, já que a palavra “poética” remete a normas e armengue é justamente uma maneira incomum de se chegar a um resultado. Mas, acreditamos que essa contradição mostra bem o universo dessas paródias que, ao mesmo tempo que brincam com normas de gêneros, sexualidades, filmagem e coreografia, adequam-se a um cenário de produtores do universo da internet que têm enorme destreza para captar atenção nessa arena de disputas por visibilidades.

Já sobre a presença do humor nas paródias, percebemos que este é usado de um modo específico e bem articulado às performances transviadas. A relação com o Pajubá, linguagem que performatiza e promove rasuras na língua portuguesa ao brincar com gêneros de palavras e cria expressões que são reconhecidas por indivíduos de uma suposta comunidade LGBT, cria uma relação com o riso e o humor que é contextual e reapropriada de diferentes formas pelas paródias analisadas. O Pajubá se mostra aqui parte da performance transviada e uma forma paródica em si da língua portuguesa utilizada no Brasil como forma de criar resistências simbólicas e políticas contra uma normatização de gênero que exclui sexualidades e identidades dissidentes. Mas, tivemos que reconhecer também que esse humor é construído a partir de matrizes culturais e midiáticas que colocaram essas identidades de gênero e sexualidades dissidentes como o objeto do riso. E mesmo que reproduções homofóbicas e transfóbicas ainda façam parte desse humor transviado, não podemos deixar de reconhecer a força política e transgressora da presença desses corpos como reconstruções do lugar do riso dentro do contexto brasileiro.

Percebemos como esse humor é trabalhado a partir de diferentes formas culturais nesses audiovisuais, e a mais complexa são os memes e os remixes. A forma como algumas paródias articulam memes e fazem remixes de sons, imagens e contextos para criar humor mostra que a força das paródias audiovisuais está também no modo distinto de montagem dos vídeos. Tomadas como hipertextos e palimpsestos, as paródias mostram que a forma de conhecer o mundo passa pela relação com a qual essas comunidades se comunicam e se identificam nas ambiências digitais.

O eixo das tretas do pop nos mostrou que a forma de consumo da música pop por esses sujeitos LGBT se organiza a partir das disputas entre artistas e fãs. Entendemos que essa forma de consumo de produtos da cultura pop é um dos âmbitos pelos quais essas competências de consumo são acionadas. Constatamos a criação de tretas por grupos de fãs rivais ou dentro do mesmo grupo de fãs para valorar uma artista em detrimento de outras. Dessa forma, critérios são criados e avaliados pelos integrantes dessas comunidades como a qualidade vocal, número de vendas, quantidade de prêmios, quantidade de seguidores, beleza, atributos físicos, etc. para que sejam feitas essas comparações.

Percebemos que as paródias participam dessas disputas e são posicionadas como uma forma de criar mais tensões entre essas avaliações criadas pelos fãs. E na nossa análise notamos como o lugar do gênero feminino é colocado nessas disputas pela desvalorização. Seja pelas palavras e expressões utilizadas para se referir às artistas ou pela forma como elas são avaliadas nas tretas. Mesmo que entendamos que isso faz parte da forma de consumir a cultura pop, ressaltamos os valores misóginos presentes nessas disputas, ainda que possam ser feitas como algo humorístico.

No Pop-Denúncia, tratamos de como as paródias se utilizam da música pop como forma de revelar problemas sociais desde a homofobia até corrupção. Vimos que a performance transviada acontece como forma de resistência política em um país que ainda mata e rejeita a existência de pessoas com identidades de gênero e sexualidades dissidentes²²⁸. As paródias de Lady Gaga funcionam assim como lugar de denúncia e expressão das identidades enquanto luta e disputa a partir do corpo e dessas vivências. Percebemos como essas paródias funcionam segundo a ideia de redes, inclusive identitárias, que reúnem participações (*featurings*) de produtores de conteúdo LGBTs para reforçar a ideia de partilha social. Essas sociabilidades são construídas nas ambiências digitais como forma de fortalecimento da mensagem da denúncia realizada.

Percebemos que a denúncia é feita a partir de formas culturais como a paródia que se espalha através de memes, ou processos de viralização. Isso indica que a cognitividade passa por transformações que demonstram as mudanças na forma de protesto político por parte da juventude. Isso aparece também pela forma como os algoritmos da plataforma funcionam indicando paródias contra um candidato político para aqueles que são a favor, revelando, assim, disputas ligadas a como as pessoas têm acesso aos conteúdos disponibilizados nessas ambiências.

A partir do caminho analítico que traçamos, observamos que as articulações entre performances transviadas e a cultura pop-mundo são diversas e construídas a partir de lugares distintos. Os sujeitos que consomem esses produtos culturais globais se utilizam da linguagem e dos corpos das artistas como forma de recontextualização e reafirmação de suas identidades. Assim, vemos como as identidades de gênero e sexuais dissidentes desses jovens brasileiros

²²⁸ Para saber mais dados sobre o tema: <https://www.politize.com.br/lgbtfobia-brasil-fatos-numeros-polemicas/>. Acesso em: 18 jul. 2020.

são construídas em coprodução (CANCLINI, 1995) com as performances de Lady Gaga e são articuladas aos modos de disputa por visibilidade no entorno tecnocomunicativo. Confirmamos, também, como essas disputas e batalhas no campo da cultura ocorrem a partir de reproduções e fissuras das e nas estruturas de poder.

Ao fim dessa trajetória e respondendo à pergunta que dá título a essa consideração final, diríamos que essa dissertação é sim uma paródia por ser construída a partir de inúmeras referências citadas ao final do trabalho e, sem elas, não haveria a pesquisa, o que demonstra temporalidades distintas que acontecem simultaneamente. Além disso, acreditamos que essa pesquisa, assim como outras, trabalha uma relação hipertextual de sons, imagens, palavras que se assemelha à forma de conexão cultural que as paródias também realizam. Então, reafirmamos o caráter paródico dessa pesquisa, não como um lugar de imitação ou de menor valor, mas com o potencial de transformação a partir de outras textualidades e audiovisuais, contribuindo, assim, para a construção de contextos e ajudando-nos a entender melhor o mundo em que vivemos.

REFERÊNCIAS

- ACSELRAD, Marcio. Rir por quê? Ironia e pensamento, vida e morte em Kierkegaard e Woody Allen. **Contemporanea**, Salvador, v. 7, n. 1, p. 1-13, Jun. 2009.
- ALZAMORA, Geane Carvalho; ANDRADE, Luciana. Ativismo transmídia nas eleições 2018 no Brasil: a semiose de #CadêAProva. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 28., 2019, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2019.
- AMARAL, Adriana. Dialogando sobre mobilizações de fãs e anti-fãs – Parte I. **As palavras e as coisas**, 2012. Disponível em: <https://palavrasecoisas.wordpress.com/2012/01/21/faseantifa/>. Acesso em: 10 jun. 2020.
- AMARAL, Adriana. Cultura pop digital brasileira: em busca de rastros político-identitários em redes. **Revista Eco Pós**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, p. 68-89, 2016.
- AMARAL, Adriana; SOARES, Thiago; POLIVANOV, Beatriz. Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas. **Intercom**, São Paulo, v. 41, n. 1, p. 63-79, jan./abr. 2018.
- AMARILHA, Marly. História em quadrinhos e literatura infantil: a paródia na formação do leitor. **Revista Educação em Questão**, Natal, v. 36, n. 22, p. 56-73, set./dez. 2009.
- ANTONACCI, Andréa. **Comunicação, consumo e educação**: os discursos sobre Ciência na telenovela *Morde & Assopra* – uma aventura interdisciplinar sobre aprender, apreender, ouvir e contar histórias. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Programa De Pós-Graduação Em Comunicação E Práticas De Consumo, ESPM, São Paulo, 2013.
- ANTUNES, Elton; GUTMANN, Juliana Freire; MAIA, Jussara Peixoto. No Tempo do Zoio: matrizes midiáticas, temporalidades e YouTube. **Contracampo**, Niterói, v. 37, n. 3, p. 106-125, dez. 2018.
- BAKHTIN, Mikhail. **The Dialogic Imagination**. trad. Caryl Emerson, Michael Holquist, ed. Michael Holquist. Austin, Tex., e Londres: University of Texas Press, 1981.
- BENTO, Berenice. **Transviad@s**: gênero, sexualidade e direitos humanos. Salvador: EDUFBA, 2017.
- BENTO, Berenice. É o queer tem pra hoje? Conversando sobre as potencialidades e apropriações da Teoria Queer ao Sul do Equador. Entrevista concedida a Felipe Padilha e Lara Facioli. **Áskesis**, v. 4, n. 1, p. 143-155, jan./jun.– 2015.
- BEVILAQUA, Leire Mara. **Telejornalismo e sites de redes sociais**: um estudo sobre as mudanças recentes no modo de endereçamento do Jornal Nacional. Tese (Doutorado em Comunicação) –, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2019.

BISCARO, Bárbara. Gênero, sexo e escuta na voz em performance. **Urdimento**, Santa Catarina, v. 1, n. 22, p. 15 - 26, julho/2014.

BORBA, Rodrigo. A linguagem importa? Sobre performance, performatividade e peregrinações conceituais. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 43, p. 441-474, dez. 2014.

BOXMAN-SHABTAI, Lillian. The practice of parodying: YouTube as a hybrid field of cultural production. **Media, Culture & Society**, v. 41, n. 1, p. 1-18, 2018.

BURROUGHS, Benjamin. Obama Trolling: memes, Salutes and an Agonistic Politics in the 2012 Presidential Election. **The Fibreculture Journal**, n. 22, 2013.

BUTLER, Judith. Críticamente subversiva. In: JIMÉNEZ, Rafael M. Mérida. **Sexualidades transgresoras**. Una antología de estudios queer. Barcelona: Icária editorial, 2002.

CALDAS, Fernanda Gonçalves. **Se gostou, dá um like**: análise histórica e cultural do vlog no Brasil. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018.

CALIXTO, Douglas de Oliveira. Memes na Internet: entrelaçamentos entre a “zoeira” de Estudantes e a Apropriação do Gênero Discursivo na Escola. **Periferia**, v. 11, n. 2, p. 131-152, maio/ago. 2019.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores y Ciudadanos**. Conflictos multiculturales de la globalización. México: Grijalbo, 1995.

CANCLINI, Néstor García. **Diferentes, Desiguales y Desconectados**: mapas de la interculturalidad. Barcelona: Gedisa, 2004.

CANCLINI, Néstor García. Cómo investigar la era comunicacional del capitalismo. **Desacatos**, n. 56, p. 90-105, jan./abr. 2018.

CARDOSO FILHO, Jorge Cunha; GUTMANN, Juliana. Performances como expressões da experiência estética: modos de apreensão e mecanismos operativos. **Intexto**, Porto Alegre, n. 47, p. 104-120, set./dez. 2019.

CARNIEL, Fagner; RUGGI, Lennita; RUGGI, Júlia de Oliveira. Gênero e humor nas redes sociais: a campanha contra Dilma Rousseff no Brasil. **Opinião pública**, Campinas, v. 24, n. 3, p. 523-546, set.-dez. 2018.

CHAGAS, Viktor. A febre dos memes de política. **Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 1, janeiro, fevereiro, março e abril de 2018.

CHAMBAT-HOUILLON, Marie-France. Compreender a citação nos programas de televisão. In: DUARTE, E. B; CASTRO, M L. D. **Televisão entre o mercado e a academia II**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

COLLING, Leandro. **Gênero e sexualidade na atualidade**. Salvador: UFBA, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências; Superintendência de Educação a Distância, 2018.

CRETAZ, Livia. **Vilania e homossexualidade**: o personagem Félix Khoury da telenovela Amor à vida nas leituras da Comunidade LGBT na cidade de São Paulo. Dissertação (mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) –, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2015.

CRUZ, Caio Amaral da. **E precisa falar coreano?** Uma análise cultural do K-Pop no Brasil. 2016. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.

DONNELLY, Ryann. **Radical Bodies in Music Video Feminism, Queerness, and Subversive Performance of Gender**. 2017. Tese – Goldsmiths, University of London, Department of Visual Cultures, 2017.

ELER, Guilherme. O que é o pajubá, a linguagem criada pela comunidade LGBT. **Super Interessante**, 2018. Disponível em: super.abril.com.br/cultura/o-que-e-o-pajuba-a-linguagem-criada-pela-comunidade-lgbt. Acesso em: 10 jul. 2020.

EVANGELISTA, Simone; SOARES, Thiago; XAVIER, Luciana. Performatividade de gênero na cultura midiática: dinâmicas de visibilidade nas trajetórias de MC Xuxu e Titica. **Interin**, Curitiba, v. 21. n. 2, p. 82-99, jul./dez. 2016.

EVANGELISTA, Simone. Novos Tempos, Novos Ídolos: microcelebridades e Práticas de Construção de Audiência no YouTube. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017. **Anais** [...]. 2017.

FERREIRA, Thiago. **Transformações de políticas e afetos no Brasil**: contextualizando radicalmente o acontecimento Junho de 2013 em fluxos audiovisuais. 2019. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.

FIGUEIREDO, Kelven Igor de Souza. **O Trono do Pop em Jogo**: tensionamentos Discursivos entre Crítica, Fãs e Haters sobre Divas Pop no Metacritic. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Jornalismo) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.

FRITH, Simon. 'Towards an Aesthetic of Popular Music,'. In: LEPPERT, Richard; MCCLARY, Susan. (ed.). **Music and Society**: the Politics of Composition, Performance and Reception. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. p. 133-149.

GOOGLE. Palimpsesto. Busca do Google, 2020. Disponível em: <https://www.google.com/search?q=palimpsesto&oq=palimpsesto&aqs=chrome..69i57j0l6j46.3177j1j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>. Acesso em: 20 jul. 2020.

GOMES, Itania Maria Mota. **Efeito e Recepção**: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os *media*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.

GOMES, Itania Maria Mota. Estabilidade em Fluxo: uma análise cultural do Jornal Nacional, da Rede Globo. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 34., 2011, Recife. **Anais** [...]. Recife: 2011a.

GOMES, Itania Maria Mota. Raymond Williams e a Hipótese Cultural da Estrutura de Sentimento. *In: GOMES, Itania Maria Mota; JANOTTI JR., Jeder (Org.). Comunicação e Estudos Culturais*. Salvador: Edufba, 2011b.

GOMES, Itania Maria Mota et al.. Temporalidades Múltiplas: análise cultural dos videoclipes e da performance de Figueroas a partir dos mapas das mediações e das mutações culturais. **Contracampo**, Niterói, v. 36, n. 3, p. 134-153, dez. 2017.

GROHMANN, Rafael. Lip Sync For Your Theory: dublagem como dispositivo educacional no ensino de Teorias da Comunicação. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 41., 2018, Joinville. **Anais** [...]. Joinville: 2018.

GROSSBERG, Lawrence. **Cultural Studies in the Future Tense**. Durham and London: Duke University Press, 2010.

GROSSBERG, Lawrence. Lutando com anjos: os estudos culturais em tempos sombrios. **Matrizes**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 13-46, jul./dez. 2015.

GUTMANN, Juliana. Montagem expressiva e auto-reflexividade como configuradores de discurso sincrético no CQC. *In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DISCURSO E MÍDIA*, 1., 2009, Salvador. **Anais** [...]. Salvador: UFBA, 2009.

GUTMANN, Juliana. **Formas do Telejornal**: um estudo das articulações entre valores jornalísticos e linguagem televisiva. Salvador: EDUFBA, 2014.

GUTMANN, Juliana Freire; MOTA JUNIOR, Edinaldo; SILVA, Fernanda Mauricio da. Gênero midiático, performance e corpos em trânsito: uma análise sobre dissidências da conversação televisiva em canais no YouTube. **Galáxia**, São Paulo, p. 74-86, 2019.

GUTMANN, Juliana. CALDAS, Fernanda. É TV NA INTERNET? Matrizes midiáticas e definições em disputa do YouTube no Brasil. *In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS*, 27., 2018, Belo Horizonte. **Anais** [...]. Belo Horizonte: Pontifícia Universidade Católica de Belo Horizonte, 2018.

GRAMSCI, Antonio. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.

HAESBAERT, Rogério. **Viver no Limite**: território e multi/transterritorialidade em tempos de in-segurança e contenção. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014.

HALL, Stuart. Estudos Culturais e seu legado teórico. Trad. de Cláudia Álvares. *In: SOVIK, Liv (Org.). Da Diáspora*: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG: Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003. p. 199-218.

HALL, Stuart. Notas Sobre a Desconstrução do “Popular”. *In*: SOVIK, Liv (Org.). **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003. p. 199-218.

HAWKINS, S. **Queerness in pop music: aesthetics, gender norms, and temporality**. New York: Taylor and Francis, 2016.

HENN, Ronaldo; GONZATTI, Christian. DON'T BE A DRAG, JUST BE A QUEER: Lady Gaga e semiodiversidade em redes digitais do jornalismo de cultura pop. **Contracampo**, Niterói, v. 38, n. 1, p. 35-50, jan-abr-2019.

HUTCHEON, Linda. **Uma Teoria Da Paródia: ensinamentos das Formas de Arte do Século XX**. Rio de Janeiro: Edições 70, 1985.

HUTCHEON, Linda. Historiographic Metafiction Parody and the Intertextuality of History. O'Donnell, Patrick.; DAVIS, Robert Con. (ed.). **Intertextuality and Contemporary American Fiction**. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1989. p. 3-32.

IOZZI, Adriana. Para além da teoria da paródia: estudo de implicações teóricas da intertextualidade paródica na crítica contemporânea. **Revista de Letras**, v. 36, p. 85-93, 1996.

JANAY, Paula. **TRETAS E TEXTÕES EM ÁUDIO: historicidades, tecnicidades e sensibilidades de podcasts brasileiros**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018.

JANOTTI JR. Jeder; ALMEIDA, Laís Barros Falcão de. Edifício Pernambuco: espacialidades da música ao vivo no projeto ExcentriCidades através de uma constelação de conceitos. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 271-280, setembro/dezembro 2015.

JANOTTI JR. Jeder; SOARES, Thiago. Pop-Cult-Descolado: a cultura pop como dispositivo e maquinário estético-semiótico. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., 2015, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: 2015.

JANOTTI JR., Jeder; ALCANTARA, João André. **O Videoclipe na Era Pós-Televisiva**. Questões de Gênero e Categorias Musicais nas Obras de Daniel Peixoto e Johnny Hooker. Curitiba: Appris, 2018.

JANOTTI JR., Jeder. Cultura Pop: entre o popular e a distinção. *In*: SÁ, Simone Pereira de Sá; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogerio (Organizadores). **Cultura pop**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015.

JANOTTI JR., Jeder. **Gêneros musicais em ambientações digitais**. Belo Horizonte, MG: PPGCOM/UFMG, 2020.

JESUS, João Vinícius Nascimento de. **NASCEMOS NUS E O RESTO É DRAG: Problemas de gênero em “RuPaul’s Drag Race”**. 2018. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018.

KOHL, Chirlei Diana; QUADROS, Claudia Irene de. Mediações no Facebook por Jovens Brasileiros: semelhanças e Diferenças de Dois Grupos Distintos. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 15, n. 29, 2018.

KORSGAARD, Mathias. **Music Video After MTV: audiovisual Studies, New Media, and Popular Music**. Routledge Press, 2017.

LEITE, Pedro de Araújo. **Adorno e Horkheimer versus Batman e Robin: da estética camp como possibilidade de superação de alguma coisa**. 2011. Dissertação, Campinas, 2011.

LIMA, Carlos Henrique Lucas. **LINGUAGENS PAJUBEYRAS: re(ex)istência cultural e subversão da heteronormatividade**. Salvador, BA: Editora Devires, 2017.

LIMA, Daniel Magalhães de Andrade. “Lip Sync for your life”: corpo e performance nas dublagens de RuPaul’s Drag Race. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 41., 2018, Joinville. **Anais [...]**. Joinville: editora, 2018.

LLOYD, Moya. Performativity, Parody, Politics. **Theory, Culture & Society** v. 16, p. 195-213, 1999.

MACHADO, Ida Lucia. A paródia: uma estratégia de provocação? **LING. Est. e Pesq.**, Catalão-GO, v. 16, n. 1, p. 15-31, jan./jun. 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. La comunicación en las transformaciones del campo cultural. **Alteridades**, v. 3, n. 5, p. 59-68, 1993.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Oficio de cartógrafo: travesías latino-americanas de la comunicación en la cultura**. Santiago: Fondo de Cultura Económica, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Crisis identitarias y transformaciones de la subjetividad. *In: TOSCANO, María Cristina Laverde; NAVARRETE, Gisela Daza; PARDO, Mónica Zuleta (dir.). Debates sobre el sujeto*. Bogotá: DIUC/Siglo del Hombre: , 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Estallido de los relatos y pluralización de las lecturas. **Comunicar**, v. 15, n. 30, p. 15-20, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural. **Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información**, v. 10, n. 1, p. 19-31, mar. 2009a.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Jesús Martín-Barbero: as formas mestiças da mídia. Entrevista à Mariluce Moura. **Revista Fapesp**, 163, set. 2009b. Disponível em: <http://revistapesquisa.fapesp.br/2009/09/01/as-formas-mesticas-da-midia/>.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicación y cultura mundo: nuevas dinámicas mundiales de lo cultural. **Signo y Pensamiento**, local, v. 29, n. 57, p. 20-34, jul. 2010a.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Mutaciones culturales y estéticas de la política. **Revista de Estudios Sociales**, Bogotá, n. 35, p. 15-25, abril 2010b.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. La pertenencia en el horizonte de las nuevas tecnologías y de la sociedad de la comunicación. *In*: Hopenhayn, MARTÍN; SOJO, Ana. (coord.). **Sentido de pertenencia en sociedades fragmentadas**: América Latina en una perspectiva global. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2011. p. x-x.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Oralidades Culturales y Culturas Digitales. Coloquio Internacional Memorias, saberes y redes de las Culturas populares en América latina en tiempos del capitalismo global, Bogotá, 14 a 16 de maio de 2013.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Diversidade em convergência. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 15-33, jul./dez. 2014a.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. “Tudo o que sabemos, sabemo-lo entre todos” “aquela segunda oportunidade sobre a terra” - algumas palavras para não faltar completamente. **Revista Lusófona de Estudos Culturais | Lusophone Journal of Cultural Studies**, v. 2, n. 1, p. 4-6, 2014b.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. ¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy? **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 128, p. 13-29, abr.-jul. 2015.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: 3 introduções. **Matrizes**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 9-31, jan./abr. 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, German. **Los ejercicios del ver**. Hegemonia audiovisual y ficción televisiva. Barcelona: Gedisa, 1999.

MARWICK, Alice Emily. **Status update**: celebrity, publicity, and branding in the social media age. New Haven e Londres: Yale University Press, 2013.

MEIRA, Célio Silva. LINGUAGENS PAJUBEYRAS: re(ex)sistência cultural e subversão da heteronormatividade. LIMA, Carlos Henrique Lucas. 1ª ed./Salvador, BA: Editora Devires, 2017. **ODEERE: Revista do Programa de Pós-Graduação em Relações Étnicas e Contemporaneidade – UESB**, local, v. 4, n. 7, jun. 2019.

MESSIAS, José. Gambiarra como mediação: um encontro entre materialidades da comunicação e filosofia da técnica a partir das mídias digitais. **E-compós** (Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação), v.23, p. 1-25, 2020.

MOTA JR., Edinaldo A. **Transformações do popular na Rede Globo**: uma análise cultural dos programas de Regina Casé. 2016. Dissertação (mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.

NAVAS, Eduardo. **Remix-Theory**: The Aesthetics of Sampling. New York: SpringerWien, 2012.

NEGUS, Keith R. **Producing Pop: culture and Conflict in the Popular Music Industry**. London: Goldsmiths Research Online, 1992.

OLIVEIRA, João Manuel de; AMÂNCIO, Lígia. Das intersecções e tangentes. *In*: OLIVEIRA, João Manuel de; AMÂNCIO, Lígia. **Gêneros e Sexualidades: Interseções e Tangentes**. Lisboa: Centro de Investigação e de Intervenção Social (CIS-IUL), 2017.

PEREIRA, Pedro Paulo Gomes. **Queer in the Tropics: gender and Sexuality in the Global South**. Switzerland: Springer, 2019.

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

PEREIRA DE SÁ, Simone. Os Feats De Videoclipes como Estratégia de Consolidação da Rede de Música Pop Periférica. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 28., 2019, Porto Alegre. Anais [...]. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2019.

PEREIRA DE SÁ, Simone; CUNHA, Simone Evangelista. Controvérsias do funk no YouTube: o caso do Passinho do Volante. **Revista Ecopós**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, 2014.

PHIDDIAN, Robert. Are Parody and Deconstruction Secretly the Same Thing? **New Literary History**, v. 28, n. 4, p. 673-696, 1997.

PREDIGER, Solange. **Mídia e Representação Social Juvenil: recepção do Programa Malhação**. Dissertação (mestrado em comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Santa Maria, 2011.

PRIBERAM INFORMÁTICA. Sátira. **Dicionário Priberam**, 2020. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/s%C3%A1tira>. Acesso em: 20 jul. 2020.

PROPP, Vladímir. **Comacidade e Riso**. São Paulo: Ática, 1992.

RAILTON, Diane; WATSON, Paul. **Music Video And The Politics Of Representation**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2011.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; LEAL, Bruno Souza; GOMES, Itania Maria Mota As historicidades dos processos comunicacionais: elementos para uma abordagem. *In*: MUSSE, C. F.; VARGAS, H.; NICOLAU, M. (Org.). **Comunicação, mídias e temporalidade**. Salvador: Edufba, 2017. v. 1. p. 37-58.

RINCÓN, Omar. O popular na comunicação: culturas bastardas + cidadanias celebrities. **Revista Eco Cultura Pop**, local, v. 19, n. 3, 2016.

RINCÓN, Omar. Mutaciones bastardas de la comunicación. **Matrizes**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 65-78, jan./abr. 2018.

RÍOS, Paola Arboleda. ¿Ser o estar “queer” en Latinoamérica? El devenir emancipador en: Lemebel, Perlongher y Arenas. **ÍCONOS. Revista de Ciencias Sociales**, Quito, n. 39, jan. 2011.

RODRIGUES, Selma Calasans. Canto/Contracanto: a paródia. **Revista de Humanidades e Tecnologias** n. 6/7/8 2002.

RONSINI, Veneza V. Mayora. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). *In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS*, 19., 2010, Rio de Janeiro. **Anais** [...]. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2010.

ROSE, Margaret. **Parody/Metafiction**. Londres: Croom Helm, 1979.

SAID, Edward W. Introdução. *In: SAID, Edward. Cultura e imperialismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999. p. 11-31.

SALOMON, Valéria Brisolará. The claim of postmodern parody. **Textura**, Canoas, n. 13, p. 69-74, jan./jun. 2006.

SANTOS, Allan Carlos dos. A circulação de memes eróticos da Dilma: vinculando públicos afetivos e fortalecendo fronteiras simbólicas no contexto do impeachment. *In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS*, 28., 2019, Porto Alegre. **Anais** [...]. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2019.

SCHECHNER, Richard. **Performance Studies: an introduction**. New York: Routledge, 2013.

SÊGA, Christina Maria Pedrazza. O Kitsch Está Cult. **Revista Signos Do Consumo** v. 2, n. 1, p. 53-66, 2010.

SOARES, Thiago. O Videoclipe Remix. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais** [...]. Rio de Janeiro: Uerj, 2005.

SOARES, Thiago. Videoclipe, YouTube e Televisão Expandida: notas sobre Itinerários do Audiovisual na Cultura Midiática. XXXII *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 32., 2009, Curitiba. **Anais** [...]. Curitiba: editora, 2009.

SOARES, Thiago. Por que Lady Gaga Importa? *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 33. 2010.

SOARES, Thiago. Cultura Pop: Interfaces Teóricas, Abordagens Possíveis. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 36., 2013, Manaus. **Anais** [...]. Manaus 2013.

SOARES, Thiago. Percursos para estudos sobre música pop. *In: SÁ, Simone Pereira de Sá; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogerio. (Organizadores). Cultura pop*. Salvador: EDUFBA: Brasília: Compós, 2015.

SOARES, Thiago. Enfrentamentos políticos e midiáticos de fãs de música pop em Cuba. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 2, 2º semestre 2016.

SOUZA LEAL, Bruno; ANTUNES, Elton. O testemunho midiático como figura de historicidade: implicações teórico-metodológicas. **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 129, p. 213-228, ago./nov. 2015.

TAYLOR, Diana. **O Arquivo e o Repertório**: performance e memória cultural nas Américas. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

TAYLOR, Jodie. Lesbian musicalities, queer strains and lesbian pop. The Poetics and Polemics of Women-Loving Women in Mainstream Popular Music. *In*: BAKER, Sarah; BENNETT, Andy; TAYLOR, Jodie. (ed.). **Redefining mainstream popular music**. New York: Routledge, 2013.

TOMAZETTI, Tainan Pauli; MARCONI, Dieison. Do cultural ao *queer*: a contribuição dos Estudos Culturais para pensar as relações de gênero nos estudos em comunicação. **Razón y Palabra** v. 21, n. 297, p. 566-584, abr./jun. 2017.

VERNALLIS, Carol. **Unruly Media YouTube, Music Video, and the New Digital Cinema**. New York: Oxford University Press, 2013.

VICENTE, Eduardo; KISCHINHEVSKY, Marcelo; DE MARCHI, Leonardo. A consolidação dos serviços de streaming: reconfiguração dos mercados de mídia sonora e desafios à diversidade musical no Brasil. *In*: Encontro Anual da Compós, 25., 2016, Goiânia. **Anais [...]**. Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2016.

VITERI, María Amelia; SERRANO, José Fernando; VIDAL-ORTIZ, Salvador. ¿Cómo se piensa lo “queer” en América Latina? **ÍCONOS. Revista de Ciencias Sociales**, Quito, n. 39, jan. 2011.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Trad. de Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1979.

WILLIAMS, Raymond. **Palavras-chave**. Um vocabulário de cultura e sociedade. São Paulo: Boitempo, 2007.

ANEXO A

Canal: Romagaga
Título: Grammy 2014 Flop, Applause da Gaga Samba e Lacra o CU
Visualizações: 100.377
Gostei: 1,5 mil
Não Gostei: 218
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DYbtcSZRcck>

Canal: Romagaga
Título: Gaga Ft Xtina -To Congelada No Nitrogenio com o Dueto da Década
Visualizações: 47.889
Gostei: 1,2 mil
Não Gostei: 127
Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=4MtREQ_RgK4

Canal: Romagaga
Título: Romagaga stopping the traffic to the tune of Lady Gaga Guy
Visualizações: 18.271
Gostei: 421
Não Gostei: 27
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=e8ZRSGwJbIA>

Canal: Saullo Berck
Título: Alejandro - Lady Gaga
Visualizações: 39.148
Gostei: 284
Não Gostei: 25
Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=jW_3JX4N7k

Canal: Saullo Berck
Título: Judas - Lady Gaga
Visualizações: 9.491
Gostei: 163
Não Gostei: 9
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xbRjiXepitE>

Canal: Romagaga
Título: ROMAGAGA (Lady Gaga - Marry The Night Official Music Video COVER)
Visualizações: 9.242
Gostei: 891
Não Gostei: 42
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DG8QYCCzrWw>

Canal: Saullo Berck
Título: Saullo Becker ft Romagaga - Telephone
Visualizações: 4.922
Gostei: 84
Não Gostei: 12

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hxhHFTLNbak>

Canal: Lindsay Paulino

Título: Telefone - Rose, a Doméstica das Bicha feat. Dona Bicha

Visualizações: 1.325.791

Gostei: 23 mil

Não Gostei: 554

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Uz4RmwParx8>

Canal: VakaLoka

Título: Lady Gaga - Applause (Paródia/Redublagem)

Visualizações: 1.098.015

Gostei: 16 mil

Não Gostei: 652

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hP22FE9cNd4>

Canal: Jota M

Título: Chegada triunfal no show da Lady Gaga (pagando maior mico)

Visualizações: 245.386

Gostei: 1,2 mil

Não Gostei: 124

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RfcnyOp5msY>

Canal: LGBT Channel One

Título: Fã da Lady Gaga chegando na fila do show com mega salto alto

Visualizações: 57.977

Gostei: 116

Não Gostei: 29

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yMdt5wRaaQA>

Canal: Morri de Sunga Branca

Título: Fã chegando no show da Lady Gaga

Visualizações: 269.455

Gostei: 434

Não Gostei: 143

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UNtAYbtZBfM>

Canal: Demoro Parabala

Título: Lady Gaga - G.U.Y [Inês Brasil version] (paródia/redublagem)

Visualizações: 6.845

Gostei: 257

Não Gostei: 22

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=q2dFmH-s1GU>

Canal: Tal qual dublagens

Título: Lady Gaga Fazendo Joelma - Paródia Tal Qual Dublagens

Visualizações: 38.167

Gostei: 2,2 mil

Não Gostei: 65

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ERZDGTzS63A>

Canal: Romagaga
Título: Romagaga - Perfect Illusion (Clipe Lady Gaga)
Visualizações: 221.215
Gostei: 5,3 mil
Não Gostei: 875
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=C3BXOD2-5SE>

Canal: Romagaga
Título: O clipe G.U.Y da Lady gaga , aposentou as inimigas.
Visualizações: 82.336
Gostei: 1,7 mil
Não Gostei: 302
Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=n_WNSibrX7Q

Canal: Romagaga
Título: Lady Gaga dilacerou o cu das inimigas no OSCAR 2015
Visualizações: 51.842
Gostei: 1,7 mil
Não Gostei: 125
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vyhzyZklb2c>

Canal: Las Bibas from Vizcaya
Título: GAGA x BRITNEY by LAS BIBAS FROM VIZCAYA
Visualizações: 540.010
Gostei: 3,5 mil
Não Gostei: 100
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=h-AIqJNQYQ8>

Canal: Las Bibas from Vizcaya
Título: A VINGANÇA DE GAGA SPEARS & PARIS PADÊ RILTOM by LAS BIBAS FROM VIZCAYA
Visualizações: 105.177
Gostei: 574
Não Gostei: 76
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rxpUA28MTss>

Canal: Las Bibas from Vizcaya
Título: Las Bibas apresenta Madonna Vs. Gaga
Visualizações: 138.183
Gostei: 1,1 mil
Não Gostei: 71
Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=amDsIJA_Bps

Canal: VakaLoka
Título: Do What You Want - Lady Gaga ft. Xtina (Paródia/Redublagem)
Visualizações: 346.569
Gostei: 6,7 mil
Não Gostei: 195
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gasZMCKgUiE>

Canal: Vakaloka
Título: Lady Gaga G.U.Y (Paródia Re-dublagem)
Visualizações: 36.631
Gostei: 822
Não Gostei: 22
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SwUwe1oNSN0>

Canal: UmBipolar
Título: [PARÓDIA] LADY GAGA - AYO feat. VALE LGBT
Visualizações: 129.612
Gostei: 11 mil
Não Gostei: 222
Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=d_bcYa8X2C8

Canal: Sarah Mitch
Título: Sarah Mitch - Bolsonaro Não #ELENÃO
Visualizações: 102.873
Gostei: 5,5 mil
Não Gostei: 6 mil
Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DuhLxr2Ba2c>

Canal: Pandora boxx
Título: Merendaphone | PARÓDIA | Lady Gaga - Telephone ft. Beyoncé
Visualizações: 368
Gostei: 37
Não Gostei: 0
Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=HsnTMk_cJ6w