
“Ocean Rave”¹: Antifãs, performance de gosto e os memes sobre o lançamento de Funk Rave de Anitta²

Ana Karolina de Carvalho Pereira ARAÚJO³
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

Resumo

Amar ou odiar um artista requer dedicação e até esforço. A presença dos fandoms no meio digital permitiu que esses grupos construíssem pontes de interação entre indivíduos que compartilham do mesmo gosto (ou desgosto) ao manifestar opiniões sobre um ídolo. O confronto com o gosto alheio gera debates entre os internautas e são manifestados de diferentes modos na rede social. Diante disso, a pesquisa aqui proposta tem como objetivo analisar a manifestação de antifãs e haters da cantora brasileira Anitta no Twitter⁴ após o lançamento do seu último single “Funk Rave”. Como desenvolvimento teórico o trabalho terá como foco a discussão para diferenciação entre fãs, antifãs e haters baseado em conceitos de Gray (2003) para compreender sobre como estes interagem dentro do ambiente digital das redes sociais. No que tange a discussão sobre performance serão utilizados os apontamentos teóricos de Amaral, Soares e Polivanov (2018) sobre performance de gosto em sites de redes sociais, ampliando o debate sobre uma aplicação metodológica que tem como ponto de partida valores baseados em afetos, emoções e sentimentos protagonizados por fãs e haters.

Palavras-chave: Cultura Digital; Fãs; Haters; Memes; Música.

Introdução

A criação e popularização dos grupos de fãs nas redes sociais intensificou a interação dos usuários que compartilham do mesmo gosto e potencializou a manifestação de grupos contrários a isso, os haters e antifãs. Estes indivíduos que não apreciam da mesma forma o artista amado se dedicam a provar que estes na verdade não são bons ou válidos musicalmente. Para Sá (2016, p. 52) a comunicação através dos sites de redes sociais exacerbou os afetos na comunicação, transformando os fãs e os haters em figuras emblemáticas da atualidade.

A presença de indivíduos com gostos tão distintos sobre um mesmo artista ou banda dentro das redes sociais possibilitou a criação de espaços de disputa em que estes

¹Nome paródico feito por antifãs e haters originário do nome do submarino “Ocean Gate” e da música da cantora Anitta “Funk Rave” como uma referência ao baixo desempenho da música no Spotify em seu lançamento.

²Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa – Comunicação, música e entretenimento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

³Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, email: karol_carvalhoparaujo@outlook.com

⁴Atualmente esta rede social se chama X, mas para fins de melhor compreensão neste artigo será mantida a antiga nomenclatura, que é Twitter.

performam seus gostos como forma de expressão afetiva. Segundo Amaral e Monteiro (2013, p. 447 - 448) a prática de compartilhamento de conteúdos e conversações relativas a gêneros musicais permite que a disputa simbólica sobre os gostos revele facetas comportamentais e sociais por parte de seus apreciadores. Dentro desse contexto, o presente trabalho se propõe a analisar a reação de antifãs e haters da cantora Anitta pelo olhar da performance de gosto dentro da rede social do Twitter após o lançamento de sua nova música “Funk Rave”.

O primeiro single do sexto álbum da cantora, previsto para ser lançado em 2024, teve uma repercussão baseada em polêmicas que envolviam a prática de atos sexuais e a sexualização de corpos negros periféricos, o que gerou diversas manifestações na rede social. Mesmo com as controvérsias, o clipe e a música alimentaram as expectativas tanto de fãs quanto de haters e antifãs, já que era a primeira música da cantora lançada dentro de seu novo selo de gravadora.

Para a análise foi considerada uma produção de conteúdos em tweets voltados para manifestação do ódio desses usuários que os identificam como haters e antifãs da cantora. A pesquisa aplica a metodologia do estudo de caso propondo uma divisão de categorias com base no ódio compartilhado pelos usuários, sendo o ódio aqui entendido como uma expressão da performance de gosto desses internautas. Ao todo se pretende analisar oito tweets de repercussão sobre a música e a artista que serão divididos em duas categorias reunindo características específicas como os elementos usados para construir as críticas e a quem o ódio está direcionado, guiando a performance de gosto através do ato de odiar a artista.

A primeira categoria tem como foco os ataques ao lançamento da música e sua baixa posição nos charts⁵, serão analisados cinco tweets que se utilizaram de memes com referências específicas para causar o humor sobre o “fracasso”⁶, como por exemplo uma conexão da música com o desaparecimento do submarino *Ocean Gate*, indicando que ambos “afundaram”. A segunda categoria tem como objetivo identificar ataques especificamente contra fãs da cantora, serão analisados três tweets que reúnem os principais ataques ao seu fandom. Dentro dessa categoria o conteúdo de ódio foi

⁵Método de classificar músicas de acordo com sua popularidade durante um determinado período de tempo. Alguns famosos charts de música são: Billboard Hot 100 e atualmente o Spotify Charts.

⁶A palavra foi colocada entre aspas pois o conceito de fracasso aqui abordado se conecta com a ideia compartilhada por esses usuários da rede social que são consumidores de música pop de que uma música ou álbum se torna um fracasso ao não ter um alcance significativo nos *charts* de música como o *Spotify*.

dedicado a relacionar o lançamento da música com o comportamento dos fãs e suas práticas, os atacando por ações e características específicas.

Performance de gosto e (des)gosto

Para Hennion (2010, p.26)⁷ a performance de gosto é uma prática corporal coletiva e instrumentalizada, o gosto não seria uma consequência, automática ou induzida, de objetos que sozinhos causam o gosto, o ato de gostar seria um mecanismo reflexivo instrumentalizado para testar nossas sensações. “Não é um processo mecânico, é sempre proposital” (Hennion, 2010, p.31)⁸. Seja de forma positiva ou negativa, a comunicação digital potencializou as interações relacionadas ao gosto dos usuários, quem ama e quem odeia pode encontrar seus pares dentro da rede e fomentar discussões e debates sobre determinados temas.

Gostar de algo dentro de uma rede social pode ser expressado de diferentes maneiras, através de uma curtida, compartilhamento de conteúdo ou interação direta com outros usuários da rede. Sá (2016) entende essas manifestações como um modo afetivo de comunicação que acontece de maneira estruturada em torno de controvérsias sendo uma forma de expressão e narrativa dominantes. A performance de gosto estaria aqui conectada com os modos de comunicação do ambiente digital, se utilizando de elementos próprios do meio para a expressão dos usuários.

Entendo por modo afetivo o modo discursivo que se utiliza de materiais que apelam para a emotividade e para as paixões e que envolve o conjunto de elementos tais como emoticons (ícones que traduzem nossas emoções com carinhas alegres ou tristes, corações pulsando, estrelinhas e uma infinidade de expressões imagéticas que parecem ter sido retiradas de um diário de adolescente, mas é utilizada por todos nós, sem limite de faixa etária); expressões onomatopaicas de prazer ou dor (hehehe; kkkk; entre muitas outras); selfies e outros tipos de fotografias “fofas”, “estranhas”, “fora de foco”, comunicando assim diversos estados emocionais; letras de música; hashtags que se alastram pelos sites indicando nosso estado naquele momento (#gratidão; @sentindo-se abençoada; @sentindo-se animada, etc), dentre outros. (SÁ, 2016, p. 56)

Dentro do contexto de fãs e antifãs de música pop, ou inseridos dentro de uma cultura pop, o modo afetivo de comunicação pensado por Sá (2016) nos leva a refletir sobre o lado considerado oposto do gostar, ou seja, o ato de desgostar também é uma

⁷ (Tradução nossa) “Taste is a bodily practice that is collective and instrumented [...] Taste is neither the consequence of the objects that provoke taste by themselves.

⁸ (Tradução nossa) “It is a reflexive, instrumented arrangement to test our sensations. It is not a mechanical process, it is always «deliberate»”.

performance de gosto manifestada dentro dos sites de redes sociais. Para Amaral (2014, p. 6-7) os imaginários vinculados à cultura pop e às suas margens possibilitam mobilizações e afetos que vão além da mera identificação dos arquétipos e estereótipos como produção de conteúdo dos fãs. É possível considerar aqui que os antifãs e haters, colocados como o lado negativo, possuem uma produção significativa de afeto, ou melhor, desafeto.

A performance de gosto negativa realizada por esses indivíduos apesar de não ser exatamente uma novidade para as práticas de fãs e a cultura pop, são partes importantes nos processos de manifestações do gosto e autenticidade nos sites de redes sociais. Para Sá e Luccas (2022, p.66) os usuários utilizariam da dimensão verbal da rede social do Twitter para expressar de suas afetações, ou seja, raiva, insatisfação e deboche, como forma de reafirmar a autenticidade de suas preferências. A autenticidade aqui aconteceria através da validação da performance de gosto pelo conteúdo negativo publicado na rede social. Para Amaral e Coimbra (2015, p. 298) o anonimato do ambiente digital proporciona uma proteção ao indivíduo, dando a ele liberdade para exercer comportamentos diferentes dos empregados na vida real.

Os usuários da rede social que performam seu gosto contra o lançamento da cantora Anitta se estruturam dentro de perfis anônimos destinados a reunir materiais para desvalidar sua produção musical. Sá (2016, p. 58) define que fãs e haters são ativos e críticos com alta capacidade de mobilização e pressão em torno de suas causas, produzindo e compartilhando leituras divergentes das mensagens hegemônicas, a partir de uma ampla comunidade interpretativa empenhada em atividades de criação coletiva.

No entanto, o conceito de antifãs vem se aproximando da ideia de outra figura do ambiente digital: os haters. Segundo Pilz e Polivanov (2022, p. 96-97) o único propósito dos haters é odiar um artista ou uma banda, independente de eventos que ocorrem, enquanto os antifãs se utilizam de um embasamento específico para odiar uma banda ou artista, engajando-se de forma tão ativa quanto o próprio fã, possibilitando até a criação de um antifandom.

Antifãs ou haters? Debates sobre o gosto pelo ódio

A ideia de fã na cultura pop é permeada de disputas com fandoms de artistas de música, filmes, séries e outros conteúdos de entretenimento que ampliaram suas discussões com as possibilidades comunicativas do meio digital. Amaral (2014, p. 6) entende a importância da cultura pop como uma das mediadoras do gosto por conta de sua flexibilidade e características que envolve diferentes lógicas, massivas e pós-massivas, e empresta suas características para a cultura digital.

Os estudos sobre a dualidade entre fãs e antifãs foi proposto inicialmente por Gray (2003) que apresentou essa divisão em forma de metáfora, relacionando as três personas (fãs, antifãs e não fãs) a uma constituição de um átomo. Dentro dessa concepção os fãs seriam prótons por possuírem a carga positiva ao consumirem e amarem um conteúdo; os anti-fãs seriam os elétrons, carregando a energia negativa de criticar e atacar engajando o conteúdo mesmo que de forma negativa; enquanto os não fãs seriam os nêutrons, sem um engajamento significativo ou carga específica mas ainda assim envolvidos com o conteúdo.

De acordo com Pessotto e Toledo (2014) a ideia de que exista um anti-fã em oposição a um fã dá uma noção de que são pessoas que pregam para que outros espectadores fiquem contra determinado conteúdo.

O anti-fã é um tipo de público que tem um forte desagrado por determinado produto midiático, sentindo-se insultado ou incomodado com o que a obra defende, considerando o conteúdo fútil, estúpido, ou por acreditar que ele fere de alguma forma os conceitos pessoais de moral e ética desses indivíduos (Gray, 2003)

Dentro dos estudos de Gray (2003) no entanto não é definido uma persona que é muito comum dentro do ambiente das redes sociais: o hater. O anonimato que a comunicação digital proporciona permite que os usuários assumam comportamento de ódio direcionados a um conteúdo, usando de diversas estratégias para ofender aquilo que se odeia. Amaral e Coimbra (2015) definem como um fator importante para a presença do hater a ideia da formação de conexões entre os internautas, os sujeitos no mundo digital estariam em constante encontro com a alteridade (o Outro), e esse encontro é sempre perturbador e violento, basta imaginar e reconhecer o lugar do Outro para sentirmos ódio.

A figura do hater no entanto tem se fundido com a dos antifãs, pois a dedicação ao odiar alguma coisa segue a mesma linha de formação de uma comunidade que tenta não

apenas demonstrar, mas convencer a outros que aquele conteúdo ou pessoa merece o ódio destinado. Para Borges, Gosciola e Vieira (2015, p. 95) os haters também falam mal de forma embasada, apontando fraquezas em um conteúdo, estratégia de divulgação e narrativa.

Os haters estão, portanto, entre o conceito de um fã (por assiduidade e fidelidade ao conteúdo) que fala mal (sem que, no entanto, precisam ser entendidos como fãs de um rival ou como anti-fãs), ou do conceito do antifã que tem forte vínculo com o conteúdo, mas sem rivalidade obrigatória. (BORGES, GOSCIOLA e VIEIRA, 2015, p.92)

Criticar de forma embasada ou não gera uma mesma consequência para o conteúdo odiado: o engajamento. Tanto antifãs quanto haters acabam impulsionando o conteúdo e gerando visibilidade e a necessidade de provar que algo não é bom ou válido produz uma nova forma de atenção para aquele objeto. No caso trabalhado no presente artigo, a música da cantora Anitta foi visibilizada apesar de ter sido ressignificada de acordo com novas perspectivas odiosas de internautas que não consideraram como algo de “qualidade”. “Haters e trolls são tradicionalmente vistos como geradores de energia negativa, teoricamente seriam mal-vistos e indesejados pelo produto e produtores; No entanto, repassam, remixam e produzem conteúdo.” (BORGES; GOSCIOLA e VIEIRA, 2015, p.93).

“Todo dia um anitter passando vergonha”⁹: categorias do ódio para Anitta

Em 22 de junho de 2023 a música “Funk Rave” foi lançada em diversas plataformas digitais. Durante seu lançamento houve um aumento significativo nas menções ao nome da cantora Anitta dentro de diversas redes sociais, em especial no Twitter. Junto com a música foi lançado também um videoclipe que promoveu polêmicas sendo a mais famosa uma simulação de um ato sexual dentro da periferia. Mesmo com a repercussão, a música não atingiu o topo das listas de lançamento como os fãs haviam previsto. Inúmeras críticas surgiram e principalmente memes, esses eram produzidos em grande parte por pessoas que não faziam parte do fandom da cantora e tinham satisfação em poder zombar de seu “fracasso”.

No contexto da pesquisa realizada, separamos em duas categorias os ataques de antifãs e haters durante o lançamento do último single da cantora Anitta. Na primeira

⁹ Nome da página da rede social do Twitter dedicada a ataques contra a cantora Anitta e seus fãs. Disponível em: [todo dia anitters passando vergonha \(@tododiaanitters\) / X \(twitter.com\)](https://twitter.com/tododiaanitters)

categoria estão os internautas com foco principal em zombar o desempenho de sua nova música lançada, se utilizando de memes e argumentos específicos para direcionar o ódio. Na segunda categoria estão os internautas que tem como objetivo atacar diretamente ao fandom da cantora se utilizando de julgamentos generalizados para quem se declara como fã.

Funk Rave: Queda nos charts, rivalidade e sexualização

As previsões de fãs para o lançamento da música eram altas, esperavam que ela tivesse uma colocação entre as mais ouvidas na plataforma de streaming musical do *Spotify*¹⁰, que é considerada a parada de músicas mais importante da atualidade. Após seu lançamento a música estreou no *Spotify* na posição 85º no Top 200 Global e em 5º no Top 50 Brasil, contudo aproximadamente três dias depois a música caiu significativamente de posição, ficando de fora até do Top 200 Global. A baixa posição da música nos charts foi um fato importante para que haters e antifãs desvalidassem a música.

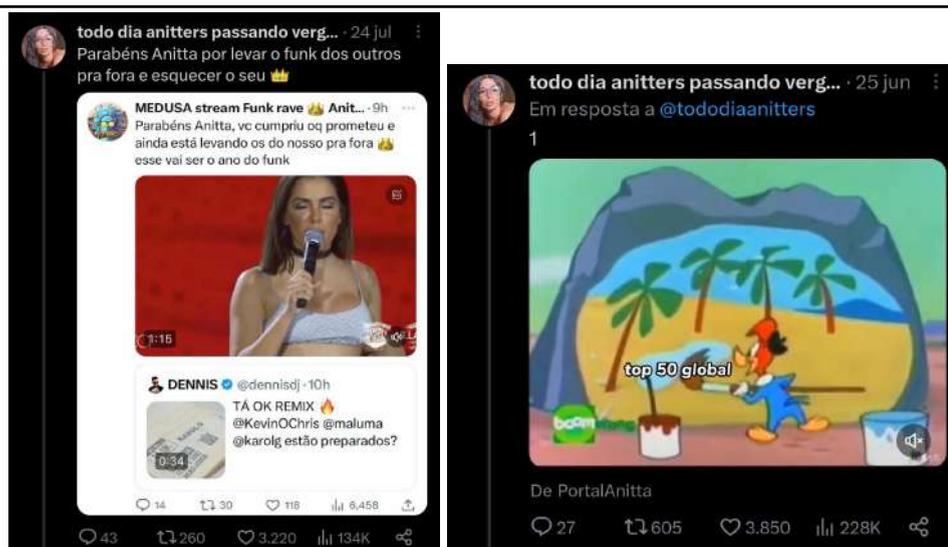
Apesar de quebrar seu próprio recorde com 1.67 milhões de *streams*¹¹ na nova música (superando “Boys don’t cry que teve 1.4 milhões) a cantora foi alvo certo de haters e antifãs por conta da queda rápida nos charts. A expectativa quebrada dos fãs foi por si motivo suficiente para a manifestação dos haters. Para Borges, Gosciola e Vieira (2015) os haters reclamam por terem um ideal de produto que não foi alcançado, mas seus comentários, via de regra, são fundamentados. Nesse caso, um dos fatores impulsionadores do hate foi a narrativa de que Anitta seria a cantora brasileira de maior relevância e alcance no mercado musical internacional.

O argumento principal dos haters e antifãs aqui é de que se a música cai nos charts globais, significa que não tem impacto internacionalmente. Diante disso eles iniciaram uma produção significativa de memes e conteúdos que reforçam essa ideia de irrelevância da cantora.

Figura 1 e 2

¹⁰ Serviço de streaming de música, podcast e vídeo mais popular e usado do mundo. Foi lançado oficialmente em 7 de outubro de 2008. Fonte: [Spotify – Wikipédia, a enciclopédia livre \(wikipedia.org\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Spotify).

¹¹ Nome dado para o ato de contabilizar o número de vezes que uma música é reproduzida dentro da plataforma do Spotify. Os streams definem a posição das músicas nos charts. Fonte: [Com 'Funk Rave', Anitta quebra próprio recorde de maior estreia por um artista brasileiro no Spotify | Celebidades | Vogue \(globo.com\)](https://www.vogue.com.br/celebridades/anitta-quebra-prprio-recorde-de-maior-estreia-por-um-artista-brasileiro-no-spotify/).



Fonte: Twitter¹²

É importante mencionar que a página que nomeia esta categoria é uma página voltada somente para ataques direcionados à cantora Anitta, o perfil de antifãs que tem mais de 25 mil seguidores faz diariamente tweets com memes e compartilha conteúdos negativos de outros internautas sobre a cantora. Na primeira figura temos uma resposta ao perfil de um fã que atribui a Anitta o fato de funkeiros brasileiros terem destaque internacionalmente, enquanto a página de antifãs responde que ela levou o de todos menos o dela, reforçando a ideia de irrelevância discutida anteriormente. Na segunda figura temos um meme que se interliga à primeira imagem pois novamente a música do funkeiro Kevin o Cris¹³ é mencionada. No meme, o personagem Pica-Pau desenha um lago em uma pedra e tenta chamar a atenção de outro personagem para nadar na intenção de enganá-lo. A legenda que acompanha o vídeo indica que o lago seria o Top 50 Global do Spotify e Pica-Pau lança frases como “Ei Anitta, Kelvin o Cris conseguiu (cantando funk em português)!”, o outro personagem direcionado como Anitta solta frases como “Se ele conseguiu eu também consigo!”. Na sequência o personagem é enganado e bate de cabeça na imagem do lago desenhado, durante o impacto é fixado o número -111 indicando a quantidade de posições que Funk Rave caiu no Top Global.

¹² Da esquerda para a direita:

Disponível em: <https://twitter.com/tododiaanitters/status/1673065371505422336?s=20>.

Disponível em: <https://twitter.com/tododiaanitters/status/1673064863952785408?s=20>.

¹³ Kevin de Oliveira Zanoni, mais conhecido pelo seu nome artístico Kevin o Chris, é um cantor e compositor brasileiro de funk carioca, conhecido como um dos principais representantes da vertente 150 BPM. Disponível em: [Kevin o Chris – Wikipédia, a enciclopédia livre \(wikipedia.org\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Kevin_o_Chris).

A menção à música do funkeiro Kelvin o Cris evidencia outro ponto reforçado pelos antifãs e haters: a rivalidade. O sucesso de outros cantores de funk brasileiros é colocado como base para argumentar contra a cantora. Após o lançamento de Funk Rave, a cantora de funk Melody¹⁴ lançou “Love, Love”, uma música em parceria com outros dois funkeiros, que começou a competir com o single de Anitta nos charts ocupando posições muito próximas. Porém Funk Rave decaiu, e a música de Melody permaneceu, dando espaço para os haters e antifãs utilizarem esse acontecimento como mais uma justificativa para o ódio.

Figura 3 e 4



Fonte: Twitter¹⁵

Dentro dos estudos de fãs de Theodoropoulos (2007) é proposta a existência de um tipo de antifã que só o é por ser fã de outra coisa. Para o autor esse tipo de antifã seria um fã do rival, amar A pressupõe odiar B, o rival seria um tipo de ameaça ao objeto amado. Contudo, aqui não temos indicação de que os usuários mencionados necessariamente são fãs da cantora Melody, mesmo assim se utilizam de um discurso de rivalidade para incitar o ódio. A ironia dos antifãs e haters é intensificada com a produção de memes e uso de linguagem humorística para propagar sua manifestação de desgosto. A primeira imagem remete a ideia de um cartaz de desaparecimento, nele

¹⁴ Nome artístico de Gabriela Abreu Severino, cantora e compositora brasileira. Disponível: [Melody \(cantora\) – Wikipédia, a enciclopédia livre \(wikipedia.org\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Melody_(cantora)).

¹⁵ Da esquerda para a direita:

Disponível em: <https://twitter.com/tododiaanitters/status/1675489833890770946?s=20>.

Disponível em: <https://twitter.com/esquizopoc/status/167551397553835010?s=20>.

lê-se que a música Funk Rave está desaparecida dos charts, fora do Top 50 Brasil, e que a culpa seria da cantora Melody por estar “roubando” sua posição. O meme é construído com um tom acusatório que se mistura com ironia, direcionando ódio também para a base de fãs da cantora, que segundo a imagem “prometeram hit mas a mesma desapareceu dos charts”.

Na segunda imagem há a presença de uma referência mais específica e até simbólica. A frase que fala sobre a aparição de uma nova suprema remete à série televisiva *American Horror Story: Coven*¹⁶, que em sua terceira temporada teve bruxas como tema e a ideia da suprema era a de uma mulher que acumularia todos os poderes possíveis sendo assim, a bruxa suprema. A foto da cantora Melody ainda criança abraçando Anitta e as imagens de suas músicas nos charts demonstraria que a ascensão da nova cantora estaria ligada ao decair da outra, assim como na série. Contudo, esse conteúdo se torna contraditório pois foi produzido utilizando essa nomenclatura para a Anitta, ou seja, lhes conferindo um título de alguém relevante o suficiente para ser considerada suprema.

Além da rivalidade, outro argumento muito utilizado por esses grupos para desmerecer a produção musical de Anitta seria a presença marcante de temáticas sexuais relacionadas e a estereotipização da imagem do Brasil.

Figura 5 e 6



Fonte: Twitter¹⁷

¹⁶*American Horror Story: Coven* é a terceira temporada da série de televisão *American Horror Story*. *Coven* segue a trama histórica e lúdica de bruxas que buscam sobreviver e resistir a extinção da espécie que ao passar dos anos tende a diminuir. Disponível em: [American Horror Story: Coven – Wikipédia, a enciclopédia livre \(wikipedia.org\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/American_Horror_Story:_Coven).

¹⁷ Da esquerda para a direita:

Disponível em: <https://twitter.com/tododiaanitters/status/1687131502293729280?s=20>.

Disponível em: <https://twitter.com/hiaagu/status/1690735812315361282?s=20>.

A utilização de elementos sexuais em letras e clipes de funk não é algo novo na produção desse gênero musical, então porque os antifãs e haters atacam Anitta por usar algo que já é considerado “comum”? O argumento aqui se relaciona novamente com a narrativa de sua carreira internacional. De acordo com esses antifãs e haters, Anitta reforçaria a ideia de que o Brasil é um país sexualizado e violento ao levar constantemente em suas músicas as mesmas temáticas relacionadas a isso.

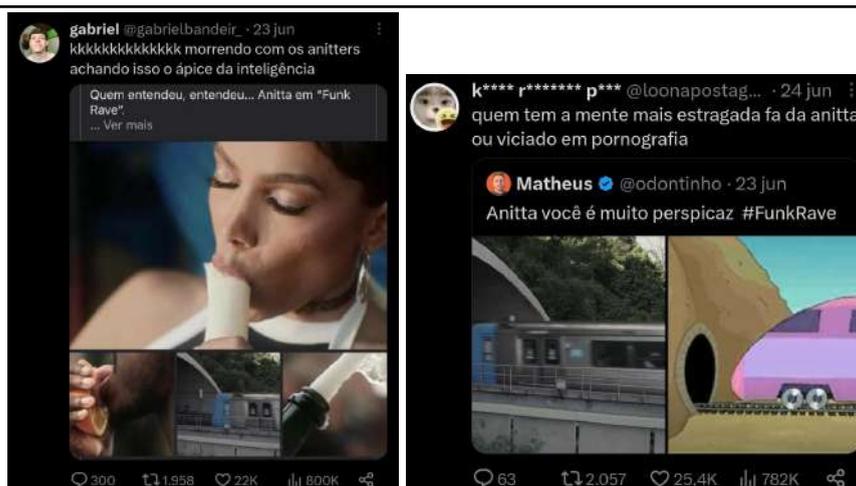
Diferente dos conteúdos anteriores, esses tweets não usam uma linguagem humorística, a imagem aqui não possui referências específicas nem elementos que remetem a um meme, é apenas uma captura de tela de uma cena do próximo videoclipe da cantora. Vestida de noiva Anitta aparentemente está sendo feita de refém dentro de uma igreja que se localiza na periferia, acompanhando a imagem temos um texto construído de forma bem incisiva ao afirmar que a cantora apenas reforça os estereótipos do Brasil e isso seria justificado pela presença constante dos elementos pobreza, criminalidade e sexo.

Os argumentos dos haters e antifãs aqui possuem um tom mais sério, sem o uso de memes eles tentam transmitir a ideia de seriedade ao expor suas ideias e opiniões, o ódio é fundamentado. Na segunda imagem há novamente o uso de uma comparação, contudo não é algo que incite a rivalidade mas sim para demonstrar que o que Anitta faz hoje não é algo inédito e já foi feito antes por artistas maiores como Madonna. O problema é apresentado pelo antifã como sendo falta de criatividade, pois Madonna possuía um conceito em suas produções e posteriormente se reinventou, diferente de Anitta que estaria presa em um ciclo de produções que usam a temática sexual na tentativa de reforçar uma imagem internacional de cantora brasileira periférica estereotipada.

Anitters: se odeio a Anitta também odeio você!

Na segunda categoria aqui apresentada temos como foco um ódio que é direcionado para além da cantora: seus fãs. Os anitters como são chamados, também recebem sua parcela de ódio vinda de haters e antifãs da cantora.

Figura 7 e 8



Fonte: Twitter¹⁸

As intrigas causadas entre fandoms dentro das redes sociais não é algo inédito, contudo aqui os haters não fazem necessariamente parte de um fandom de artista considerado rival, o ódio é direcionado ao correlacionar as atitudes da cantora com a reação dos fãs. Ambos os tweets tem como finalidade enquadrar os fãs da cantora como indivíduos problemáticos intelectualmente, na primeira imagem por exemplo temos a resposta de um hater a um tweet que possui várias capturas de tela de um momento do clipe de Funk Rave. As imagens sugerem metaforicamente atos sexuais e são apresentadas de maneira quase óbvia, o que faz o hater assumir que a capacidade intelectual dos fãs é menor que a de outras pessoas ao zombar do modo como acham aquilo “o ápice da inteligência”.

Da mesma forma acontece na segunda imagem, aqui o hater acusa o fã de ter uma mente similar a de um “viciado em pornografia” pelo fato de achar perspicaz a metáfora sexual apresentada no clipe. Essa ideia está conectada com os argumentos expostos anteriormente de que Anitta só produz conteúdos com uma perspectiva sexualizada.

Considerações Finais

Diante do trabalho apresentado foi possível entender como a performance de gosto é manifestada dentro das redes sociais através da expressão do ódio e do desgosto contra um conteúdo específico, no caso, a cantora Anitta. Amaral e Coimbra (2015) definem que os haters são sujeitos que não são abertos ao diálogo construtivo, fazendo

¹⁸ Da esquerda para a direita:

Disponível em: https://twitter.com/gabrielbandeir_/status/1672289134726070272?s=20

Disponível em: <https://twitter.com/loonapostagem/status/1672575722479579141?s=20>

apenas críticas negativas, e é possível perceber durante as análises que esse comportamento é reforçado. O hater e o antifã produzem conteúdo odioso e não se mostram necessariamente abertos ao debate.

Contudo, em ambas as categorias é explicitada também a ideia de que antifãs e haters embasam o seu ódio com argumentos que vão além de somente odiar de forma gratuita. É interessante mencionar que a maioria dos tweets aqui apresentados já ultrapassou em curtidas e compartilhamentos conteúdos da própria cantora Anitta relacionados com as mesmas temáticas. O ódio performado encontrou no ambiente digital seus pares que compartilham da mesma ideia de desgosto, para Moreira (2022) os sujeitos possuem a necessidade de performar fenômenos discursivos nos quais refletem sobre si mesmos e suas identidades em relação aos objetos sobre os quais desenvolvem seus (des)afetos.

Até o momento em que este artigo foi escrito, a música Funk Rave foi indicada na categoria “Best Latin” da premiação internacional Video Music Awards (VMA) e as redes sociais estão ainda mais intensas nos embates entre fãs, antifãs e haters. Analisar as estruturas de como essas comunidades interagem é algo significativo para os estudos de fãs, as narrativas, argumentos e disputas daqueles que odeiam um conteúdo demonstram uma perspectiva diferente. O fato de Funk Rave ter repercutido mesmo que de forma negativa, ainda assim lhe rendeu uma indicação internacional, demonstrando que a performance de desgosto dos antifãs e haters contribuiu para a visibilidade da artista e potencializou o amor de seus fãs que a viram atingindo novas conquistas. Diante disso, a pesquisa aqui apresentada possui potencial para ser estendida tentando compreender as novas disputas e significados que a performance de desgosto desses internautas promove dentro das redes.

Referências

AMARAL, Adriana; MONTEIRO, Camila. **“Esses Roquero não curte”**: performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock do Facebook. Revista FAMECOS (Online), v. 20, p. 446–471, 2013. Disponível em: [Vista do Esses roquero não curte: performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock do Facebook \(pucrs.br\)](http://pucrs.br/vista-do-esses-roquero-nao-curte-performance-de-gosto-e-fans-de-musica-no-unidos-contra-o-rock-do-facebook)

AMARAL, Adriana; SOARES, Thiago; POLIVANOV, Beatriz. **Disputas sobre performance nos estudos de comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas**. Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 41, n. 1, p. 63-79, 2018. Disponível em: [SciELO - Brasil - Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos.](http://scielo.br/brasil-disputas-sobre-performance-nos-estudos-de-comunicacao-desafios-teoricos)

[derivas metodológicas Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas](#)

_____. **Manifestações da performatização do gosto nos sites de redes sociais: uma proposta pelo olhar da cultura pop.** REVISTA ECOPÓS, v. 17, n. 3, 2014, p. 1-12. Disponível em: [Manifestações da performatização do gosto nos sites de redes sociais: uma proposta pelo olhar da cultura pop \(unam.mx\)](#)

_____; COIMBRA, Michele. **Expressão de ódio nos sites de redes sociais: o universo dos haters no caso #eunãomereçoserestuprada.** Revista Contemporânea, Comunicação e Cultura, v.13, n. 01, 2015, p. 294 - 310.

BORGES, Gabriela; GOSCIOLA, Vicente; VIEIRA, Marcel. **Televisão: Formas Audiovisuais de Ficção e de Documentário.** Volume IV. São Paulo: Faro e São Paulo, 2015.

GRAY, Jonathan. **New Audiences, New Textualities: Anti-Fans and Non-Fans.** International Journal of Cultural Studies, 2003.

HENNION, Antoine. **Loving Music: from a Sociology of Mediation to a Pragmatics of Taste.** Revista Comunicar, v. XVII, n. 34, 2010, p.25-33, Scientif Journal of Media Education. Disponível em: [Loving music: from a sociology of mediation to a pragmatics of taste - E-LIS repository \(rclis.org\)](#).

MOREIRA, A. de C. **“GOSTO (NÃO) SE DISCUTE”:** Perspectivas humano algorítmicas a partir do Spotify e da “Descobertas da Semana” [dissertação]. Niterói: Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, 2022

PEREIRA DE SÁ, Simone. **Somos Todos Fãs e Haters? Cultura Pop, Afetos e Performance de Gosto nos Sites de Redes Sociais.** REVISTA ECOPÓS, v. 19, n. 3, 2016, p. 50–67. Disponível em: [Vista do Somos Todos Fãs e Haters? Cultura Pop, afetos e performance de gosto nos sites de redes sociais \(ufrj.br\)](#).

_____; LUCAS, Régis Wendel Rabelo. **What the f*ck, Spotify? Rupturas na performance de gosto e atividade algorítmica na retrospectiva 2019.** Revista Contemporânea de Comunicação e Cultura, v. 20 – n.01 – jan-abr 2022 – 51-71. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/45308/27882>.

PILZ, Jonas. **ROCK, RUPTURAS E RASURAS: divergências sociopolíticas e a emergência de ex-fãs.** Orientadora: Prof. Dra. Beatriz Polivanov. 2022. 309 f. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2022.

PESSOTTO, A. H. V.; MADEIRA DE TOLEDO, G. **Inimigos mais perto ainda: Globo produz conteúdo para hater e troll.** Revista GEMInIS, [S. l.], v. 5, n. 3, p. 79–95, 2014. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/205>.

THEODOROPOULOU, Vivi. **The anti-fan within the fan: Awe and envy in sport fandom.** Fandom: Identities and communities in a mediated world, p. 316-27, 2007