

INDÚSTRIA DA FOFOCA: BREVES APONTAMENTOS SOBRE O IMAGINÁRIO DE DIVAS POP INTERNACIONAIS NO BRASIL¹

Guilherme Alves²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ

RESUMO

O presente trabalho busca analisar brevemente a presença da indústria da fofoca internacional no Brasil, no período de 1998 a 2013, ou a “década por debaixo da saia” (Ditum, 2024). Para isso, contextualizei as divas pop e suas controvérsias, além de adentrar em conceitos sobre a cultura pop e sua relação com a indústria da fofoca (Fairclough, 2016). Como metodologia, analisei duas peças audiovisuais: uma reportagem da TV Globo sobre a Britney Spears e uma *sketch* do programa Pânico na TV sobre a Amy Winehouse, de modo a demonstrar como o imaginário representado nesse período auxiliou na construção do que entendemos hoje sobre divas pop no Brasil. **PALAVRAS-CHAVE:** cultura pop; celebridades; brasil; indústria da fofoca; música pop.

INTRODUÇÃO

Aqui, será contextualizado uma breve análise sobre a indústria da fofoca (Fairclough, 2016) e seu papel fundamental na construção do imaginário sobre o que é uma diva pop no Brasil, tendo como ênfase o período de 1998 a 2013. A jornalista Sarah Ditum nomeia estes anos como a “década por debaixo da saia” (Ditum, 2024), iniciando em 1998 com o lançamento de “... *Baby One More Time*” (1998) de Britney Spears, e finalizando em 2013, com o lançamento de “*Blurred Lines*” (2013). Além desta vertente, é importante elencar outro aspecto da época analisada, a chegada da internet para o indivíduo cotidiano e sua participação mais ativa no espaço digital (Jenkins, 2015). Esta pesquisa também se inspira no discurso realizado pelo pesquisador brasileiro de cultura pop, Thiago Soares (2025)³, no qual ele se refere a necessidade de radicalização de pensamento e pesquisa da história da cultura pop, o trabalho em questão se situa em meio a esta provocação.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 08SU - Cultura pop e comunicação, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Mestrando em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, com bolsa Faperj, integrante dos grupos de pesquisa CULTPOP e CATS - e-mail: guialvessd99@gmail.com.

³ Esta fala ocorreu no dia 11 de março de 2025, durante sua participação junto ao PPGCOM da ESPM na Aula Magna nomeada: "Cultura pop, performance e política na perspectiva Brasil-Argentina", a qual também contou com a presença da pesquisadora argentina Mercedes Liska.

Esta temática surge durante o desenvolvimento da minha dissertação, na qual trabalho a ligação dos fãs brasileiros com divas pop, em especial a cantora britânica Adele, e as controvérsias desta cultura no Brasil. O imaginário desenvolvido durante anos, em especial no período elencado anteriormente, auxiliou a consolidar a forma como lidamos com as divas pop na atualidade. Logo, o objetivo deste trabalho é analisar duas “fofocas” dentro desse período sobre duas divas pop diferentes: Britney Spears e Amy Winehouse. Como metodologia será realizado uma análise de duas peças audiovisuais: 1) uma reportagem veiculada pela Globo⁴, em 2008, em que a repórter Sandra Annenberg relata sobre a internação de Britney e a perda da guarda de seus filhos, a qual analisarei as falas da jornalista; 2) e a segunda, sobre a Amy Winehouse, é uma *sketch* do programa *Pânico na TV* (2003), em que a cantora é retratada como surtada e desequilibrada – isso tem a ver com as polêmicas de uso de substâncias ilícitas pela diva durante sua carreira da música e seus constantes embates com paparazzis (Ditum, 2024) –, e analiso sua interpretação durante um episódio do programa⁵. Ambos os vídeos se encontram disponíveis na plataforma Youtube, a qual pode ser vista como um “arquivo infinito” (Pereira de Sá, 2021) de conteúdo.

INDÚSTRIA DA FOFOCA E DIVAS POP: ENTRE O AMOR E O RANCOR

A cultura pop atual e a indústria da fofoca (Fairclough, 2016) são duas potências do entretenimento que andam de mãos dadas. Ser relevante em um tipo de cultura que engloba tudo e todos a todo momento e em qualquer lugar te torna uma entidade reconhecida, admirada (ou detestada) e desejada. O pop então se instaura como um espaço dirigido pelas rédeas da indústria do entretenimento global – dominada, em sua maioria, pelos veículos presentes nos Estados Unidos da América (EUA) e na Europa –, aos moldes mercadológicos e acelerados da modernidade. Porém, em contrapartida, também possui um grande senso de coletividade envolvido por parte de seus integrantes – no caso da música pop, os ouvintes/fãs/adoradores (Soares, 2014; Pereira de Sá, 2016; 2021).

Em meio a esse contexto transcultural (Chin; Morimoto, 2024), celebridades se destacam como personagens caricatas, representativas e consolidadoras destes moldes.

⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PSSHVO8-7MI>. Acesso em: 07 abr. 2025.

⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=F33FGouuNo>. Acesso em: 07 abr. 2025.

Dentre elas encontram-se as divas pop, as quais podem ser definidas de modo breve como mulheres detentoras de poder, glamour, feminilidade, inovação e não submissas (Lister, 2020). Entretanto, essa definição glamouriza o imaginário de uma diva pop, como se o alcance desta titulação/posição em um espaço *mainstream* (Martel, 2012) retirasse de si o fato de elas ainda serem mulheres em um mercado musical machista e misógino (Silva, 2024).

Kirsty Fairclough (2008), em uma de suas primeiras produções sobre a disseminação de fofocas sobre celebridades, relata que as “celebridades femininas são consideradas mulheres fortes e independentes e mesmo assim regularmente são inscritas como infinitamente inadequadas” (Fairclough, 2008, np., tradução minha). Sua fala retrata uma das diversas controvérsias intrínsecas à cultura pop, em que, mesmo que uma mulher ascenda ao status máximo de sua fama – podendo ser compreendida também como a diva pop –, ela ainda estará enfrentando a realidade cotidiana de uma mulher. Seu status, poder e glamour existirão, mas não se demonstrarão de uma forma semelhante a um homem padrão ocupando o espaço do estrelato, em razão da existência de sua feminilidade.

Em alguns de seus trabalhos (Fairclough, 2008; 2016), a pesquisadora britânica irá retratar a realidade da indústria do entretenimento a partir da produção de fofocas (*gossips*) durante a construção da carreira de personas femininas célebres – nicho ao qual as divas se encontram inseridas –, especialmente em blogs da época.

Etarismo, misoginia, machismo e LGBTfobia são algumas das temáticas que envolvem as fofocas articuladas desse período. Comentários esses que se articulam com as propostas paradoxais e controversas do pós-feminismo (Fairclough, 2016). Esta contrariedade se articula de forma que, “por um lado, elas são encorajadas a imitar o estereótipo da plástica feminina da sexualidade pós-feminista, enquanto por outro, elas são condenadas por se comportar de jeitos moralmente repreensíveis” (Fairclough, 2008, np., minha tradução), ou seja, um jogo sem formas de se ganhar.

Já no Brasil também tivemos influências dos blogs e blogueiros para reprodução deste imaginário feminino, e da chamada, *bitch culture*, ou cultura da vadia (Fairclough, 2008), como o Ego (2006) da Globo.com, Popline (2006) e Hugo Gloss (2009). Entretanto, a breve repercussão que pretendo analisar de maneira introdutória é a presença desse tipo de discurso reproduzido em programas de televisão, e não por blogs.

RESULTADOS INICIAIS: JORNAL HOJE E PÂNICO NA TV

Para começar esta breve análise, inicio apresentando os dois objetos citados. Primeiro, o Jornal Hoje (1971 - Atual), consiste em um telejornal do canal aberto Globo que é transmitido no início do vespertino. O segundo, Pânico na TV (2003 - 2012), foi um programa de humor ácido e escrachado sobre a atualidade, contando com apresentadores, dançarinas – as reconhecidas *panicats* – e plateia ao vivo.

Em 2008, a reportagem, guiada pela jornalista Sandra Annenberg, iniciava da seguinte maneira: “Paparazzi, celebridade e polícia, você já viu esse filme antes! Agora, o escândalo que alimenta os americanos é a recaída da ex-musa dos adolescentes Britney Spears”. A partir deste trecho, conseguimos perceber algumas particularidades do tratamento recebido pela diva pop Britney Spears. Embora em um telejornal – modelo conhecido pela sua imparcialidade na divulgação de pautas e matérias jornalísticas – a repórter em ação não deixa de demonstrar certa aversão a personagem subjugada naquele momento, a categorização como “ex-musa” deixa claro que em algum momento seu status foi perdido, ao que se dá a entender, devido as fofocas e recaídas vinculadas a seu nome. A reportagem então se desenvolve para explicar o ocorrido com a cantora: a disputa entre ela e seu ex-marido, Kevin Federline, que retirou dela a guarda de seus filhos, e sua recaída no uso de drogas, o qual ocasionou sua internação psiquiátrica por três dias. Após isso, a repórter então parece repetir um discurso de cunho pessoal e crítico à cantora pop:

Essa linha que separa o público do privado é muito sutil, muito tênue. Britney Spears deveria ser um exemplo para tantos jovens... Infelizmente, não é o que temos visto. E o pior é que Britney já perdeu algumas audiências na briga pelos filhos e o que aconteceu agora pode ser a gota d’água para que ela perca de vez a guarda das crianças. Uma pena. (Sandra Annenberg ao vivo no Jornal Hoje, 2008)

O comentário da profissional jornalística durante a transmissão demonstra o imaginário crítico às mulheres célebres, assim como elencava Fairclough (2008) ao relatar as problemáticas de Spears em seu trabalho. Embora a presença de um histórico de consumo de álcool e drogas, seu destino deveria ser traçado por erros que vieram a acompanhar sua carreira? Por qual motivo, ao nos referirmos a Britney Spears, nosso pensamento se vincula diretamente às suas polêmicas, recaídas, tutela e perda da guarda de seus filhos? Por que suas conquistas não são mais importantes do que sua queda?

Na mesma época, outra diva pop relevante foi Amy Winehouse. A cantora britânica, dotada de uma voz única, ganhou, em pouco tempo, reconhecimento a partir de seu talento. Entretanto, assim como Spears, acabou utilizando substâncias químicas ilícitas, reverberando na sua fatalidade em julho de 2011 – uma das diferenças entre as divas foi o final precoce de Amy. Ainda assim, mesmo com sua dor e morte sendo constantemente midiaticizadas, o programa brasileiro Pânico na TV não deixou de entrar na *brincadeira* de caçar da diva pop.

Por meio da *sketch Momento Amy Winehouse*⁶, o programa buscava tirar vantagem da situação inoportuna experienciada pela cantora. A personagem interpretada era representada de forma idêntica: roupas, cabelo e maquiagem. Ela, então, ia às ruas e criava o caos: corria gritando pelas calçadas, depredava manequins e peças de lojas no seu caminho, entrava em restaurantes para quebrar pratos e, até mesmo, agredia pessoas desconhecidas com socos e chutes.

A paródia executada pelo programa coincide com o período em que a cantora enfrentava sua batalha contra o álcool e as drogas, além de ridicularizar sua personalidade, a qual era considerada “difícil”⁷. E não bastando isso, em seu funeral, dois apresentadores do programa foram ao enterro da cantora, fechado ao público, como penetras, de modo a veicular para a mídia brasileira⁸, demonstrando, mais uma vez, a falta de respeito com as mulheres célebres, ou, nesse caso, as divas pop. Com isso, ficam mais alguns questionamentos: por que uma mulher não pode ter uma personalidade além da dócil e respeitosa sem ser desrespeitada e humilhada? Por qual motivo a dor e dificuldades enfrentadas por conta das drogas e reabilitação são incorporados como um elemento de loucura e comichidade? Por que a fatalidade de Amy não pode ser respeitada?

São muitas perguntas derivadas dessa breve análise, mas com uma certeza, foram tempos sombrios para experienciar a fama sendo uma mulher em uma indústria que a odeia. Contudo, o ponto rapidamente levantado aqui é que, embora todas essas

⁶ Para saber mais, verificar: https://programapanico.fandom.com/pt/wiki/Momento_Amy_Winehouse. Acesso em: 08 abr. 2025.

⁷ Para saber mais, verificar: <https://www.moqueka.com/post/critica-back-to-black-é-mais-problemático-que-a-vida-de-amy-winehouse>. Acesso em: 08 abr. 2025.

⁸ Para saber mais, verificar: <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/impostor-do-panico-invade-funeral-de-amy-winehouse-em-londres-2309898.html>. Acesso em: 08 abr. 2025.

coisas aconteceram em países longes do Brasil, as informações provenientes da indústria da fofoca (Fairclough, 2016) permearam e cooperaram com a construção do imaginário brasileiro sobre o que é uma diva pop. Todas as informações recebidas e assimiladas fazem parte de como enxergamos, compreendemos e lidamos atualmente com elas. Logo, encerro esta rápida discussão deixando em aberto para novos pensamentos sobre como a indústria da fofoca internacional afetou o Brasil e como ela ainda se expressa na mídia, nos discursos, em nós.

REFERÊNCIAS

CHIN, Bertha; MORIMOTO, Lori Hitchcock. **RUMO A UMA TEORIA DO FANDOM TRANSCULTURAL**. Brazilian Creative Industries Journal, v. 4, n. 1, p. 24-45, 2024.

DITUM, Sarah. **Toxic: Mulheres, Fama E A Misoginia Dos Anos 2000**. Tradução Carolina Simmer. 1 ed. Rio de Janeiro: BestSeller, 2024.

FAIRCLOUGH, Kirsty. **Fame is a losing game: celebrity gossip blogging, bitch culture and postfeminism**. Genders, n. 48, 2008. Disponível em: <<https://www.colorado.edu/gendersarchive1998-2013/2008/10/01/fame-losing-game-celebrity-gossip-blogging-bitch-culture-and-postfeminism>>. Acesso em: 08 abr. 2025.

FAIRCLOUGH, Kirsty. **Nothing less than perfect: female celebrity, ageing and hyper-scrutiny in the gossip industry**. In: Female Celebrity and Ageing. Routledge, 2016. p. 103-116.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Aleph, 2015.

LISTER, Linda. **Divatização: A deificação das mulheres popstars modernas**. In: SOARES, Thiago; LINS, Mariana; MANGABEIRA, Alan. (Org.). divas pop: o corpo-som das cantoras na cultura midiática. 1.ed. Belo Horizonte: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2020, v.1, p. 25-42.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

PEREIRA DE SÁ, Simone. **Música Pop-Periférica Brasileira: Videoclipes, Performances E Tretas Na Cultura Digital**. Curitiba: Editora Appris, 2021. 171p.

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, p. 50-67, 2016.

SILVA, Guilherme Alves. **Entre afetos, materialidades e performances: os fãs de Adele e Taylor Swift no X (Twitter)**. In: Anais do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2024, Balneário Camboriú. Anais eletrônicos..., São Paulo: Intercom, 2024. Disponível em: <https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/17/0923202420401366f1fc5d7255cdf>. Acesso em: 05 abr. 2025.

SOARES, Thiago. **Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop**. Logos, v. 2, n. 24, 2014.