

Coração De Plástico: O Consumo Do Sentimento De Nostalgia E As Referências Estéticas Na Música Pop ¹

Beatriz Barreto Medeiros²

Gabriel Henrique Santana Carregosa³

Renata Barreto Malta⁴

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar o uso de tendências nostálgicas em álbuns, clipes e músicas do gênero pop, trazendo um estudo de caso do álbum “Plastic Hearts” (2020), lançado pela cantora Miley Cyrus. Ademais, observa-se também motivos que levam o público a consumir produtos com essa estética nostálgica, trazendo teorias de autores como Gilles Lipovetsky, Gary Cross e Zygmunt Bauman.

PALAVRAS-CHAVE

Amor; Cinema Contemporâneo; Idealização; Modernidade Líquida; Questões de Gênero.

INTRODUÇÃO

O presente artigo propõe uma análise de tendências nostálgicas na música pop, utilizando como estudo de caso o álbum "Plastic Hearts" (2020) de Miley Cyrus. Giddens (2012) discute que a música carrega consigo uma certa profecia acerca do futuro, devido à constante quebra de limites e evolução das produções musicais. Porém, mais do que uma evolução, é possível notar uma forte influência de décadas passadas nas músicas, nos clipes e nos álbuns do gênero pop, configurando o fenômeno que é descrito por Reynolds (2011)

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Cinema e Audiovisual e Interdisciplinaridade, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

² Graduanda do 6º período de Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Sergipe (UFS); e-mail: beatrizmedeiros.contato@gmail.com

³ Graduando do 6º período de Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Sergipe (UFS); e-mail: gabrielcarregosa@academico.ufs.br

⁴ Professora efetiva do Departamento de Comunicação Social da UFS (Universidade Federal do Sergipe). Pós-Doutora pela Facultad de Comunicación, Departamento de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Sevilla - España. Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo - UNESP (2013). Doutorado-Sanduíche (PDSE) concluído e realizado em Carleton University, Ottawa, Canadá (2012). Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista - UNESP (2009). Graduada em Comunicação Social com habilitação em jornalismo pela Universidade Metodista de São Paulo (2000); email: renatamaltarm@gmail.com

como Retromania. Esse fenômeno, intensificado pelo fácil acesso à informação e à música, impulsiona o público a consumir produtos com estética nostálgica.

Nesse contexto, consideramos relevante o estudo de Cross (2015). O autor afirma que as guerras e conflitos armados foram, provavelmente, os grandes incentivadores na mudança da visão do termo nostalgia de epidemia para um fenômeno. Nesses períodos, o sentimento de nostalgia se intensificou, pois, além dos traumas e destruição causados pelas guerras, muitos indivíduos tinham que migrar de seus lares. Estabelece-se uma cultura de retorno ao passado – dito como glorioso – que não voltaria. É com base nessa separação entre o passado e o presente que Cross (2015) divide a nostalgia em quatro categorias: comunitária, que busca aquele passado glorioso comentado anteriormente; familiar, onde o objetivo é preservar o afeto, memórias e sentimentos da família; fashion, alicerçado na identificação com os costumes e com a moda, mesmo não fazendo parte desta época; e consumível, na qual o indivíduo se vê preso a uma realidade acelerada e “negativa” e tende a consumir produtos que remetem ao passado. O nosso estudo traz como foco a nostalgia fashion e a de consumo.

Com base no fenômeno exposto, o artigo explora potenciais causas contemporâneas para o alto consumo de produtos nostálgicos, partindo de uma discussão teórica fundamentada em autores que discutem sociedade e consumo (Bauman, 1998/2017, Lipovetsky, 2007) e nostalgia e memória (Huysen, 2014; Cross, 2015).

METODOLOGIA

O estudo identifica duas formas de nostalgia: a nostalgia em si, pautada na saudade do que foi vivido, e a *anemoia*, nostalgia de um período não vivenciado. O fácil acesso a conteúdos diversos faz com que o conhecimento e o consumo do que se produziu no passado sejam adquiridos em maior escala, possibilitando o que Reynolds (2011) denomina *wormholes*, ou buraco de minhoca – termo que representa uma espécie de viagem no tempo e espaço e traz a ideia de que se trata de um ambiente controlável. Ou seja, esse fenômeno explica porque jovens, por exemplo, que não viveram os anos 80, adquiram e se interessem por produtos e produções daquele período, assim como artigos e obras que remetam ou se inspirem nessa época. Mais do que adquirido, a anemoia como estratégia faz com que esse consumo seja também arquitetado, por meio da “musealização do passado” observada por

Andreas Huyssen (2014). Essa reinvenção e representação de um passado agradável e interessante faz com que consumidores sintam nostalgia e saudades de um período em que nem eram nascidos.

Baseamo-nos, assim, no que Reynolds (2011) denomina *Retromania* – que seria, basicamente, “o grande apego da cultura pop ao seu próprio passado e o constante uso de referências a si mesma, bem como a volta de diversos elementos de décadas passadas ao presente” (FAHL; PAIVA, 2015, p. 3) para analisar o objeto proposto.

Para além da discussão teórica, propomos uma análise de comentários retirados da rede social Twitter, onde os usuários descrevem sentir falta do passado, vivido e não vivido relacionados ao álbum “Plastic Hearts” (2020), de Miley Cyrus - álbum de enorme sucesso da cantora, que acumula mais de 2 bilhões de *streams* apenas no *Spotify*. A busca pelos comentários se deu por meio da palavra chave “Plastic heart”, coletando apenas aqueles em português e que descrevessem minimamente aspectos relacionados à nostalgia e elementos do passado associados à produção musical. Os comentários foram importantes para ilustrar os conceitos apresentados.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O álbum "Plastic Hearts" de Miley Cyrus, lançado em 2020, é analisado como um caso ilustrativo da utilização da nostalgia como objeto de consumo na cultura pop. A obra, marcada por referências aos anos 80, é descrita como uma produção intimista e essencialmente pautada na celebração da estética oitentista. Em um mundo criado por Miley Cyrus a partir de suas canções, a artista convida o público a ouvir a sua versão acerca de temas complexos, como a sua relação conturbada com a mídia, crises em relacionamentos e o desejo de fuga da sua própria realidade.

Ainda como parte dessa atmosfera intimista, boa parte do álbum foi escrito, produzido e gravado na casa de Miley. A intenção da cantora era trazer um ambiente pessoal e acolhedor para o público que, assim como ela, passava pela quarentena, além de continuar de forma segura as produções do álbum seguindo as medidas de prevenção ao COVID-19 – doença que devastou o mundo durante o período de produção das músicas.

Além do explícito resgate à sonoridade dos anos 80, as referências de Miley aparecem também no corte de cabelo, nas roupas, nos cliques e, inclusive, na postura de palco durante os

shows ao vivo. Na obra, a cantora também traz regravações de clássicos da época, como “Heart of Glass”, de Blondie, e “Zombie”, da banda The Cranberries.

Outrossim, a primeira faixa do álbum “Plastic Hearts”, Edge of Midnight, é um remix em parceria com Stevie Nicks, ícone dos anos 80, do clássico Edge of Seventeen. A música faz um claro resgate à sonoridade dos anos 80, fazendo uso de elementos marcantes como sintetizadores, que foram inicialmente difundidos por artistas da época, vocais rasgados e baladas eletrizantes.

Nessa versão da música de Edge of Seventeen, Miley aborda temas como crise na vida amorosa, desapego e desejo por independência. Com versos fortes acompanhados por uma base instrumental envolvente, Miley fala sobre a busca por controle da sua própria vida e a necessidade de estar bem consigo mesma, na letra ela afirma “I was born to run, I don't belong to anyone”.

Já no clipe de Prisoner, Miley resgata uma série de tendências da época, como sobreposição de imagens, colagens, a valorização do uso do cigarro e filmagens analógicas, transportando o público diretamente para um cenário de videocliques dos anos 80.

A produção conta com uma série de referências a banda The Runaways, famoso grupo norte-americano oitentista. No clipe, tanto o figurino quanto o corte de cabelo utilizados por Miley são uma clara referência a Cherry Currie, vocalista da banda. Além disso, um dos elementos de destaque do clipe de “Prisoner” é a figura de uma cereja que aparece constantemente na obra, uma alusão a música “Cherry Bomb”, um dos maiores clássicos do grupo.

A homenagem ao rock oitentista é o retrato da arte como objeto de refúgio durante períodos de crise e resgata a nostalgia do público que viveu clássicos da época, além de provocar naqueles que não a viveram a vontade de fazer parte dessa era.

Nesse sentido, a pesquisa destaca as influências visuais, musicais e estilísticas da década de 1980 presentes no álbum, evidenciando a motivação da artista em proporcionar ao público uma fuga da realidade durante esse período de crise, reforçado a partir dos comentários retirados das redes sociais em que as obras da artista foram publicadas.

CONCLUSÃO

Os estudos realizados ao longo do artigo revelam que o processo de mercantilização da nostalgia na cultura pop vem crescendo à medida que o acesso aos materiais de outras

épocas é facilitado pelo avanço tecnológico. Com a popularização da internet, músicas e clipes de anos atrás podem ser acessados em sites e plataformas em questão de segundos, sem que haja a necessidade da compra de um disco ou de um CD, por exemplo. Essa popularização faz com que mais pessoas tenham acesso a esse material e, por conseguinte, permite que as tendências estéticas dessas épocas voltem a ser objetos de desejo pela população em um intervalo de tempo muito mais curto.

Da mesma forma, percebe-se que as ondas de consumo de produtos nostálgicos acontecem, em sua grande maioria, atreladas a períodos de crises - sejam elas individuais ou coletivas. Ao longo da década de 2010 e início da década de 2020, por exemplo, a cultura pop cresceu tendo como plano de fundo um mundo que passou por diversas transformações e instabilidades, tais como crises políticas e sociais, degradação ambiental, guerras e a pandemia global de COVID-19. Com um cenário tão caótico, o sentimento compartilhado pelos indivíduos que vivenciam esse período é o de descontentamento com o presente e busca por qualquer outra referência que se distancie dessa realidade, inclusive objetos que remetem ao passado.

Por outro lado, as crises individuais – tais como divórcios, problemas familiares e conflitos identitários – também contribuem para o desejo de consumo de produtos que remetem a outras épocas. Isso porque, em um período de instabilidade, encarar a sua própria condição torna-se insustentável para o indivíduo, o qual tende a manifestar uma vontade de fuga da sua realidade a fim de se distrair dos problemas vividos.

Por fim, o presente trabalho não busca definir a durabilidade da nostalgia como desejo de consumo, mas sim entender as motivações por trás da mercantilização desse sentimento. Com o avanço da tecnologia e dos impactos da internet, a previsão é que as trocas de tendências de mercado aconteçam de forma cada vez mais rápida e, nesse contexto, observar o comportamento do consumidor a partir da cultura pop é um fator essencial para entender esses fenômenos.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. **Retropia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

BAUMAN, L. **O Mal-Estar da Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 1998.

CROSS, G. **Consumed Nostalgia: Memory in the Age of Fast Capitalism**. Nova Iorque: Columbia University Press, 2015.

DUGNANI, P. Meia Noite em Paris e a Metáfora da Saudade Daquilo que não se Viveu: Reflexões sobre a Pós-Modernidade, Retropia e Cansaço. In: **Gláucia Davino**. (Org.). História de Roteiristas: Narrativas Difusas em Suportes Sensíveis. 1ed. São Paulo: Corpo Texto, 2019, v. 1, p. 279-290.

FAHL, H. D. & PAIVA, J. H. R. (2015). Nostalgia e o grande apego da cultura pop ao seu próprio passado: observações de referência existentes em produtos da indústria fonográfica. Em **XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. (s.p.). Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - Intercom.

HAN, B. **Sociedade do Cansaço**. Petropolis: Vozes, 2015.

HUYSSSEN, A. **Políticas de memória do nosso tempo**. 1º Ed. Universidade Católica Editora, 2014.

LIPOVETSKY, G. & SERROY, J. **A Estetização do Mundo: Viver na Era do Capitalismo Artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LIPOVETSKY, G. **A Felicidade Paradoxal**. Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

REYNOLDS, S. **Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past**. 1. Ed. Nova York: Faber & Faber; 2011. 496p.