



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOSSOCIOLOGIA DE
COMUNIDADES E ECOLOGIA SOCIAL – EICOS**

Joyce Villela de Souza e Silva

**PROCESSOS PSICOSSOCIAIS DAS JUVENTUDES ATRAVÉS DA MÚSICA:
COMUNIDADES DE FÃS DE OLIVIA RODRIGO**

**Rio de Janeiro – RJ
2025**

JOYCE VILLELA DE SOUZA E SILVA

**PROCESSOS PSICOSSOCIAIS DAS JUVENTUDES ATRAVÉS DA MÚSICA:
COMUNIDADES DE FÃS DE OLIVIA RODRIGO**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social do Instituto de Psicologia, na Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Orientador(a): Prof.^a. Dra. Monica Machado Cardoso

Rio de Janeiro – RJ
2025

CIP - Catalogação na Publicação

S586p Silva, Joyce Villela de Souza e
Processos psicossociais de juventudes através da
música: Comunidades de fãs de Olivia Rodrigo /
Joyce Villela de Souza e Silva. -- Rio de Janeiro,
2025.
120 f.

Orientadora: Monica Machado.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do
Rio de Janeiro, Instituto de Psicologia, Programa
de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e
Ecologia Social, 2025.

1. psicossociologia. 2. comunidade de fãs. 3.
música. 4. juventude. 5. nostalgia. I. Machado,
Monica, orient. II. Título.

JOYCE VILLELA DE SOUZA E SILVA

**PROCESSOS PSICOSSOCIAIS DAS JUVENTUDES ATRAVÉS DA MÚSICA:
COMUNIDADES DE FÃS DE OLIVIA RODRIGO**

Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Psicossociologia de Comunidades e Ecologia
Social do Instituto de Psicologia, na
Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Banca examinadora:

Prof.^a Dr.^a Monica Machado (Orientadora)

Programa de Pós-Graduação e Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social – Instituto
de Psicologia – UFRJ

Prof.^a Dr.^a Beatriz Akemi Takeiti

Programa de Pós-Graduação e Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social – Instituto
de Psicologia – UFRJ

Prof.^a Dr.^a Adriana Amaral

Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista (UNIP)

Rio de Janeiro
2025

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer à minha família e amigos por todo amor e apoio que me deram, hoje e sempre, para que eu pudesse chegar até aqui. Todas as minhas conquistas têm um pedaço de vocês. Obrigada por sempre acreditarem em mim e me ajudarem tanto.

À minha orientadora, Monica Machado, por todo acolhimento, suporte, incentivo, ensinamentos e paciência. Obrigada por toda confiança ao longo desses anos, desde a faculdade até o Mestrado. Não poderia ter tido uma orientadora melhor.

Aos meus professores e à UFRJ, por me ensinarem tanto, por me abrirem tantas portas e batalharem todos os dias para garantir um ensino público de qualidade no país. É um privilégio aprender com vocês.

À minha banca de qualificação e de defesa, Beatriz Takeiti, Thiago Soares e Adriana Amaral, pela disponibilidade e contribuições, que foram essenciais para a construção e enriquecimento desse projeto.

Por fim, gostaria de agradecer todos os fãs que contribuíram, direta ou indiretamente, de alguma forma nesse projeto.

"Sem os fãs, somos nada. Eles são a verdadeira alma do que fazemos."
— Freddie Mercury.

VILLELA, Joyce. **Processos psicossociais das juventudes através da música**: comunidades de fãs de Olivia Rodrigo. Orientador(a): Monica Machado Cardoso. 2025. 120f. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2025.

RESUMO

Utilizando a nostalgia e a juventude como seus pilares, as músicas da cantora Olivia Rodrigo provocaram um fenômeno sociocultural entre fãs adultos ao redor do mundo em 2021. Composto sobre as experiências da adolescência, as canções geraram a identificação não apenas com os jovens, que vivenciam a fase atualmente, mas com os adultos também, que expressam “se sentirem jovens” e retornarem à juventude ao escutar as canções da artista, movimentando as estruturas de representações sociais e suas práticas geracionais vigentes, além das noções de pertencimento, subjetividade e percepção de mundo. A partir da cartografia da comunidade de fãs de Olívia Rodrigo através da plataforma X/Twitter e entrevistas em profundidade com fãs, o projeto pretende compreender como a música pode afetar e redefinir a percepção geracional do público mais velho no grupo, analisando o comportamento, efeitos na subjetividade, interações, experiências, afetos e suas questões psicossociais relacionadas à adolescência, evocadas pelas músicas da cantora *teen*.

Palavras-chave: música; subjetividade; adolescência; nostalgia; Olivia Rodrigo.

VILLELA, Joyce. **Youth psychosocial processes through music**: Olivia Rodrigo's fan communities. Supervisor: Monica Machado Cardoso. 2025. 120f. Dissertation (Master's Degree in Psychosociology of Communities and Social Ecology) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2025.

ABSTRACT

Using nostalgia and youth as their pillars, singer Olivia Rodrigo's songs sparked a socio-cultural phenomenon among adult fans around the world in 2021. Writing about the experiences of adolescence, the songs have generated identification not only with young people who are currently going through this phase, but also with adults, who express “feeling young” and returning to their youth when listening to the artist's songs, moving the structures of social representations and their current generational practices, as well as notions of belonging, subjectivity and perception of the world. Based on the cartography of Olivia Rodrigo's fan community, through the X/Twitter platform and in-depth interviews with fans, the project aims to understand how music can affect and redefine the generational perception of the older audience in the group, analyzing behavior, effects on subjectivity, interactions, experiences, affections and their psychosocial issues related to adolescence, evoked by the teen singer's songs.

Keywords: music; subjectivity; adolescence; nostalgia; Olivia Rodrigo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Challenge “Memory Unlocked” do TikTok	25
Figura 2 – Olivia Rodrigo no clipe de <i>Good 4 U</i> (2021) e Mandy Moore em <i>O Diário da Princesa</i> (2001)	26
Figura 3 – Capa do álbum <i>Live Through This</i> (1994), da banda Hole, e imagem de divulgação da <i>SOUR PROM</i> (2021), de Olivia Rodrigo.....	28
Figura 4 - Comentário de fã 1	66
Figura 5 - Comentário de fã 2.....	66
Figura 6 - Comentário de fã 3.....	66
Figura 7 - Comentário de fã 4.....	67
Figura 8 - Comentário de fã 5.....	67
Figura 9 - Comentário de fã 6.....	68
Figura 10 - Comentário de fã 7.....	68
Figura 11 - Comentário de fã 8.....	69
Figura 12 - Comentário de fã 9.....	69
Figura 13 - Comentário de fã 10.....	70
Figura 14 - Comentário de fã 11.....	71
Figura 15 - Comentário de fã 12.....	71
Figura 16 - Comentário de fã 13.....	72
Figura 17 - Comentário de fã 14.....	72

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Dados dos entrevistados	73
-------------------------------------------------	----

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	<i>DO YOU GET DÉJÀ VU?</i> O FENÔMENO OLIVIA RODRIGO E O CONSUMO NOSTÁLGICO	15
2.1	A ASCENSÃO DE OLIVIA RODRIGO E DO ÁLBUM <i>SOUR</i>	20
2.2	O RELATO BIOGRÁFICO E A EXPERIÊNCIA DA ADOLESCÊNCIA NO ÁLBUM <i>SOUR</i>	28
3	<i>WHERE'S MY FUCKING TEENAGE DREAM?</i> MÚSICA E SUBJETIVIDADE ENTRE GERAÇÕES	37
3.1	PROCESSOS PSICOSSOCIAIS NA ADOLESCÊNCIA E VIDA ADULTA.....	37
3.1	JUVENTUDES E PROCESSOS DE JUVENILIZAÇÃO DA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA ...	41
3.2	A JUVENILIZAÇÃO NA INDÚSTRIA CULTURAL E DE CONSUMO	44
4	<i>I HOPE YOU'RE HAPPY:</i> COMUNIDADE DE FÃS E SUAS DINÂMICAS	48
4.1	A EVOLUÇÃO NA PERCEPÇÃO SOBRE O FÃ AO LONGO DOS ANOS	48
4.2	DINÂMICAS E AFETOS NAS COMUNIDADE DE FÃS	52
4.3	DESCRIÇÃO DO PERCURSO METODOLÓGICO	59
5	ANÁLISE DO <i>FANDOM</i> DE OLIVIA RODRIGO	64
5.1	ANÁLISE DE CAMPO: <i>X/TWITTER</i>	65
5.2	ANÁLISE DE CAMPO: PESQUISA QUALITATIVA	73
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	90
	REFERÊNCIAS.....	98
	APÊNDICE A	110
	APÊNDICE B.....	114

1 INTRODUÇÃO

Os anos de 2020 e 2021 foram marcados pelo surto do novo coronavírus SARS-CoV-2, responsável pela doença COVID-19, altamente contagiosa e com graves riscos para a saúde e vida da população mundial. Segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), cerca de 6 milhões de pessoas foram levadas à óbito pelo vírus desde o início da pandemia até o ano de 2022, sendo mais de 680 mil mortes apenas no Brasil. Caracterizada como uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII), algumas normas de prevenção e proteção foram rigorosamente estabelecidas ao redor do país, como o uso de máscaras, medidas de higienização pessoal e de ambientes, distanciamento social e quarentena.

Durante o período de isolamento, as formas de comunicação e consumo passaram por uma significativa transformação com o fortalecimento dos meios digitais. Com a mudança de hábitos, rotinas, comportamentos, emoções e percepções de mundo motivados pela pandemia, o ambiente online e as mídias sociais consolidaram-se como fontes de notícias, compras e pontos de encontro, em que indivíduos podem compartilhar novidades, formar grupos, conversar uns com os outros e ainda permanecer adquirindo grande parte de seus produtos usuais sem o medo ou preocupação do contágio.

O Brasil obteve crescimento expressivo em relação ao consumo no campo digital, com cerca de 70% dos brasileiros realizando mais gastos com compras *online*. De acordo com os dados da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), o mercado musical, trabalhado nesta dissertação, foi um dos segmentos de maior ascensão durante a pandemia, com um crescimento de 24,5% no país, fruto da intensificação do consumo dos serviços de *streaming* no ano de 2020.

Em tempos de incerteza, crise e medo, os indivíduos apresentam a necessidade de estabilidade e conforto, que se fazem presentes na nostalgia através da evocação da memória afetiva (Davis, 2011). Em uma pesquisa divulgada pela plataforma de *streaming* Spotify no início da pandemia, a busca por músicas antigas havia crescido 54%, trazendo de volta à atenção do público grandes hits do passado como *Girls Just Want to Have Fun* (1983), de Cindy Lauper, que conquistou mais de 2 milhões de plays em uma única semana.

É neste cenário pandêmico que ocorre a ascensão de um dos maiores fenômenos já registrados na indústria musical: Olivia Rodrigo. Através do uso da nostalgia e da juventude como os grandes pilares de sua carreira, a cantora quebrou recordes e conquistou um currículo invejável com seu primeiro álbum de estúdio, *SOUR* (2021). Com o disco, as músicas adolescentes de Olivia cativaram não apenas o público jovem, mas também o público adulto

que, por meio da memória afetiva, atribuíram novos sentidos à obra, influenciando em sua subjetividade, comportamentos, percepções, afetos e interações cotidianas.

A carreira e imagem pública de Olivia Rodrigo está muito conectada com a memória afetiva dos anos 2000 e 2010. Unindo os componentes nostálgicos das músicas — que remetem à juventude daqueles que cresceram ouvindo os sucessos das décadas 2000 e 2010 —, com o talento de Olivia, o sentimentalismo romântico universal que envolve as letras, uma narrativa atraente e instigante em torno da faixa — como uma possível traição — e o contexto histórico vivido na época de seu lançamento, o disco conquistou o título de álbum mais escutado do ano no Spotify — com *drivers license* sendo a música mais tocada mundialmente e *good 4 u* também aparecendo no Top 5 —, fechando 2021 com mais de 5 bilhões de plays na plataforma, sendo o disco mais rápido da história a realizar o feito.

Um fator interessante, porém, é que *SOUR* não traz uma perspectiva positiva sobre a juventude. O álbum explora as dores, decepções amorosas, a busca pelo amor-próprio, insegurança e amadurecimento da fase. Em um trecho da faixa *brutal*, que abre o disco, Olivia canta fervorosamente sobre a farsa da juventude serem os “anos de ouro” da vida, destacando a ansiedade, as infinitas cobranças, cansaço, a busca pela perfeição inexistente que a adolescência atual experiencia: “*E eu estou tão cansada dos meus dezessete anos / Onde está a porra do meu sonho de adolescente? / Se alguém me disser mais uma vez ‘Aproveite sua juventude’, eu vou chorar*”.

Em uma matéria da revista *Glamour US*, fãs adultos de Olivia Rodrigo argumentam sobre as motivações pelas quais a geração está encantada e se identifica com um disco adolescente. De acordo com Erin, de 38 anos, “*SOUR* me lembra as melhores partes de ser uma adolescente. É como um portal mágico de volta para quando eu estava descobrindo minhas próprias merdas e quem eu queria ser como mulher”. Já Abby Gardner, podcaster, acredita que “ela [Olivia] explorou uma dor adolescente não resolvida que muitas pessoas da minha idade nunca esqueceram e nos levou de volta para lá, mas no bom sentido”.

Foi a partir da percepção deste fenômeno que surgiu a motivação para realizar a pesquisa. Enquanto pesquisadora, profissional e entusiasta da música e cultura pop, pude acompanhar o crescimento da carreira de Olivia Rodrigo e as movimentações do público adulto que, assim como eu, se identificavam com as músicas da cantora, enquanto fazíamos conexões com artistas de outras épocas e com nossas próprias experiências.

Essa manifestação ocorreu não apenas no Brasil, mas em diferentes partes do mundo, como pudemos ver através dos depoimentos de fãs revista *Glamour US*. Logo, surge a necessidade de explorar a construção e gerenciamentos de identidade - tanto individual como

em grupo - associados à música, analisando os sentidos, a ativação da memória afetiva por meio da nostalgia presente nas produções da cantora, a influência do culto à juventude e seu consumo na cultura contemporânea, como acontece a formação de diferentes juventudes, além das dinâmicas, práticas e afetos que permeiam as comunidades de fãs.

O fenômeno provocado pelas composições de Olivia Rodrigo demonstra um rompimento com as representações sociais vigentes, a partir de um produto que é atual e nostálgico ao mesmo tempo. A memória afetiva instigada pelas referências de décadas anteriores conectadas com o momento presente incita efeitos poderosos no que diz respeito ao comportamento, noções de identidade e pertencimento, maneiras de interagir e afetos, possibilitando uma ampliação dos sentidos daquilo que se é familiar.

Ainda, as produções da cantora podem ser associadas à cultura da juvenilização (Margulis; Urresti, 2000; Gil, 2011), presente na sociedade contemporânea. A busca pela juventude é cada vez mais contemplada pelos mais velhos, que buscam inseri-la em seu consumo, aparência, comportamento e estilo de vida. Dessa forma, as barreiras de idade que limitam quem seria e quem não seria jovem estão cada vez mais complexas, formando assim múltiplas juventudes, com diferentes idades, classes, raças, etc, delineando as diversidades dos processos de subjetividade construídos atualmente.

Consequentemente, as músicas de Olivia Rodrigo sobre sua vivência da adolescência conferem diferentes sentidos para aqueles que estão passando pela fase e para aqueles que se identificam com as canções com o desejo de serem mais jovens do que são. Com o consumo, estilo de vida, além de outras nuances das experiências individuais, as juventudes redefinem estereótipos e noções de pertencimento por meio das composições da artista.

Além disso, por estarmos trabalhando com fãs e suas particularidades, é importante verificar como a comunidade atua, interage, se conecta e identifica enquanto grupo. Os meios de comunicação digitais são grandes facilitadores das manifestações de fandoms, que possuem uma cultura participativa própria com atividades, interesses, discussões, amor e ódio instituídos. Essas dinâmicas da comunidade e seus costumes irão guiar as mediações e sociabilidades dentro do fandom de Olivia, os Livies, interferindo não apenas no gerenciamento do grupo, mas também dos indivíduos que o integram.

A partir deste contexto e das observações pessoais em relação aos sentimentos e percepções de mundo evocados pelas canções da cantora *teen*, surgiram algumas inquietações e questionamentos no que diz respeito ao tema apresentado: Como a música de Olivia consegue impactar na subjetividade dos indivíduos, afetando e redefinindo a percepção geracional, comportamentos, afetos e interações dos fãs adultos sobre a adolescência? De que forma a

nostalgia age no processo de identificação com produções atuais? Quais as principais semelhanças e diferenças no consumo da música e suas interpretações entre os fãs mais jovens e os mais velhos? Como se dá a organização da comunidade de fãs de Olivia Rodrigo e quais são as dinâmicas sociais e afetivas do grupo?

Com isso, a dissertação tem o objetivo de investigar as diferentes produções de sentido evocadas pela música de Olivia Rodrigo em seus ouvintes, principalmente os adultos, os efeitos e movimentações no comportamento, conversas, subjetividade e em seus afetos, além das influências do consumo da nostalgia nos indivíduos. Como objetivo específico, busca-se analisar os conflitos e consequências dessa ‘identificação tardia’ com a adolescência e a formação dessas múltiplas juventudes despertadas através da música de Olivia, os comportamentos e experiências do grupo e toda a manifestação sociocultural revivida pelas canções da artista.

A pesquisa se ancora no campo da Psicossociologia, estudando *com* a comunidade escolhida, não *sobre* ela (Costa, Alvarenga e Alvarenga, 2008), penetrando nas práticas e manifestações sociais, culturais, políticas, históricas, visões de mundo e experiências daquele coletivo. A pesquisadora Maria Inácia D’ávila, referência no campo psicossocial, sugere uma psicossociologia voltada para as vivências e posicionamentos dos seres em seu cotidiano, além de levar em consideração os sentidos que os mesmos conferem às suas experiências, para que assim possa ocorrer a reflexão e a transformação social acerca daquele meio (Jodelet, 2018). Neste sentido, a psicossociologia “[...] pauta-se a partir da constatação da complexidade das realidades psicossociais comunitárias, entendendo a necessidade de integrar diferentes campos do conhecimento para se aproximar da compreensão dessas dinâmicas complexas.” (Camargo, Pelacani, Faria, 2021).

A música, enquanto arte, e a cultura são elementos valiosos na constituição da sociedade, tendo o poder de alterar costumes e noções de pertencimento, identidade e visão de mundo. Segundo Langer (1953), “Sentimentos imaginados, sintomas emotivos ilusórios e representações de sujeitos sencientes há muito são reconhecidos como ingredientes da arte.” (p. 182). Unindo este cenário aos estudos sobre representações sociais, que “devem ser estudadas articulando elementos afetivos, mentais, sociais, integrando a cognição, a linguagem e a comunicação às relações sociais que afetam as representações sociais e à realidade material, social e ideativa sobre a qual elas intervêm” (Jodelet, 2001), é possível entender a fundo como a música pode afetar o comportamento, os sentidos e os sentimentos de um sujeito, redefinindo as estruturas de representações sociais e suas práticas geracionais, conferindo, assim, a importância do estudo.

O presente trabalho reúne teorias da psicossociologia para a compreensão dos processos psicossociais que permeiam os indivíduos e a comunidade estudada, com pesquisas sobre música, memória, nostalgia, juventudes, subjetividade, cultura, comunidades de fãs e comunicação, a fim de investigar e compreender as nuances, as práticas, mediações, deslocamentos, potências e fragilidades acerca do tema.

Para a realização do estudo, foi escolhida a perspectiva cartográfica, permitindo a exploração do campo e a investigação em detalhes das práticas sociais, interações, cultura, afetos, comportamentos, agenciamentos, desafios e outros temas e particularidades que possam surgir durante a análise (Passos; Kastrup, 2014).

Iniciando o percurso teórico, são apresentados o sujeito e o objeto da pesquisa - Olivia Rodrigo e o álbum *SOUR* (2021) - descrevendo a trajetória da cantora. Ainda, nos debruçamos nas relações com a nostalgia (Davis, 2011; Boym, 2017; Lipovetsky, 2007; Tavares; Prado, 2017), que são vistas não apenas nas obras da cantora, mas também se entrelaçam em sua estética e vida pessoal. A instrumentalização da nostalgia (Castellano; Meimaridis, 2017) é uma ferramenta utilizada por Rodrigo durante a era *SOUR* e é primordial para a construção de imagem da artista e propiciam a autopromoção e o advento de conexões com novos públicos, principalmente o mais velho, que encontra no sentimento nostálgico uma forma de escape da realidade e questões da vida adulta.

Além disso, buscamos trazer uma investigação conceitual sobre relato biográfico, identidade e as expressões da adolescência presentes nos trabalhos da artista, através de uma análise das composições de seu primeiro álbum (Arfuch, 2010; Rojek, 2008; Sacramento, 2015; Freire Filho, 2007, 2013). As letras de Olivia expressam sentimentos como amor, raiva, angústia, desilusão, frustração e inveja, que refletem sua vivência pessoal sobre a fase da adolescência. Em seus estudos sobre fãs, João Freire Filho (2013) verifica que a exposição do íntimo através do álbum demonstra a integridade emocional da obra pelos olhos dos fãs, que se identificam com os relatos, prezam a autenticidade e sentem-se mais íntimos da cantora.

Já a terceira seção traz discussões sobre música e os processos de subjetivação da adolescência e da vida adulta, que constituem as diferentes juventudes. A seção demonstra como a música se transforma em um dispositivo de mobilização de processos de subjetivação entre diferentes gerações, abordando questões sobre comportamento, juventudes, consumo e as relações com a cultura da juvenilização. Podemos observar que as representações sociais não são suficientes para exprimir a multiplicidade de realidades existentes nas gerações, visto que não verifica as particularidades dos indivíduos, vivências, lembranças ou até mesmo a realidade social, histórica, política, cultural e econômica dos mesmos (Bourdieu, 1983; Jodelet, 2001).

Assim, surge a necessidade de explorar as diferentes percepções de “ser jovem” e “ser adulto” na sociedade contemporânea. Com o fenômeno provocado pelas canções de Olivia nos fãs mais velhos, foco deste estudo, foi trazida a noção de juventudes, vendo a juventude não como uma unidade fixa amparada pela idade, mas a compreendendo sua diversidade e complexidade, que são essenciais para o desenvolvimento do estudo (Freire Filho, 2006; Gil, 2011; Morin, 1987; Calligaris, 1998; Kehl, 2004).

Tendo em vista o comportamento e as movimentações nos processos de gerenciamento da subjetividade dos fãs mais velhos através das músicas de Olivia sobre sua experiência da adolescência, investigamos também o surgimento, fragmentos e a percepção do culto à juventude na sociedade contemporânea, entendida como ideal social. A população está cada vez mais em busca de alternativas para se manterem jovens, tanto na aparência, como no consumo e no estilo de vida. Para Margulis e Urresti (2000) e Gil (2011), a juvenilização compreende o conjunto de signos, símbolos, afetações, interesses e bens de consumo que se relacionam com o ideal de juventude e estimulam as movimentações na identidade dos indivíduos.

Dessa maneira, o processo de juvenilização associa-se com o fenômeno da adultescência, que explora as práticas, hábitos, comportamentos, afetações, consumo e visões de mundo de adultos que vivem imersos na cultura jovem, com dificuldade de desvincularem-se da condição de adolescente e aceitarem que não possuem mais idade para serem considerados como jovens aos olhos da sociedade, adotando a mentalidade e gostos adolescentes como estilo de vida, concebendo novas formas de juventudes (Calligaris, 1998; Kehl, 2004; Oliveira, 2010).

Para entender como essas manifestações relacionam-se com os fãs de Olivia Rodrigo, é fundamental analisarmos como as comunidades de fãs atuam. A quinta seção aborda as dinâmicas e afetos no fandom, verificando as práticas, culturas, interações e mediações na comunidade de fãs da artista. Os fandoms contemporâneos apresentam uma cultura participativa, fomentada pelos avanços tecnológicos dos meios de comunicação (Jenkins, 2008). Aqui, as mídias sociais possuem um papel importante na organização e constituição do fandom, principalmente o de Olivia, que teve o seu ápice durante a pandemia e as comunicações eram majoritariamente online.

O vínculo emocional e a identificação com a artista faz com que os fãs se conectem e atuem em prol de sua carreira. As interações vão desde discussões sobre a vida pessoal até organização de *streaming parties* para aumentar o sucesso da cantora. Ainda, há rixas com outros fã-clubes, principalmente de artistas que possuem ou possuíram algum tipo de questão

com Olivia, fazendo comparações, arrumando discussões e incentivando o *hate* entre os fandoms (Rojek, 2008; Freire Filho, 2017).

Além disso, iniciamos a descrição do percurso metodológico, que foi fundamental para orientar a investigação desta pesquisa. A cartografia é uma ferramenta importante que auxilia a seguir os fluxos do desejo, as intensidades e os afetos que constituem os diversos processos de formação de subjetividade (Bittencourt, 2016).

A perspectiva cartográfica nos possibilita o aprofundamento nas questões psicossociais que permeiam os indivíduos e o grupo. Dessa maneira, podemos conferir os agenciamentos, afetos, sentidos, atravessamentos e produções de desejo, mapeando os diferentes processos de subjetivação, suas transformações, rupturas e movimentações.

A sexta seção traz a análise de campo da pesquisa, guiada pela cartografia, com posterior entrevistas em profundidade. Para o estudo, a pesquisa se dividiu em dois momentos: no primeiro, investigamos os depoimentos dos fãs na plataforma Twitter/X durante os 10 primeiros dias de lançamento do álbum *SOUR* (2021), filtrando através do idioma Português e do uso das hashtags #*SOUR*, #*SOUR*outnow e #*SOUR*Olivia. Dessa maneira, coletamos os comentários de fãs adultos sobre o álbum e as músicas de Olivia, verificando suas percepções, afetações, identificação e as questões psicossociais envolvidas no fenômeno evocado pelas canções.

No segundo momento, trazemos uma pesquisa qualitativa realizada com 30 fãs da artista. Analisamos os depoimentos para compreender a fundo como acontece o gerenciamento e movimentações de identidade provocadas pelas músicas de Olivia, investigando as motivações para se identificarem com a cantora, os sentimentos que são trazidos através das faixas, como são as suas relações como fãs e com a comunidade, comparando os sentidos que são produzidos pelos fãs mais novos e os fãs mais velhos.

A pesquisa busca trazer um olhar multidisciplinar, unindo a psicologia social com a comunicação, a fim de compreender e trazer debates sobre processos identitários, representações sociais, multiplicidade de juventudes, mercantilização da nostalgia, articulação e dinâmicas das comunidades de fãs, além dos laços, afetos, sociabilidades, pertencimento e subjetivação que permeiam o tema. Assim, o trabalho permite explorar novas perspectivas sobre fandoms e processos de construção de subjetividade, mediados principalmente no espaço digital.

2 DO YOU GET DÉJÀ VU? O FENÔMENO OLIVIA RODRIGO E O CONSUMO NOSTÁLGICO

Epistemologicamente, a palavra nostalgia é referente aos termos de origem grega “*nostós*” (retorno) e “*álgos*” (dor), relacionada ao sofrimento gerado pela saudade. A princípio, a palavra recebeu uma conotação negativa, de doença, com sintomas que variavam entre febre, melancolia e até mesmo suicídio, provocada principalmente pelo afastamento do lar, daquilo que é habitual, sendo muito comum em soldados que partiam para o serviço militar (Davis, 2011; Starobinski, 2016).

Com o passar dos anos e o “Boom da Nostalgia” (Niemeyer, 2014), essa sensação tornou-se comum entre a população, manifestando-se em diversos âmbitos da vida cotidiana, deixando, assim, de ter o *status* negativo para se transformar em um estado melancólico, marcado pelo desejo de retorno ao passado, “um desejo por um lar que não existe mais ou nunca existiu. Nostalgia é um sentimento de perda e deslocamento, mas é também uma fascinação com a própria fantasia” (Boym, 2017, p. 153). Além disso, ela também associa-se ao escapismo do presente e fuga temporária das ansiedades e conflitos do futuro através da memória: “a nostalgia, a meu ver, nem sempre é retrospectiva; pode ser igualmente prospectiva. As fantasias sobre o passado, determinadas pelas necessidades do presente, têm um impacto direto nas realidades do futuro” (Boym, 2017, p. 154). Com isso, nota-se que o sentimento nostálgico está intrinsecamente relacionado a questões temporais, como abordado por Niemeyer (2018, p. 13): “o sentimento nostálgico não é meramente voltado para um retorno a um lugar ou tempo passado, mas também abrange outras temporalidades, como o presente e o futuro [...]”.

Em tempos de incertezas, buscamos refletir e tentar encontrar dispositivos que nos auxiliem a nos reconectarmos com quem somos, com aquilo que gostamos e com o que nos traz conforto emocional e segurança. Devido a isso, a nostalgia surge como ferramenta de acolhimento durante a pandemia: um lugar protegido dos males do presente, repleto de boas lembranças do passado, para as quais sempre se pode retornar (Lipovetsky, 2007; Tavares; Prado, 2017).

Nostalgia é a rebelião contra a ideia moderna de tempo, o tempo da história e do progresso. A nostalgia deseja obliterar a história e transformá-la em uma mitologia privada ou coletiva, para revisitar o tempo como espaço, recusando-se a render a irreversibilidade do tempo que atormenta a condição humana (Boym, 2001, p. 15).

O filósofo Lipovetsky (2007) parte da ideia de que a nostalgia é uma maneira de se desapegar do presente, trazendo o consumo desses produtos como elemento de fuga dos problemas e preocupações da vida adulta. Assim, as gerações mais velhas estariam procurando um portal de escape para a juventude, onde as dificuldades da vida adulta ainda eram inexistentes, teletransportando-se mentalmente para uma época prazerosa e aconchegante. Pedro e Moreira (2021), inspirados pelos estudos de Latour (2020) e Santos (2020), discutem que a pandemia não desencadeou um momento de crise — visto como temporário, momentâneo —, mas sim um período demarcado de transformações no ciclo de crise permanente da atualidade, caracterizado pela brutalidade e desigualdades oriundas do capitalismo.

A partir do reconhecimento de certos esgotamentos e radicais rupturas, temos sido interpeladas pela premência de nos constituirmos *outramente*, tecendo novos possíveis no campo das intervenções e nos modos de conhecer. Ao mesmo tempo, temos buscado aprender com a ideia de que construir um *presente-futuro outro* também nos faz olhar as práticas que experimentamos, no passado, reconhecendo aí algumas de nossas heranças. Esse exercício inspira-se não pelo compromisso com a repetição dos mesmos caminhos, mas, sobretudo, pela possibilidade de levar adiante diferentemente o que se herdou, o que envolve necessariamente certos deslocamentos (Pedro; Moreira, 2021, p. 5).

Segundo Barbosa (2021), em seus estudos sobre memória, podemos apenas resgatar o passado através dos rastros e vestígios que encontramos no presente, não sendo possível recuperá-lo por completo. Neste sentido, o passado não pode ser analisado como foi, já que ele sempre será conflituoso, visto que a memória é fragmentada, situacional, moldada e esquecível. Com isso, pode-se verificar que a memória é uma representação do passado, que construímos por meio de narrativas, documentos e rastros deixados que compõem uma versão da experiência vivida — a qual é delineada de acordo com o que se deseja transmitir em cada momento —, mas nunca revela a experiência integral (Pollak, 1989; Sarlo, 2007).

Além desse fator, a totalidade da lembrança desencadearia a recuperação de momentos de infelicidade e aflição, não sendo desejado pelo indivíduo o retorno para aquela conjuntura. Devido a isso, a romantização do passado contribui para o sucesso do sentimento nostálgico em se sobrepor sobre as experiências do presente (Boym, 2001; Davis, 2011).

Com isso, não se trata apenas de rever o que já passou: para que o sentimento de afeto seja completamente positivo, aquele que recorda anseia por autenticidade; caso contrário, o afeto pode surgir acompanhado de tristeza ou frustração (Lessa, 2021, p. 43).

Apesar da crescente onda de produtos e conteúdos com referências nostálgicas no cenário atual, não é de hoje que a indústria cultural faz utilização da ferramenta em seus

produtos como forma de envolver e captar o público. Reexibições de séries e filmes antigos, *revivals*, *remakes* e até mesmo regravações de músicas trabalham com a noção de nostalgia há décadas, principalmente em produções televisivas, onde programas antigos ainda são reexibidos com frequência para tapar as lacunas sem programação original — estratégia operada principalmente nos primórdios da televisão com a ascensão do *videotape*, em que surgiu a possibilidade de realizar gravações e retransmiti-las para o público sem um alto investimento, visto que a maior parte do conteúdo exibido na época era ao vivo (Castellano; Meimaridis, 2017).

A criação de materiais inéditos a partir daquilo que se é familiar à audiência, além de ser um artifício mercadológico interessante, também contribui para a romantização do passado — principalmente durante contextos de incerteza, em que a necessidade por estabilidade e pelo conforto do conhecido falam mais alto (Davis, 2011). Porém, é importante frisar que a estratégia pode e é empregada em qualquer período, independentemente do momento sociocultural e político experienciado pela sociedade.

Além disso, de acordo com Boym (2017), as novas tecnologias e a aceleração dos meios de comunicação, em vez de acabarem com o sentimento nostálgico, criando laços afetivos mais fortes e possibilitando conexões a quilômetros de distância, acabam por agravá-lo. As novas ferramentas, ao lado da publicidade e da indústria mercadológica, incitam a nostalgia de diferentes maneiras, chamando a nossa atenção até mesmo para coisas e tempos que sequer pensávamos que estavam perdidos – e, com a quantidade imensurável de informações que lidamos diariamente na contemporaneidade, o presente acaba nos escapando com mais facilidade.

Na contemporaneidade, o recurso vem sendo utilizado por diferentes segmentos da indústria do entretenimento, como estratégia para provocar a conexão entre produto e fã. Este é o caso de muitas marcas, principalmente no setor do entretenimento, que ganharam forças ao provocar o consumo através da memória afetiva. Na literatura, ocorreu o lançamento do aguardado *Sol da meia-noite* (2020), obra que reconta a saga *Crepúsculo* (2005) através do olhar do protagonista Edward Cullen. O livro, que era aguardado pelos fãs desde 2009, quando aconteceu um vazamento *online* de um manuscrito — ainda incompleto — da autora, ganhou vida uma década depois. Com o seu lançamento durante a pandemia, o romance juvenil alcançou o topo da lista de livros de ficção mais vendidos do país em 2020, vendendo mais de 90 mil exemplares em sua estreia. Já na televisão, além dos *revivals* e *remakes*, como *Gilmore Girls: Um Ano para Recordar* (2016), *A Casa da Raven* (2017-presente) e a série *Rebelde* (2022 – presente), a nostalgia também é utilizada no desenvolvimento de conteúdos totalmente novos,

mas que, ainda assim, nos remetem a tempos conhecidos e reconfortantes, como é o exemplo de uma das maiores séries de sucesso da atualidade, *Stranger Things* (2016-presente).

Na música, presenciamos o retorno das referências dos anos 1980 e 1990 com o álbum de sucesso *Future Nostalgia* (2020), com o qual a cantora britânica Dua Lipa conquistou o prestigiado *Grammy* de ‘*Best Pop Vocal Album*’ em 2021 – categoria que foi vencida no ano seguinte pelo álbum *SOUR* (2021), de Olivia Rodrigo, o qual também faz uso de inúmeras referências de clássicos de outras épocas. Esse tipo de estratégia aumenta a conexão entre fãs e produtos, trazendo à tona sentimentos antigos, ao mesmo tempo em que renova os laços afetivos, engajamentos e sentidos entre ambos.

Assim, nas comunidades de fãs que se originam, há uma distinção entre a percepção e os sentidos que aquele objeto fornece para os sujeitos de gerações mais jovens — que estão tendo contato com o produto pela primeira vez e não se identificam com os elementos do passado ali expressos —, e de gerações mais velhas — que são diretamente tocadas pelas peças marcadas pelas referências de saudosos tempos de juventude. As dinâmicas, relações e afetos do *fandom* serão vistos com mais profundidade na seção 3, em que exploraremos o desenvolvimento das comunidades de fãs, dando foco à de Olivia Rodrigo, os *Livers*.

Podemos verificar também que a nostalgia é evocada através dos sentidos, afetos, narrativas e similaridades que remontam àquela experiência em nossas lembranças, muitas vezes, em uma versão feliz e positiva. De acordo com o sociólogo durkheimiano Maurice Halbwachs (2006), a memória é, sobretudo, coletiva, desenvolvida através de nossas relações sociais e de suas nuances e transformações. Em vista disso, é perceptível que a administração da memória e da identidade andem em conjunto, passando constantemente por mudanças de acordo com as estruturas e dinâmicas sociais presentes naquele momento.

Segundo Pollak (1992), mesmo que a memória seja uma construção, há pontos importantes na história que se solidificam na lembrança, podendo se tornar imutáveis. A memória é organizada – consciente ou inconscientemente, individual ou coletivamente –, a fim de gerar coerência e continuidade entre vivências fragmentadas, entre aquilo que é importante recordar e aquilo que deve ser excluído na transmissão da história. Além disso, para o autor, os elementos que integram a memória são: os acontecimentos, os lugares e as pessoas e personagens. O primeiro diz respeito às experiências, sejam elas próprias do indivíduo ou adquiridas “por tabela”, quando os acontecimentos são vividos pelo grupo ao qual se pertence, mas que tomam uma projeção tão grande que a lembrança é incorporada ao grupo, sendo difícil distinguir se o indivíduo esteve presente ou não no evento. Já o segundo elemento compreende aos locais que marcaram as pessoas e provocam sua memória pessoal, coletiva ou “herdada” –

como monumentos de eventos históricos, arquivos, etc.. O último componente refere-se às pessoas e personagens que aparecem em nossas vidas, sejam elas próximas ou não, além dos personagens que, mesmo não pertencendo ao mesmo tempo-espaço do indivíduo, permanecem vivos na contemporaneidade, como Marilyn Monroe, Michael Jackson e Ayrton Senna.

Igualmente, para a pesquisadora Svetlana Boym (2017), a nostalgia está intrinsecamente correlacionada às biografias individuais e coletivas, estabelecendo relações entre as memórias particulares e de grupos, sejam estas nações, famílias, comunidades de fãs, entre outros coletivos pequenos ou volumosos. Dessa forma, podemos afirmar que a nostalgia atua no gerenciamento da subjetividade dos indivíduos e na identidade de grupos.

No caso do estudo, a memória refere-se à uma época geracional, em que comportamentos, vestimentas, linguagens, identidade e estilos de vida estão associados à música. Historicamente, podemos notar diversos fenômenos coletivos que marcaram o cenário musical e constituíram períodos socioculturais das juventudes, lembrados até os dias de hoje: a rebeldia da era do *rock and roll* da década de 1950; os *hippies* dos anos 1960 e seu lema de “paz e amor”; o tropicalismo brasileiro, recheado de críticas ao regime militar vigente em 1964; o movimento contracultura *punk* dos anos 1970; e, por fim, o fenômeno presente nesta pesquisa, o *emo*, que ganhou força entre os jovens em meados dos anos 2000, entre outros movimentos que surgiram com o decorrer dos anos e que contribuíram para a formação de diferentes identidades, estilos de vida e práticas de consumo jovem, sendo bastante explorados pelos meios de comunicação de massa. De acordo com Gumes (2003, p.3), a juventude “ao mesmo tempo em que alimenta a ‘indústria cultural’ também se reinventa através dela”, apropriando-se e sendo apropriada pelas formas de consumo em um processo permanente de “aproximação, distanciamento ou reconstrução” da vida adulta.

Ao contrário do que muitos pensam, o movimento *emo* surgiu nos Estados Unidos, na década de 1980, através de uma vertente do *rock/punk* denominada *Emocore*, provenientes das palavras do inglês *emotion* (emoção) e *hardcore* (extremo, intenso) – hoje em dia, o estilo musical é tido como parte dos gêneros *pop punk* ou do *rock* alternativo. Muito mais do que apenas um gênero musical, o *emo* formou uma comunidade de jovens a partir de uma ideologia sentimentalista, melodramática, que era incorporada em suas roupas, comportamentos, afetos, expressões, visão de mundo etc., estruturando a sua própria cultura. O movimento *emo* teve destaque no Brasil, a partir de 2003, dominado por artistas como Avril Lavigne, My Chemical Romance, Fall Out Boy, Simple Plan, Paramore, Panic! At The Disco e as bandas brasileiras Nx Zero, Fresno, Forfun e Hevo84.

Com o foco nas emoções, as canções emo abordam questões pessoais, introspectivas e inerentes à vida de maneira intensa, como amor, tristeza, raiva, desilusões, sofrimento e até mesmo morte e suicídio. Por conta do teor melancólico das músicas, estilo e comportamentos dramáticos, a comunidade passou a sofrer inúmeros preconceitos, tanto por parte dos não-integrantes – que rotulavam os membros da tribo como “góticos afeminados”, sensíveis, colocando em questão sua orientação sexual – quanto pelo próprio grupo de roqueiros, que viam o gênero como pouco rebelde, suave e sentimentalista demais para ser parte do *rock*. O estigma em torno da comunidade fez com que componentes do grupo e bandas prestigiadas, como as principais do segmento – My Chemical Romance e Nx Zero – negassem o título “emo”, preferindo serem considerados apenas como “roqueiros”, apesar de seguirem toda a estética do grupo marginalizado em suas produções, aparência e atitudes (Carvalho, 2015).

Apropriando-se dos discursos dessas culturas juvenis e de componentes marcantes de épocas passadas, a indústria cultural vem utilizando a nostalgia como forma de reinvenção através de elementos do passado que se mesclam com o presente, trazendo uma espécie de conforto emocional, um lugar seguro onde vivem as memórias e boas experiências (Tavares; Prado, 2017). Já para aqueles que não eram nascidos e não vivenciaram a época tratada, a memória e o consumo se dão através dos rastros do passado (Barbosa, 2021) e da mescla com os materiais e expressões contemporâneas, com os quais o novo público se identifica, atribuindo novos sentidos aos produtos.

Nessa perspectiva, podemos observar que a música e a cultura são elementos valiosos na constituição da sociedade, tendo o poder de alterar costumes, visão de mundo e noções de pertencimento e identidade. Portanto, analisaremos, nas próximas seções, como a cantora Olivia Rodrigo e o seu primeiro álbum de estúdio, *SOUR* (2021), se tornaram um fenômeno na indústria musical contemporânea ao se utilizarem da nostalgia e culturas juvenis como forma de conquistar o público em meio à pandemia.

2.1 A ascensão de Olivia Rodrigo e do álbum *SOUR*

Antes de se transformar em um dos maiores prodígios da indústria musical atualmente, Olivia Rodrigo iniciou a sua carreira como atriz. Seus trabalhos mais relevantes foram na tela da Disney, protagonizando as séries *Bizaardvark* (2016-2019) e *High School Musical: A Série: O Musical* (2019-2023), show inspirado na clássica trilogia de filmes musicais do canal, que foi grande sucesso entre crianças e jovens no final dos anos 2000.

Durante as gravações do último seriado, Olivia teria começado um relacionamento com o seu par romântico na série, o ator Joshua Bassett. O suposto namoro dos dois — que nunca foi confirmado publicamente pelos atores, apesar dos indícios e indiretas entre os envolvidos — terminou de forma dramática, com uma suposta traição do ator com outra estrela da Disney, Sabrina Carpenter, com quem Bassett teve um *affair* após o aparente término com Olivia. Entretanto, o triângulo amoroso só ganhou uma repercussão grande da mídia e maior atenção do público após o lançamento do hit *Drivers License* (2021), primeiro *single* de Rodrigo.

Contudo, é importante destacar que, apesar de ser uma protagonista da *Disney*, o sucesso estrondoso de Rodrigo não veio através de sua participação no canal, diferentemente das estrelas que vivenciaram a “época de ouro” da Disney, em que a emissora era a responsável por revelar grandes artistas para o mundo, como Demi Lovato (*Camp Rock*), Jonas Brothers (*Camp Rock*), Miley Cyrus (*Hannah Montana*) e Selena Gomez (*Os Feiticeiros de Waverly Place*), que se transformaram em cantores e atores influentes no mercado por sua atuação no canal infantojuvenil. Olivia Rodrigo, assim como Zendaya (*Euforia*) e Jenna Ortega (*Wandinha*), conquistaram fãs através da emissora, mas tiveram que encontrar outros meios para ganharem destaque na indústria do entretenimento, não sendo tão associadas ao canal quanto os outros artistas, que precisaram realizar um *rebranding* para se desvincularem da imagem infantil associada à Disney quando deixaram a empresa.

O romance entre as estrelas da Disney fez com que muitos fãs se lembrassem dos relacionamentos entre protagonistas e os triângulos amorosos que ocorreram durante décadas no canal: Vanessa Hudgens e Zac Efron, dos próprios filmes de *High School Musical* (2006), que é referência para a série que Olivia e Joshua estrelam; Demi Lovato e Joe Jonas, do musical *Camp Rock* (2008); além dos triângulos entre Miley Cyrus, Nick Jonas e Selena Gomez, Hilary Duff (*Lizzie McGuire*), Aaron Carter e Lindsay Lohan (*Sexta-Feira Muito Louca*). e até mesmo o suposto caso entre Britney Spears, Justin Timberlake e Christina Aguilera, de *The All New Mickey Mouse Club* (1989-1994).

Por ser estrela de um programa musical, Olivia já havia divulgado outras canções em sua voz através da Disney antes de *Drivers License* (2021), que faziam parte da trilha sonora da série, como o dueto de *Breaking Free*, música tema dos protagonistas de *High School Musical* (2006), ao lado de Joshua Bassett, além da original *All I Want* (2019), faixa composta e interpretada por Rodrigo, que foi incluída como parte do show. Após o episódio do solo da artista ir ao ar no streaming Disney+, a canção começou a apresentar bons números no TikTok, a partir de um trecho do refrão compartilhado por uma fã na plataforma. Atualmente, o áudio

foi utilizado em cerca de 53 mil vídeos na rede social, incluindo grandes influenciadores da rede e, posteriormente, a própria Olivia Rodrigo.

Com a viralização da música, Olivia criou uma conta na plataforma (@livbedumb), em 2020, e começou a divulgar vídeos cantando trechos de suas composições, como fazia em sua página no Instagram. Entre as letras compartilhadas nas mídias da artista, *Drivers License* se destacou entre as demais e obteve a melhor recepção por parte do público, originando burburinhos sobre um possível relacionamento entre Rodrigo e Bassett, especialmente entre os fãs de *High School Musical: The Musical: The Series* (2019-2023). A aceitação do público em relação à prévia da faixa fez com que ela se tornasse o primeiro *single* comercial da artista enquanto cantora, desvinculando-a de seus papéis anteriores na televisão.

O lançamento oficial da música aconteceu em janeiro de 2021 e causou um alvoroço entre os fãs da série, que começaram a criar conteúdos nas mídias sobre o mais recente triângulo amoroso da Disney, além de elogiarem a composição de Rodrigo e compará-la à Taylor Swift – artista que começou a sua carreira em meados dos anos 2000 e ficou conhecida por suas músicas sobre romance e corações partidos. Para a divulgação da faixa, Olivia fez uma *live* no TikTok para interagir com os fãs e ainda gravou um vídeo exclusivo para a plataforma se apresentando e contando um pouco sobre os bastidores de *Drivers License* ao som da canção:

Oi, eu sou a Olivia. Vocês possivelmente me conhecem por *High School Musical: The Musical: The Series* ou por uma música que eu escrevi para o show chamada *All I Want*. De qualquer forma, a cerca de 6 meses atrás eu tirei a minha carteira de motorista. Eu postei essa foto no Instagram falando como eu estava super animada para dirigir sozinha pelo subúrbio chorando [risos]. Após fazer isso... eu sentei no meu piano e pensei que a experiência poderia dar uma boa música. Então eu escrevi uma. Eu postei ela no Instagram e as pessoas realmente gostaram! Eu a toquei para o meu produtor e ele gostou também! Então nós decidimos fazer dela uma canção real. Nós até colocamos sons do carro da minha mãe nela [risos]. E então nós fotografamos a capa. Eu lancei ela hoje e está em número 4 no iTunes!!!! Espere, ela mudou para o número 3 enquanto eu estava no meio da gravação, aaaaah! Vocês a estão escutando agora, aliás. Eu não acredito que essa é a vida real (Rodrigo, 2021f, tradução nossa)¹.

Rapidamente, *Drivers License* viralizou nas redes com teorias, histórias, covers, *challenges* de TikTok, entre outros conteúdos produzidos pelos usuários. Na mesma semana, Olivia postou um *print* em seu Instagram, mostrando a música na terceira posição do iTunes, com a legenda: “Próxima da Taylor [Swift] nos charts do iTunes US, eu estou em um mar de lágrimas 🥹🥹🥹🥹” (Rodrigo, 2021e, tradução nossa)², quando se encontrava abaixo apenas

¹ Transcrição do vídeo postado por Olivia Rodrigo no TikTok.

² Postagem de Olivia Rodrigo no Instagram.

de Swift, que ocupava as primeiras posições da parada musical. A publicação foi comentada pela própria Taylor, que disse estar muito orgulhosa da cantora novata. Com a interação, Olivia publicou mais um vídeo em suas mídias sociais, comemorando emocionada, dessa vez com o *print* do comentário de Swift ao fundo, dublando um áudio retirado de um vídeo da cantora no início de sua carreira: “Eu nem consigo acreditar nisso! Esse é definitivamente o destaque do meu ano de formatura!” (Rodrigo, 2021g, tradução nossa)³. Além das comparações entre as duas, a resposta carinhosa da estrela *pop* fez com que parte de seus fãs começassem a apoiar e acompanhar o trabalho de Rodrigo, que possui a artista como inspiração.

Unindo as fofocas em torno do relacionamento, a viralização nas mídias sociais, a ótima composição e as comparações com Taylor Swift, Olivia Rodrigo estreou em primeiro lugar na Billboard, que ranqueia as músicas de maior sucesso nos Estados Unidos e no mundo⁴, além de quebrar recordes no Spotify e Amazon Music, se transformando na estrela do momento no cenário musical. Contudo, a música sobre como Bassett teria quebrado o seu coração ao trocá-la por outra garota não ficou sem resposta. A atriz e cantora Sabrina Carpenter, que supostamente foi o pivô da separação dos protagonistas de *High School Musical: The Musical: The Series*, estava recebendo muitas mensagens de ódio *online* devido aos boatos em torno de *Drivers License* (2021), em que ela seria a tal “loira” mencionada na canção, pelo qual Bassett trocou Olivia – “*And you're probably with that blonde girl / Who always made me doubt / She's so much older than me / She's everything I'm insecure about*”.

Em *Skin* (2021), Carpenter conta o seu lado da história e argumenta que não se deixará abalar pela música e pelo drama em torno da situação – “*Maybe you didn't mean it / Maybe blonde was the only rhyme / The only rhyme / Want my heart to be breaking, breaking, no / I'm happy and you hate it, hate it, oh / And I'm not asking you to let it go / But you been telling your side So I'll be telling mine, oh*”. Porém, a música de Sabrina não obteve tanto engajamento e acolhimento quanto a de Rodrigo, mantendo a sua posição como “vilã” aos olhos dos fãs da cantora de *Drivers License*.

A escolha da narrativa melodramática testemunhal de suas composições, que revelam sua intimidade, vivências e sentimentos com o público, fazem com que o relato de experiência de Olivia Rodrigo torne-se inquestionável em uma sociedade que valoriza a história contada pelo olhar daquele que experienciou, sem discutir as escolhas linguísticas, gestos, formatos,

³ Transcrição do vídeo postado por Olivia Rodrigo no Instagram.

⁴ O *chart* principal da Billboard conta apenas com os números dos Estados Unidos, mas também possui outros dois *charts*: o Global – todos os países – e o Global sem os Estados Unidos. Em sua primeira semana, *Drivers License* conquistou o primeiro lugar no *chart* principal e no Global (Rodrigo, 2021a).

épocas e outros elementos que contribuam para a amplitude da história e sua veracidade (Sarlo, 2007). Desta maneira, a versão descrita pela cantora torna-se a única possível, a real, e qualquer outra abordagem que critique ou questione a fidelidade dos eventos expostos por ela será rejeitada.

Em seu estudo sobre anti-fãs e expressões de ódio no ciberespaço, João Freire Filho (2013, p. 9) aponta que:

É um equívoco supor que testemunhamos, naquele espaço, simplesmente a vivência de uma maior liberdade de expressão emocional: declarações de desprezo, manifestações de asco e demonstrações de raiva não são apenas toleradas nas interações das fãs, mas constituem, em regra, uma expectativa dentro daquela “comunidade emocional” (Rosenwein, 2007). Não basta amar profundamente uma diva, é preciso atacar raivosamente as competidoras e suas seguidoras.

Para o seu segundo *single*, *Deja Vu* (2021), Olivia permaneceu com a estratégia do primeiro sucesso. Alguns dias antes do lançamento oficial da faixa, a cantora compartilhou com os fãs, em sua página no TikTok (Rodrigo, 2021d), um vídeo cantando um trecho da canção, o que deixou seus seguidores ainda mais ansiosos para a nova faixa. Assim como *Drivers License*, a música também faz referência ao seu antigo relacionamento, mas, desta vez, seguindo uma linha menos melancólica e mais indignada, comparando e trazendo as semelhanças de seu namoro com o atual de seu ex. O videoclipe de *Deja Vu* também retrata essa perspectiva da similaridade, em que Olivia e a atriz que representa a nova relação do ex trocam de lugar, enquanto frequentam os mesmos lugares e usam as mesmas roupas.

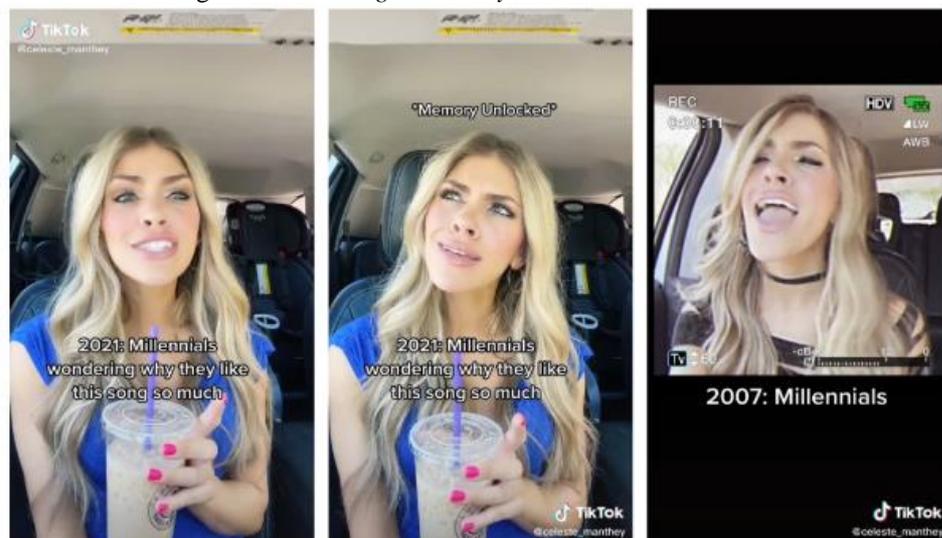
No lançamento, Rodrigo criou um *challenge* no TikTok (Rodrigo, 2021c), aproveitando o momento de transição presente música para realizar uma transição em vídeo, no qual, em um primeiro momento, a artista está em casa e, a partir da transição da música, ela aparece se divertindo pelas ruas no teto solar de um carro. Porém, os fãs aproveitaram a ideia de mudança de lugar, presente no clipe de *Deja Vu*, para criar a sua própria *trend* utilizando o efeito “invertido”, disponível na plataforma (Rodrigo, 2021b). O efeito inverte as imagens do vídeo, fazendo com que as duas pessoas, posicionadas lado a lado, troquem de posição constantemente. O conteúdo criado pelos fãs alcançou grande sucesso, gerando mais engajamento e compartilhamentos da música através da *trend* do que o conteúdo produzido pela própria artista, que aderiu à nova brincadeira. Atualmente, existem 1.3 milhões de vídeos no TikTok usando o áudio oficial de *Deja Vu*.

Além disso, a faixa também recebeu muitas comparações com as de Taylor Swift, não apenas pela composição, mas também pela melodia, que lembrava os fãs a canção *Cruel*

Summer (2019) de Swift. Posteriormente, Taylor, Jack Antonoff e St. Vincent, produtores de *Cruel Summer*, foram creditados como coautores de *Deja Vu*, mesmo sem terem participado oficialmente da canção, confirmando a referência inspiracional de Olivia em Swift – da qual a estrela da Disney já demonstrou várias vezes ser fã do trabalho.

Já em seu terceiro *single*, *Good 4 U* (2021), Rodrigo continua perpassando pelas camadas emocionais do fim de seu relacionamento. Desta vez, explorando a agressividade, sarcasmo e o sentimento de raiva por seu ex ter superado facilmente a antiga relação e estar bem, enquanto ela segue triste pelo ocorrido. A faixa começou a ser comparada com *Misery Business* (2007), da banda emo Paramore, grande sucesso do fim dos anos 2000. As semelhanças eram tantas que os fãs criaram um *mashup* unindo as canções, intitulado *Misery 4 U*. O áudio com as duas músicas viralizou na plataforma através do *challenge* “*Memory Unlocked*”, em que os usuários compartilhavam vídeos fazendo tarefas do seu cotidiano ao som de *Good 4 U*, muitas vezes com legendas como “Por que eu gosto tanto dessa música?”, e então ocorre a transição para *Misery Business*, com imagens utilizando efeitos que remetem a câmeras de vídeo da época e o uso da estética *emo* – roupas pretas, maquiagens escuras, mechas coloridas no cabelo, entre outros –, enquanto esbravejam a canção do Paramore com a legenda “eu em 2007”.

Figura 1 – *Challenge* “*Memory Unlocked*” do TikTok



Fonte: Nicole (2021).

O caso do *mashup* demonstra que boa parte da recepção da música de Olivia Rodrigo vem do toque nostálgico que ela carrega em si. Assim como aconteceu em *Deja Vu*, posteriormente, a cantora colocou Hayley Williams e Josh Farro, integrantes da banda Paramore, nos créditos da produção de *Good 4 U*.

Os casos de creditação tardia – pós-lançamento – para Taylor Swift e Paramore renderam diversas polêmicas para Olivia, que foi acusada pelo público de plagiar os artistas em suas produções. Com o alvoroço das denúncias e discussões em torno do tema, Rodrigo decidiu adicionar os cantores como coautores das músicas, sendo obrigada a pagar milhões em *royalties* para cada um deles (Teixeira, 2021). Porém, mesmo com as críticas, a associação dos artistas com as canções da ex-estrela da Disney é extremamente vantajosa e lucrativa, visto que foram essas associações que promoveram e disseminaram suas músicas, o sentimento nostálgico e auxiliaram na construção da fama de Olivia. Além disso, a creditação, independentemente de ter sido retroativa, deu à Rodrigo o aval dos artistas, gerando também a aprovação do público.

Já o videoclipe de *Good 4 U*, também ressoa com a estética dos anos 2000, trazendo referências de filmes que marcaram a época, como o *look* de líder de torcida do filme *O Diário da Princesa* (2001), a cena no lago de *Garota Infernal* (2009), além das cenas de audição e das luvas pretas do filme de terror japonês *Audition* (1999).

Figura 2 – Olivia Rodrigo no clipe de *Good 4 U* (2021) e Mandy Moore em *O Diário da Princesa* (2001)



Fonte: Ahlgrim (2021).

Good 4 U foi a alavanca para Olivia estabelecer o seu nome como uma das grandes artistas prodígios do cenário musical. Após o sucesso estrondoso de seu terceiro *single*, a cantora lançou, em maio de 2021, o seu aguardado primeiro álbum de estúdio, *SOUR*. Porém, não se pode ignorar a importância do momento político, social e econômico vivenciado pela população nesse período com a pandemia da COVID-19. No Brasil, até aquele momento, menos de 9% da população havia recebido a imunização completa — com as duas doses da vacina. O cenário, ainda inconstante e inseguro, favoreceu a disseminação de conteúdo e conversas sobre o *SOUR* majoritariamente no ambiente digital, principalmente devido ao

resgate da memória afetiva e de tempos melhores evocadas pelo álbum, como aprofundaremos nos próximos tópicos.

Com a chegada do disco, ficaram ainda mais nítidas as inspirações no *pop punk* emo que moldou os anos 2000, combinadas com letras catárticas e melodramáticas sobre amor e as experiências da adolescência — similar com as obras criadas por Taylor Swift no início da carreira e que a fizeram ser reconhecida pelo seu talento com a escrita e a auxiliaram a gerenciar sua identidade midiática na época. Além disso, novamente, Olivia faz uso de um *sample* de Swift – *New Years Day* (2017) – para a canção *1 Step Forward, 3 Steps Back*, creditando a artista e o seu produtor, Jack Antonoff.

Entretanto, por mais que *SOUR* seja um álbum sobre a experiência da adolescência e os sentimentos e angústias da fase, descritos com certa melancolia e brutalidade por Olivia, o disco também dominou as *playlists* da audiência adulta, que encontrou nas referências da geração passada uma chance de reencontrar o seu “eu” jovem. O acontecimento desencadeou um fenômeno peculiar entre os fãs mais velhos, que afirmam “se sentirem mais jovens” ao escutarem as músicas da cantora.

Esses clássicos que marcaram a geração foram manipulados por Olivia, a fim de construir uma sonoridade semelhante à época, ao mesmo tempo em que acrescenta elementos inovadores da contemporaneidade. Dessa forma, é possível verificar que a carreira de Olivia Rodrigo, desde seus primórdios na atuação até relatos de sua vida pessoal, está muito entrelaçada com a memória afetiva dos anos 2000. A partir de sua repentina e estrondosa fama, a jovem de 19 anos apostou ainda mais nas referências de décadas passadas para construir a sua imagem pública, vestindo roupas consideradas *vintage*⁵ e empregando estéticas clássicas em seus videoclipes, performances, cenografias e materiais de divulgação.

Um exemplo disso é a comunicação utilizada em *SOUR PROM* (2021). O evento, com a temática de “baile de formatura”, é uma performance especial divulgada no YouTube em que Olivia canta alguns dos maiores *hits* de seu álbum durante a festa colegial. Com uma coroa de “rainha do baile”, a expressão triste e a maquiagem borrada, a imagem promocional do espetáculo se harmoniza com a atmosfera melodramática adolescente do disco, além de retomar os elementos nostálgicos e referenciar Courtney Love na capa de *Live Through This* (1994), de sua banda de rock Hole. Entretanto, o ícone dos anos 1990 não gostou nada do registro, criticando a artista *teen* em suas redes sociais por utilizar a ideia sem pedir permissão,

⁵ Segundo a estilista Brynn Jones, que se encarregou de alguns *looks* de Rodrigo, a cantora “[...] trabalhou com alguns estilistas e, em geral, todos dizem que ela só quer vintage. Esta nova geração é tudo o que eles querem” (Frank, 2021).

acarretando mais uma polêmica de plágio em torno de Olivia — mas, desta vez, sem causar grande alarde no público, que viu a fotografia como mera inspiração (Estadão, 2021).

Figura 3 – Capa do álbum *Live Through This* (1994), da banda Hole, e imagem de divulgação da *SOUR PROM* (2021), de Olivia Rodrigo



Fonte: Rolling Stone (2021).

Portanto, é possível ver que os elementos nostálgicos foram utilizados como uma ferramenta potencializadora na carreira de Olivia Rodrigo, estando presentes em diferentes aspectos de suas produções. A instrumentalização da nostalgia (Castellano; Meimaridis, 2017) como estratégia mercadológica de autopromoção fez com que a cantora *teen* conquistasse não apenas o público jovem, mas o público adulto também, com suas músicas sobre a experiência da juventude atreladas com a estética de épocas passadas. Com a tática, *SOUR* (2021) se tornou o álbum mais executado no Spotify em 2021, além de *Drivers License* (2021) ter conquistado a primeira posição entre as músicas mais ouvidas da plataforma, com mais de 1.1 bilhões de *streams* (Terra, 2021), entre outros grandes feitos.

Por mais que o trabalho de Rodrigo tenha evocado sentimentos nostálgicos adolescentes em seus fãs mais velhos, que declaravam se sentir jovens ao escutar a cantora, é importante relatar que a juventude exposta por Olivia em suas produções não é positiva. As composições descrevem a melancolia, o sofrimento, as decepções e a brutalidade da experiência adolescente, sem uma visão otimista e feliz sobre a fase. Devido a isso, o próximo tópico visa compreender a narrativa autobiográfica da artista em suas letras, analisando a perspectiva narrada sobre a adolescência e suas relações com os afetos do público jovem e adulto.

2.2 O relato biográfico e a experiência da adolescência no álbum *SOUR*

A espetacularização da vida das celebridades não é um fenômeno estabelecido no mundo contemporâneo. Há muitas décadas, a vivência dos ídolos é explorada pelas mídias e pelo

público, sendo cada vez mais fortalecida pelos avanços tecnológicos e meios de comunicação. No entanto, as formas de gerenciar o *self* no espaço público mudaram: as celebridades deixam de serem vistas como “semideuses do cotidiano” (Morin, 2011), sendo um exemplo de moralidade, um padrão a ser seguido pela sociedade, beirando a perfeição, para se transformarem em um ideal mais humano, em que podem expressar suas falhas e problemas da vida privada frente ao público, provocando uma maior identificação e tornando-se exemplos de força e superação (Rojek, 2008; Sacramento, 2015).

A vida pessoal de celebridades é de grande interesse do público que as acompanha, logo, as histórias da vida íntima transformam-se em objetos de consumo para os fãs, que enxergam esse compartilhamento como uma demonstração de autenticidade. Ao contar suas vivências pessoais através de canções e entrevistas, Olivia Rodrigo explora esses espaços biográficos para gerenciar sua identidade pública e construir uma relação cada vez mais sólida com seus admiradores — que creem estar conhecendo a artista como se fosse uma amiga, como ela realmente é em seus momentos privados — a partir daquilo que deseja que seja mostrado ou silenciado (Arfuch, 2010; Sacramento, 2015).

Em seus estudos sobre o tema, João Freire Filho (2013) disserta que:

No que tange à produção artística, prevalece o elogio à autenticidade: os fãs esperam que sua diva mantenha a integridade emocional, mesmo pertencendo ao *casting* de grandes corporações do entretenimento e atuando dentro de rígidas convenções genéricas (musicais ou televisivas). Mantendo-se fiel a seu núcleo afetivo íntimo, a artista traduziria, espontaneamente, expectativas, temores e desgostos comuns a todas as adolescentes (paixões; desilusões amorosas; incompreensões, preconceitos e isolamento social). Ao enfatizar a dimensão autobiográfica de diversas canções, Taylor Swift e Demi Lovato reforçam a crença de que aquelas obras foram concebidas com o intuito de externar sentimentos verdadeiros, suscitados por experiências marcantes, em vez de basearem-se no apego a fórmulas musicais de êxito já comprovado.

Assim como Taylor Swift e Demi Lovato, mencionadas na pesquisa de João Freire Filho (2013), Rodrigo busca expor em suas composições as questões afetivas de sua vida privada e adolescência, trazendo autenticidade às suas produções. Dessa maneira, a cantora orienta sua imagem pública por meio do compartilhamento de sua intimidade, expressa em suas músicas, transformando-se em uma inspiração a ser seguida e merecedora da admiração do público por se expor de maneira supostamente verdadeira.

Em relação a isso, a cantora, que acredita que “nada conecta tanto ou é uma janela tão verdadeira para emoção humana quanto a música” (Olivia [...], 2022), manifesta em seu documentário *Olivia Rodrigo: dirigindo até você* (2022) que canções que transmitam seus sentimentos são as que mais lhe agradam:

Sempre gostei de compor músicas cheias de emoção. Eu me lembro de compor umas músicas bem angustiantes sobre me sentir deslocada na sociedade e tal. Sempre senti atração por músicas desse tipo, que tocam pontos profundos da psique humana (Olivia [...], 2022).

É importante enfatizar também o papel dos meios de comunicação, principalmente das redes sociais, que atuam como ponte de contato direto entre ídolo e fã, promovendo e fortalecendo as interações e conexões emocionais entre eles. O ciberespaço proporciona um maior alcance para os célebres, rompendo barreiras geográficas e comunicacionais, proporcionando uma maior eficácia na administração da identidade pública, principalmente no que diz respeito aos testemunhos da vida íntima e seus efeitos na construção e promoção do *self* (Marshall, 2014).

As experiências de Olivia Rodrigo em relação à fase da adolescência e desilusões amorosas, através de suas canções, não são apenas desabafos e confissões de sua vida pessoal, mas mercadorias lucrativas na indústria cultural. Os bastidores da vida privada, os problemas, erros, traumas e superação, supostamente verdadeiros, são consumidos ativamente pelos fãs, convertendo-se em fontes de renda inesgotáveis, gerando produtos, conversas, boatos, teorias e os mais diversos tipos de conteúdo na mídia e no *fandom*, como *fanfics* e *fancams*.

Portanto, para compreender as expressões da adolescência e as emoções manifestadas por Olivia, que a tornaram um fenômeno mundial, é preciso analisar os testemunhos da artista em seu álbum *SOUR* (2021), verificando como seu discurso é construído, suas produções e a percepção sobre suas experiências pessoais que se desenvolvem ao longo das dez faixas do disco.

SOUR (2021) inicia com a agressiva faixa *Brutal*, produzida com uma pegada mais *rock*, similar às da era emo, e com uma composição indignada e raivosa que demonstra a sua frustração sobre a juventude e a sociedade atual.

*I'm so insecure, I think
That I'll die before I drink
And I'm so caught up in the news
Of who likes me, and who hates you
And I'm so tired that I might
Quit my job, start a new life
And they'd all be so disappointed
'Cause who am I, if not exploited?*

*And I'm so sick of 17
Where's my fucking teenage dream?
If someone tells me one more time "Enjoy your youth"
I'm gonna cry*

*And I don't stick up for myself
I'm anxious and nothing can help
And I wish I'd done this before
And I wish people liked me more*

*All I did was try my best
This the kind of thanks I get?
Unrelentlessly upset (ah, ah, ah)
They say these are the golden years
But I wish I could disappear
Ego crush is so severe
God, it's brutal out here (Brutal, 2021, faixa 1).*

Nesta faixa, é possível observar que a letra faz diferentes referências às expectativas em relação à adolescência, em como a sociedade encara a juventude como os “anos de ouro” da vida, em que se deve aproveitá-la ao máximo. Porém, a experiência vivida e abordada pela cantora é completamente diferente desse prisma. Em *Brutal*, Olivia perpassa pelo lado negativo presente na fase, dissertando sobre as inseguranças, questões de ego, ansiedade, o desejo de ser amada, enquanto os outros são odiados, e a promessa de dias melhores que nunca chegam.

No que diz respeito à adolescência, esta é uma fase controversa, caótica e catártica, repleta de descobertas, transformações, incertezas e desenvolvimentos biológicos, psicológicos e sociais que marcam a transição da infância para a maturidade, onde o jovem assume um novo papel dentro da sociedade. Mas, não se deve deixar de lado as subjetividades, experiências, percepções de mundo e aspectos políticos, econômicos e sociais aos quais o jovem está inserido. Estes fatores, por mais que sejam singulares e intrínsecos ao indivíduo, também transformam suas práticas e compreensão enquanto grupo, reproduzindo valores distintos de geração em geração (Freire Filho, 2006).

A despeito de sua aparente obviedade e solidez epistemológica, adolescência e juventude são conceitos complexos e historicamente instáveis, definidos e representados dentro de diferentes formações discursivas que circulam, colidem e articula-se em um determinado tempo e espaço (Freire Filho, 2006, p. 2).

Os sentimentos expostos por Rodrigo na canção reafirmam a complexidade da fase, que é muito mais do que a “época de ouro” da vida. É um momento de mudanças, controvérsias e emoções à flor da pele. A vulnerabilidade e incertezas descritas em *Brutal* não são novidades da nova geração: elas fazem parte da adolescência e da descoberta de si e do mundo, mas que são ocultadas dentro da imagem positivista construída pela sociedade adulta, que encara o passado como melhor que as responsabilidades e problemas do presente.

Com isso, é importante retomar a questão da memória, que é esquecível e moldável, fazendo com que o passado se torne romantizado devido às aflições do presente da vida adulta. Enquanto os mais velhos falam da adolescência com o olhar afetivo estimulado pela construção realizada pela memória, a cantora explicita as adversidades da experiência atual, que seguem vivas em seu momento atual.

Além disso, como argumentou Freire Filho (2006), o contexto histórico, social, econômico e político não pode ser deixado de lado. A adolescência de Rodrigo foi marcada pela pandemia da COVID-19, com isolamento social, riscos à saúde e mortes em todo o mundo, e que seguia ativa e com novas variantes no ano de 2021, quando o álbum foi lançado. A conjuntura global aflorou os sentimentos de medo e insegurança, já bastante inflamados na adolescência, além de ter impacto negativo na concepção de futuro para a sociedade. A cantora, inclusive, por sua ascensão e influência no atual cenário do entretenimento, foi recrutada por Joe Biden, Presidente dos Estados Unidos na época, para divulgar e aumentar a vacinação entre jovens no país (Klein, 2021).

Já as faixas *Traitor* e *Drivers License* ressaltam a melancolia da primeira grande desilusão amorosa de Olivia. O triângulo entre as ex-estrelas da Disney e a suposta traição de Bassett ganham destaque em ambas as canções, que ressaltam como a cantora estava sofrendo, enquanto o protagonista de *High School Musical: The Musical: The Series* (2019-2023) estava bem e havia seguido em frente com um novo relacionamento.

*I know we weren't perfect
But I've never felt this way, for no one
And I just can't imagine
How you could be so okay, now that I'm gone
I guess you didn't mean what you wrote in that song about me
'Cause you said forever
Now I drive alone past your street (Drivers [...], 2021, faixa 3).*

Drivers License foi lançada em janeiro de 2021, enquanto *Traitor* estreou em maio, junto ao álbum. As fofocas sobre o triângulo amoroso já circulavam massivamente na mídia e entre os fãs, contudo, a segunda música enfatiza e dá novos indícios de confirmação às teorias que já estavam na rede. Além disso, as faixas também foram bastante comparadas às composições de Taylor Swift, que tinha a mesma idade de Rodrigo quando debutou o seu primeiro disco e ficou reconhecida por suas letras sobre suas experiências amorosas.

*Brown guilty eyes and little white lies
Yeah, I played dumb but I always knew
That you talked to her, maybe did even worse
I kept quiet so I could keep you*

*And ain't it funny? How you ran to her
The second that we called it quits?
And ain't it funny?
How you said you were friends?
Now it sure as hell don't look like it*

*You betrayed me
And I know that you'll never feel sorry
For the way I hurt, yeah
You talked to her when we were together
Loved you at your worst but that didn't matter
It took you two weeks to go off and date her
Guess you didn't cheat but you're still a traitor (Traitor, 2021, faixa 2).*

Em *1 Step Forward, 3 Steps Back*, a artista permanece se inspirando em Swift, desta vez, mais diretamente, utilizando o sample de *New Year's Day* (2017) de Taylor para o instrumental da faixa – sendo creditada na canção junto ao seu produtor Jack Antonoff, como já mencionado. A canção suave e melancólica reflete sobre os altos e baixos de seu antigo namoro. Mais uma vez, a insegurança de Olivia é posta em evidência, trazendo a instabilidade de sua relação e questões com a própria autoestima: “*You got me fucked up in the head, boy / Never doubted myself so much / Like, am I pretty, am I fun, boy? / I hate that I give you power over that kind of stuff*” (1 Step [...], 2021, faixa 4).

A quinta e sexta faixa do álbum *SOUR*, *Deja Vu* e *Good 4 U*, deixam o tom melancólico de lado e partem para uma perspectiva mais enfurecida em relação ao seu ex e ao novo relacionamento dele. Ambas foram lançadas como *singles* oficiais de Olivia em março e maio, respectivamente, antes da estreia do álbum completo. Por mais que as duas músicas sejam sobre temáticas semelhantes, as produções são bem diferentes entre si: enquanto *Deja Vu* tem uma pegada mais *pop*, inspirada por *Cruel Summer* (2019) de Taylor Swift – a quem creditou na faixa ao lado dos produtores da canção de 2019 –, *Good 4 U* possui uma produção mais forte, voltada para o estilo *emo*, utilizando como referência o hit que marcou a geração, *Misery Business* (2007), da banda Paramore – que também entrou nos créditos da música, como visto anteriormente.

Entretanto, Olivia mantém a narrativa melodramática que seguiu o álbum até então, colocando-se na postura de vítima sofredora, ao passo que seu ex não passou pelo momento de luto do relacionamento, tendo iniciado um novo romance poucas semanas após o término.

Deja Vu é recheada de referências que indicam o triângulo entre Rodrigo, Bassett e Carpenter, em que Olivia novamente faz alusão à nova namorada do ator: “*Do you call her, almost say my name? / 'Cause let's be honest, we kinda do sound the same / Another actress / I*

hate to think that I was just your type” (Deja [...], 2021, faixa 5). Com a estreia da música, sendo apenas a segunda lançada pela cantora, aumentaram-se os burburinhos em torno do drama das ex-estrelas da Disney, fazendo também com que a vilanização de Sabrina crescesse exponencialmente entre o público, que já havia decidido o seu lado na história – revelada apenas através da narrativa musical de Olivia.

Good 4 U também faz menção ao caso de uma forma mais agressiva, frisando como Olivia foi trocada por uma nova garota em poucas semanas, e está sofrendo com toda a situação, enquanto seu antigo namorado a superou rapidamente e seguiu em frente com um novo amor.

*Good for you, I guess you moved on really easily
You found a new girl and it only took a couple weeks
Remember when you said that you wanted to give me the world? (Ah-ah-ah-ah)*

*And good for you, I guess that you've been workin' on yourself
I guess that therapist I found for you, she really helped
Now you can be a better man for your brand new girl*

*Well, good for you, you look happy and healthy
Not me, if you ever cared to ask
Good for you, you're doin' great out there without me
Baby, God, I wish that I could do that*

*I've lost my mind
I've spent the night cryin' on the floor of my bathroom
But you're so unaffected, I really don't get it
But I guess good for you (Good [...], 2021, faixa 6).*

Enquanto isso, a música *Enough For You* retoma a melancolia do relacionamento, mas desta vez com o olhar sob a baixa autoestima da artista, mostrando o seu comportamento subordinado para agradar o amado, que no final a deixou mesmo assim. A faixa é a primeira do álbum composta apenas por Rodrigo, sem a participação de seu produtor Dan Nigro.

*I wore makeup when we dated
'Cause I thought you'd like me more
If I looked like the other prom queens
I know that you loved before
Tried so hard to be everything that you liked
Just for you to say you're not the compliment type*

*And I knew how you took your coffee
And your favorite songs by heart
I read all of your self-help books
So you'd think that I was smart
Stupid, emotional, obsessive little me
I knew from the start this is exactly how you'd leave*

*You found someone more exciting
 The next second, you were gone
 And you left me there cryin', wonderin' what I did wrong
 And you always say I'm never satisfied
 But I don't think that's true
 'Cause all I ever wanted was to be enough for you
 And all I ever wanted was to be enough for you* (Enough [...], 2021, faixa 7).

Happier, mais uma composição solo de Olivia, demonstra o início do processo de superação, em que a cantora percebe seu próprio comportamento nocivo em relação ao término, mas, ainda assim, não está pronta para dizer adeus completamente ao seu ex-amor, expressando o desejo de continuar sendo a mais importante na vida dele, apesar das circunstâncias que se encontram.

*And now I'm pickin' her apart
 Like cuttin' her down will make you miss my wretched heart
 But she's beautiful, she looks kind
 She probably gives you butterflies*

*I hope you're happy
 But not like how you were with me
 I'm selfish, I know
 I can't let you go
 So find someone great, but don't find no one better
 I hope you're happy, but don't be happier* (Happier, 2021, faixa 8)

Já em *Jealousy, Jealousy*, Olivia retoma as críticas à sociedade e adolescência manifestadas em *Brutal*. Na música, Rodrigo explicita suas inseguranças em relação a si mesma, as constantes comparações com a vida alheia – principalmente por meio das mídias sociais e a ampla exposição da “vida feliz” que acontece em rede.

*All your friends are so cool, you go out every night
 In your daddy's nice car, yeah, you're living the life
 Got a pretty face, a pretty boyfriend too
 I wanna be you so bad, and I don't even know you*

*All I see is what I should be
 Happier, prettier, jealousy, jealousy
 All I see is what I should be
 I'm losing it, all I get's, jealousy, jealousy*

*Co-comparison is killing me slowly
 I think, I think too much
 'Bout kids who don't know me
 And I'm so sick of myself
 I'd rather be, rather be (oh, oh)
 Anyone, anyone else (anybody else)
 Jealousy, jealousy
 Started following me* (Jealousy [...], 2021, faixa 9).

Em *Favorite Crime*, a artista segue a mesma linha de *Happier*, em que exterioriza seus sentimentos sobre o antigo namoro, demonstrando que também é culpada pelo seu coração partido, mas espera que seja inesquecível, como o “crime favorito” de seu ex.

*Know that I loved you so bad
I let you treat me like that
I was your willing accomplice, honey*

*And I watched as you fled the scene
Doe-eyed as you buried me
One heart broke, four hands bloody*

*The things I did
Just so I could call you mine
The things you did
Well, I hope I was your favorite crime (Favorite [...], 2021, faixa 10).*

Por fim, o álbum termina com *Hope Ur Ok*, uma canção mais suave e que foge da temática romântica adolescente do disco. Na faixa, Olivia reflete sobre a história de antigos amigos e seus sofrimentos, em uma narrativa esperançosa de que tenham superado as adversidades em que se encontravam na época.

*My middle school friend grew up alone
She raised her brothers on her own
Her parents hated who she loved
She couldn't wait to go to college
She was tired 'cause she was brought
Into a world where family was merely blood*

*Does she know how proud I am she was created
With the courage to unlearn all of their hatred
We don't talk much but I just gotta say
I miss you, and I hope that you're okay (Hope [...], 2021, faixa 11).*

3 *WHERE'S MY FUCKING TEENAGE DREAM?* MÚSICA E SUBJETIVIDADE ENTRE GERAÇÕES

Com o álbum *SOUR* (2021) e suas composições inquietas sobre a adolescência, as músicas da cantora Olivia Rodrigo evocaram um fenômeno entre os fãs mais velhos, que se identificaram com os sentimentos, comportamentos e experiências transparecidas nas canções. Este fenômeno, que originou o tema de estudo deste trabalho, abre discussões importantes sobre representações sociais, gerações e as diferenciações entre juventudes, o “ser jovem” e o “ser adulto”, que serão exploradas ao longo desta seção.

3.1. Processos psicossociais na adolescência e vida adulta

No Brasil, de acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), são adolescentes aqueles que possuem entre 12 e 18 anos, podendo se estender, excepcionalmente em alguns casos, aos 21 anos de idade (Brasil, 1990). Já segundo a Organização Mundial de Saúde (OMS), a adolescência compreende a faixa dos 10 aos 19 anos, e a juventude englobaria indivíduos dos 15 até os 24 anos (Brasil, 2007).

Quando abordamos as diferenças etárias entre as gerações *Millennials* e a Geração Z, a divisão parece ficar ainda mais obscura: não há um consenso entre os anos que definiriam os indivíduos que fazem parte de cada grupo, demonstrando a linha tênue que existe entre a separação de gerações. De acordo com o *Pew Research Center*, pessoas nascidas entre 1981 e 1996 (de 42 até 27 anos em 2023) são consideradas *Millennials*, enquanto os nascidos a partir de 1997 (a partir de 27 anos em 2024) fazem parte da Geração Z (Dimock, 2019). No geral, os pesquisadores e centros de pesquisa apontam os anos de 1980 a 1985 para o início da geração *Millennial* e os anos de 1994 a 1999 para o seu fim.

Segundo Bourdieu (1983, p. 112), “a fronteira entre a juventude e a velhice é um objeto de disputas em todas as sociedades”. Definir uma divisão entre as gerações se torna ainda mais complexo quando levamos em consideração que este desmembramento é realizado tendo em vista o momento histórico, social e cultural, comportamentos, vivências, memórias de todo um coletivo, sem levar em consideração as particularidades experienciadas por cada indivíduo ou grupo.

As múltiplas opções de identificação entre adolescentes e adultos, *Millennials* e Geração Z, deixam nítidas as complexidades em torno do assunto. Apesar do intuito deste trabalho não ser propor uma definição concreta para as representações já existentes, é de extrema

importância informar suas significações, problemáticas e os enquadramentos que fazem parte da nossa sociedade.

As categorizações de fases da vida e geracionais constituem os processos de formação identitária presentes na sociedade, tendo em vista o agrupamento e identificação de indivíduos com certas características em comum. De acordo com Dubar (2008), é na socialização que incorporamos os costumes, comportamentos e “maneiras de ser”, que nos fazem socialmente identificáveis. Com isso, segundo o autor, a passagem da fase adolescente para a adulta promoveria a formação de uma nova identidade social, em que os indivíduos teriam um novo papel perante a sociedade. Além disso, seria a partir da identificação coletiva que formaríamos a identidade do “eu”, sendo um intrínseco ao outro.

Ainda segundo as pesquisas de Villela e Doreto (2006, p. 2468) sobre a adolescência:

[a] idéia de que entre a infância e a fase adulta existe um período intermediário, com características próprias, é recente. Sua emergência está relacionada às transformações ocorridas no último século e seus impactos na organização do trabalho e nos comportamentos reprodutivos.

Com o objetivo de compreender melhor a nossa posição no mundo que nos cerca, construímos representações sociais, facilitando as nossas maneiras de nos guiar, definir, interpretar e identificar dentro de um conjunto de aspectos em comum que fazem parte do cotidiano (Jodelet, 1993). Tendo isso em vista, as representações sociais seriam “uma forma de conhecimento, socialmente elaborado e compartilhado, que tem um objetivo prático e concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (Jodelet, 1993, p. 36).

Reconhece-se, geralmente, que as representações sociais, como sistemas de interpretação, que regem nossa relação com o mundo e com os outros, orientando e organizando as condutas e as comunicações sociais. Igualmente intervêm em processos tão variados quanto a difusão e a assimilação dos conhecimentos, no desenvolvimento individual e coletivo, na definição das identidades pessoais e sociais, na expressão dos grupos e nas transformações sociais (Jodelet, 1993, p. 35).

Sendo assim, as representações sociais agem como facilitadoras das nossas relações com objetos, sujeitos e grupos que convivemos, a fim de reconhecê-los e manipulá-los em seu conjunto de processos sociais, psicológicos, afetivos, comunicacionais, práticas, símbolos, significados, etc. “Concebe-se, portanto, que a representação preenche algumas funções de manutenção da identidade social e de equilíbrio sócio-cognitivo, os quais se encontram ligados” (Jodelet, 1993, p. 38).

A ideia vai de acordo com o conceito de “alteridade” estudado por Jodelet (1999), que defende que “a alteridade é produto de duplo processo de construção e de exclusão social que, indissolavelmente ligados como os dois lados de uma folha, mantêm sua unidade por meio de um sistema de representações” (Jodelet, 1999, p. 47-48). Neste sentido, haveria a diferenciação entre a “alteridade de fora” – o que é diferente ou exótico em relação a um determinado grupo ou cultura – e a “alteridade de dentro” – referente àqueles que se distinguem dentro de uma comunidade ou conjunto sociocultural.

Deixar de ser “adolescente” ou “jovem” para tornar-se “adulto” significa, nesse sentido, assumir uma nova identidade. Embora nunca completa ou acabada, a identidade “adulta” é inerente à identidade social. “Ser adulto” é apenas uma das categorias socialmente disponíveis e legítimas de identificação. Porém, para o indivíduo tornar-se “adulto”, em primeiro lugar, é preciso que seja identificado como tal (atribuição da identidade) pelos agentes em relação direta com ele e pelas instituições em que se efetiva a formalização legítima dessa categoria; em segundo, é preciso que os próprios indivíduos se identifiquem como “adultos” (incorporação da identidade (Pimenta, 2007, p. 129).

Assim, por mais que as representações instituídas pela sociedade estejam presentes no nosso cotidiano, realizando agrupamentos entre atores sociais, a falta de observação de suas particularidades acaba criando uma lacuna importante na investigação do que se é e do que se aparenta ser, além das constantes movimentações nos processos de gerenciamento da subjetividade de cada indivíduo.

Como visto na seção anterior, o álbum *SOUR* (2021), de Olivia Rodrigo, trouxe questões psicossociais e provocou efeitos no comportamento, interações, afetos e identidade de fãs adultos, que relataram retornar à adolescência quando escutam as composições da cantora sobre suas experiências da fase. Por mais que existam as relações dos projetos da artista com a nostalgia, que contribuem para a existência do fenômeno com a comunidade adulta, essas movimentações não acontecem apenas por esse elemento. Para além disso, os processos de subjetividade e as noções identitárias que acontecem na vida adulta relacionados ao conceito de juventude também colaboram para a construção deste fenômeno.

Neste estudo, o “ser adolescente” e “ser adulto” é abordado pelo viés da Psicologia Social Crítica, que compreende que os seres humanos não são resumidos a padrões fixos estabelecidos pelo senso comum, mas são agentes histórico-sociais com múltiplas facetas, contrastes e contradições, que vivem em constante mudança. Para isso, deve-se ter um olhar cauteloso sobre as dinâmicas e processos presentes nos grupos e nos indivíduos, investigando para além daquilo que é dito (Berni; Roso, 2014).

Para Guareschi (2012), é necessário que a sociedade questione constantemente as relações totalizantes entre poder e verdade, contestando as concepções universais, inflexíveis e estereotipadas sobre infância, adolescência e fase adulta. Ao sermos encaixados e convivermos com certos tipos de representações, já internalizadas socialmente, tendenciamos a adotar gradualmente seus modos, práticas e visões de mundo (Jodelet, 2001; Jovchelovitch, 2000). Neste sentido, as representações sociais constroem e são construídas a partir da nossa forma de agir, tomar decisões e nos entendermos enquanto indivíduos, influenciadas também pelos diferentes espaços, culturas, políticas, vivências etc., nos quais estamos inseridos.

Dessa forma, as fases da vida – infância, adolescência, fase adulta e velhice – são produtos de construções sociais e devem ser compreendidas enquanto processos que estão em constante transformação, sendo analisadas para além da idade (Berni; Roso, 2014; Bove, 2010; Ozella, 2002). Essa ideia vai de encontro com os estudos de Bove (2010, p. 44), que afirma que “o tempo da adolescência, ou a adolescência como tempo, é o ser-tempo produtor do ser humano social-histórico. A adolescência não poderia, portanto, se reduzir a um momento limitado e transitório da vida humana”.

Mead (1951) apontava em suas pesquisas a adolescência como um “fenômeno cultural” gerado pelas práticas sociais em diferentes momentos históricos, que aparece de maneiras distintas em diferentes grupos. Entretanto, as noções de adolescente e adolescência na atualidade estão constituídas a partir de uma visão padronizada, muitas vezes influenciada pela cultura estadunidense, determinando apenas uma forma de ser adolescente como a única reconhecida, assim, indicando que existiria uma forma “correta” de ser e estar no mundo (Coimbra; Bocco; Nascimento, 2005).

Na lógica presente na contemporaneidade, a adolescência seria parte de um processo de transformações para chegar em um objetivo final: a maturidade adulta. Esta nova fase seria composta pela visão neoliberalista do *self-made man*:

Qualidades e defeitos, méritos e fracassos são atribuídos aos indivíduos como sendo inerentes à sua natureza. Vir a ser um adulto maduro, estável e integrante do mundo do trabalho ou vir a ser um desempregado sem família nem rede social dependeria exclusivamente de cada um e de suas competências individuais (Coimbra; Bocco; Nascimento, 2005, p. 7).

As diferentes interpretações destes marcadores identitários, as inúmeras definições propostas por estudiosos e as transformações contínuas na sociedade demonstram a complexidade do tema. A seção proposta não tem como objetivo imprimir respostas concretas

e definitivas sobre o assunto, apenas trazer reflexões sobre os múltiplos estudos e interpretações sobre a adolescência e a vida adulta.

3.1 Juventudes e processos de juvenilização da sociedade contemporânea

Devido à fluidez e limitações das representações sociais apontadas no tópico anterior, torna-se importante explorarmos o termo “juventudes” para se pensar no público do estudo. O conceito não se associa a uma faixa etária ou estereótipos demarcados social, cultural, política e biologicamente como a adolescência e adolescente, mas sim abre caminhos para se trabalhar os diferentes processos, relações, contextos e jeitos de ser e estar no mundo (Freire Filho, 2006).

No entanto, a condição de juventude aparece de formas distintas entre os diferentes gêneros, raças, classes, épocas, experiências, desigualdades etc. Sendo assim, não seria possível demarcar apenas uma “juventude”, mas sim “juventudes”, manifestando a pluralidade da condição juvenil. Porém, Gil (2011, p. 26) enfatiza a importância de expressar que

A simples utilização dessa expressão no plural não garante, por si só, o reconhecimento das realidades vividas pelos jovens, por parte de quem a anuncia. Utilizar a palavra juventudes no plural demonstra algum cuidado com as generalizações que simplificam. Indica perceber os jovens como sujeitos que se distinguem e se identificam em suas muitas dimensões, tais como as de gênero, cor da pele, classe, local de moradia, cotidianos e projetos de futuro.

Sarlo (1997) aponta que a juventude, na cultura contemporânea, não se manifesta como uma idade, mas sim como uma estética da vida cotidiana: “Frank Sinatra ou Miles Davis nunca foram jovens como foram os The Beatles [...] Orson Welles não era ‘muito jovem’ quando aos 24 anos filmava O Cidadão” (Margulis; Urresti, 2000, p.2). Isso demonstra a amplitude e desigualdade entre as percepções de juventude, que estão associadas a diferentes fatores, como construção social, histórico, classe, entre outras variáveis exploradas anteriormente.

Já Margulis e Urresti (2000) se contrapõem à definição de juventude enquanto estética. Os autores compreendem que o conjunto de signos, como gostos, estilo de vida e consumo não definem a juventude, mas sim a juvenilização. Esta juvenilização “é oferecida como produto mercadológico, podendo ser adquirido por aqueles que desejarem consumi-lo, independente da idade” (Gil, 2011, p. 32). Neste sentido, é necessário também debatermos sobre a supervalorização da adolescência e da juventude, que se transformaram em ideal social e desejo de consumo na sociedade neoliberalista.

O culto à juventude teve origem com a chegada dos *Baby Boomers*, nascidos entre aproximadamente 1946 e 1964, em um período de alta natalidade pós-Guerra. Com o

crescimento dos jovens e o aumento de seu poder de consumo, o mercado se transformou para atendê-los com diversos bens de consumo, que promoviam não apenas um *status*, mas também pertencimento e identidade, que eram regularmente renovados dentro da sociedade. Dessa maneira, os jovens se tornaram consumidores e modelos sociais a serem desejados e consumidos, integrando uma sociedade que busca incansavelmente pelo “ser jovem”, seja com produtos, cirurgias plásticas, estilos de vida etc. (Calligaris, 1998; Kehl, 2004; Morin, 1987)

Não é possível tornar alguém mais jovem, mas é possível que a sociedade o veja como tal. A juvenalização se dá por meio de imagens, figuras, símbolos e bens que remetem à juventude contemporânea e fomentam a identidade social buscada pelos indivíduos mais velhos. Este novo comportamento faz com que a linha tênue entre adolescência e vida adulta, juventude e maturidade, fique obscura e cada vez mais complexa. Os adultos não querem se enxergar e serem enxergados como adultos, mas sim como jovens, afetando seu gerenciamento de identidade, visão e lugar no mundo, consumo, entre outros fatores.

Ainda, para Bourdieu (1983), a velhice não é percebida na sociedade contemporânea como um ideal social, crença conectada ao culto à juventude, que se modifica constantemente através de novos signos, figuras, cultura, produtos e estilos de vida. Com isso, os mais velhos possuem resistência em aceitar mudanças e tudo o que é considerado novidade, principalmente quando relacionadas à nova geração, “justamente porque eles deixaram o futuro para trás, enquanto os jovens se definem como tendo futuro, como definindo o futuro” (p.7).

A partir deste fenômeno, pesquisadores constituíram o termo “adulescência” - junção das palavras “adulto” e “adolescência” - para designar as pessoas profundamente imersas na cultura jovem e que têm dificuldade em aceitar o fato de já não terem mais idade para serem considerados jovens perante a sociedade (Calligaris, 1998; Kehl, 2004; Oliveira, 2010).

A instituição da “adulescência” também se relaciona com o sentimento nostálgico sobre a adolescência. A nostalgia aparece como instrumento para escapar das responsabilidades e estresses do mundo adulto, incentivado por um saudosismo e deslumbre provocados pela publicidade e consumo, que constantemente exaltam a juventude como modo de vida a ser desejado. Esta adolescência idealizada não transparece a realidade da fase e, com as questões enfrentadas no presente, a memória transforma o passado em um lugar mais agradável e seguro de se estar, como visto anteriormente na seção sobre nostalgia.

Outro ponto debatido pelos autores é sobre os adultos que não conseguem ou não desejam se desvincular das condições de “adolescente”. O cenário de alta competitividade no mercado de trabalho reduz os empregos e faz com que muitos adultos permaneçam por mais

tempo vivendo como “adolescente”, com inseguranças sobre o futuro, dificuldades de sair da casa dos pais e se sustentar sozinho. Por outro lado, há também aqueles que não querem ter as responsabilidades e desafios da “vida adulta”, estando confortáveis em permanecer e em adotar a condição adolescente e infantilizada como estilo de vida (Kehl, 2004). A busca consciente pela imaturidade reflete em uma “hesitação em aderir à condição adulta reflete uma aspiração reduzida à independência, ao compromisso e à experimentação” (Furedi, 2004, p. 5).

Porém, nem todos os indivíduos podem se dar ao luxo de escolher viver na condição adolescente por muitos anos. Compreender as diferenciações de juventudes a partir de suas diversas classes sociais, gêneros, raças, etc. é fundamental para o estudo. Uma pessoa com menor condição econômica pode assumir certas responsabilidades da vida adulta desde cedo na vida, pelas dificuldades de sustento próprio e da família, não tendo a possibilidade de se manter na condição adolescente ou até mesmo consumir produtos juvenilizados, por mais que o indivíduo tenha mentalidade e gostos juvenis.

As autoras Takeiti e Vicentin (2016), inspiradas pelos estudos de Deleuze e Guattari (1995) e Pais (2006), relatam duas formas de configuração das culturas juvenis:

Alguns jovens, ao iniciarem na vida adulta, passariam costumeiramente a se adaptar às formas prescritivas das culturas tradicionais. Esta passagem ocorreria, predominantemente, em espaços estriados. No entanto, outros jovens encontram-se sujeitos às culturas performativas que surgem de determinadas “ilhas de dissidência” em múltiplos contornos que constituem os cotidianos juvenis. Ou seja, as culturas juvenis estariam atreladas às linhas de fuga performativas, ao espaço liso, porque na realidade nem todos estariam enquadrados nas culturas prescritivas que a sociedade lhes impõe (Takeiti; Vicentin, 2016, p. 4).

Assim, as autoras percebem as culturas juvenis como “modos de resistência/existência de vida”. O pensamento entra de acordo com os estudos de Amaral (2016) que retratam o envelhecimento em culturas juvenis, afetando os seus modos de pertencimento e visão dentro da comunidade. A pesquisadora traz os estudos de Hodkinson (2011) sobre a cena gótica, em que participantes mais velhos acabam privatizando-se de sua identidade gótica em prol das responsabilidades da vida adulta. Contudo, isso não quer dizer que esses indivíduos abandonam a cena, apenas se reorientam - com sua identidade, consumo e sentidos - para encaixar as obrigações da vida adulta.

Resumindo, há uma pressuposição na qual a juventude constitui um período temporário de rebelião seguido por uma eventual acomodação em uma vida adulta normal. A pressuposição é que pessoas jovens são capazes de vivenciar a rebelião cultural de uma forma que os adultos,

com suas responsabilidades maiores, não são. Isto dificulta como entender as coisas quando pessoas mais velhas continuam a manter uma forte conexão com as subculturas aparentemente “jovens” ou “joviais”. Essas pessoas deveriam ser vistas como se agarrando a sua juventude, como falhando em crescer ou como em negação de suas crescentes realidades adultas? Eu tendo a discordar desta interpretação como um todo. Há um elemento de juventude na participação dos mais velhos em cenas como a gótica (ainda envolve sair, beber, montar um visual e tudo mais), mas frequentemente a participação das pessoas se adapta e muda na medida em que elas envelhecem, elas encontram formas de permanecer envolvidas que são compatíveis com suas vidas adultas (Hodkinson, 2011).

Nesse sentido, a subjetivação dentro das comunidades encontra-se em constante processo de *territorialização*, *desterritorialização* e *reterritorialização*, de acordo com os momentos histórico, econômico, social, político, além das movimentações individuais que estes sujeitos estão submetidos (Deleuze; Guattari, 1995; Takeiti; Vicentin, 2016).

3.2 A juvenilização na indústria cultural e de consumo

Esta discussão se conecta com a temática deste projeto, que busca compreender o fenômeno sociocultural provocado pelo álbum *SOUR*, de Olivia Rodrigo, em que adultos afirmam “se sentirem mais jovens” ao escutarem as canções da artista. Como vimos anteriormente, o álbum possui diversas referências nostálgicas que afloram os sentimentos desse grupo, principalmente em um período de insegurança global, como o da pandemia da COVID-19, quando o álbum foi lançado. Contudo, não podemos deixar de lado que as músicas de Olivia sobre sua vivência adolescente vendem a experiência da juventude, mesmo que ela não seja retratada como algo positivo nas composições.

Desde esta época, a vasta produção cultural que idealiza a adolescência é constantemente acompanhada pelo tema narrativo do adulto insatisfeito, querendo voltar a uma adolescência idealizada, feita de liberdade e crises salutares. [...] Essa nostalgia adulta da adolescência que atravessa a segunda metade do século, é a força atrás das mãos que nesse período desenham um série de retratos ideais de adolescentes. O cinema, pretendendo apresentar ou explicar o que seria a adolescência, ilustra de fato os sonhos adultos sobre a adolescência. Ele nos conta qual adolescente os adultos gostariam de voltar a ser, de ter sido ou continuar sendo (Calligaris, 2000, p. 79).

Ainda segundo o renomado psicanalista Calligaris (2000, p. 79), “o cinema, pretendendo apresentar ou explicar o que seria a adolescência, ilustra de fato os sonhos adultos sobre a adolescência. Ele nos conta qual adolescente os adultos gostariam de voltar a ser, de ter sido ou continuar sendo”. Isto vale não apenas para as produções cinematográficas, mas para

toda a indústria cultural, que se utiliza dos desejos instituídos na cultura de massa para se estabelecerem no mercado.

Savage (2007) enfatiza a importância da indústria do entretenimento para formação da cultura do culto à jovialidade presente no mundo contemporâneo. Para o autor, essa cultura começa a se consolidar na década de 1940-1950, com o aumento de produções voltadas para o consumo juvenil e a instauração de grandes ícones jovens, como Frank Sinatra e James Dean. Em 1980, o mercado juvenil ganha mais força com a chegada de plataformas voltadas para o consumo deste grupo, como a MTV e a consolidação de revistas *teen* como *Seventeen* e *Capricho* (Machado, 2011).

No mundo dos livros, temos o exemplo da saga Harry Potter, que conquistou milhares de fãs ao redor do mundo. A produção infantojuvenil encanta não somente crianças e adolescentes, mas adultos também, que acabaram tornando-se um dos principais públicos consumidores das histórias. De acordo com Borelli, em seu texto “Cenários juvenis, adultescências, juvenilizações: a propósito de Harry Potter” (2008), em uma pesquisa realizada em 2001, entre indivíduos que desejavam comprar produtos de Harry Potter, 57% eram crianças e 43% adultos. A investigação, realizada há mais de 20 anos, já demonstrava a força de consumo do público adulto pela saga infantojuvenil. As vendas foram tão exorbitantes que J.K. Rowling se tornou uma das pessoas mais ricas do mundo, com uma fortuna maior que a da Rainha da Inglaterra (Bright, 2003). Até os dias atuais, Harry Potter se mantém na lista de livros mais vendidos, com “Harry Potter: Meu diário mágico” e “Harry Potter e a pedra filosofal” aparecendo no catálogo de obras mais vendidas de 2024 no Brasil, somando mais de 20 mil cópias (Lista [...], 2024).

No cinema, as animações da Pixar são um grande exemplo, emocionando e divertindo crianças e adultos. Com personagens complexos e inúmeras metáforas sobre situações da vida cotidiana, as animações, antes elaboradas para o público infantil, passaram a ser para a “família”, com intenção de atrair e incluir os adultos que gostam e consomem as produções do gênero.

Já na indústria musical, há uma legião de composições sobre a exaltação da juventude nos mais variados gêneros. As músicas vão desde Ramones (*I Don't Wanna Grow Up*, 1995) até Miley Cyrus (*Younger Now*, 2017, e *Used To Be Young*, 2023), e são cantadas por artistas não-adolescentes por décadas. Estas canções manifestam os mais diversos desejos sobre a juventude: o de nunca crescer e ser jovem para sempre; o de se sentir mais jovem do que anteriormente; o de viver a juventude e suas estripulias enquanto se pode; o de culpar a juventude sobre erros do passado, entre outros.

Aos 20 anos, Britney Spears retratou o espaço entre juventude, vida adulta e amadurecimento em “*I’m Not A Girl, Not Yet A Woman*” (2001): “*I’m not a girl, there is no need to protect me. It’s time that I learn to face up to this on my own*”. No Brasil, um dos maiores sucessos da banda Legião Urbana, Tempo Perdido (1986), aborda a percepção de tempo e juventude: “O que foi escondido é o que se escondeu, e o que foi prometido ninguém prometeu. Nem foi tempo perdido, somos tão jovens”.

Ainda, podemos observar as potências da cultura jovem na música e na sociedade com os movimentos juvenis, que foram e são tão importantes no gerenciamento de identidade das juventudes e na cultura social. O movimento *hippie*, tropicalismo, *rock and roll*, *punk*, emo, *rap* e *hip-hop*, o funk e suas manifestações, entre outros, moldaram juventudes em diferentes épocas, afetando percepções, subjetividade, expressões e visões de mundo, influenciando também na política, cultura e economia.

Um exemplo do crescimento do mercado jovem foi o nascimento do rock n’ roll - um gênero de música popular que amarrou, muito mais de perto que seus antecessores, o processo do marketing de massa, a disseminação midiática e as demandas da juventude (Osberg, 2004, p. 22).

Segundo Cook (1998), “No mundo de hoje, decidir qual tipo de música ouvir é uma parte significativa da decisão e anúncio não somente do que você ‘quer ser’ [...] mas de quem você é”. Dessa forma, a música é não apenas um impulsionador da cultura e sociedade, mas sim um importante formador e marcador de identidade. Através da música, é possível integrar comunidades, relacionar-se com os outros e provocar diferentes emoções e sensações, incluindo o pertencimento.

Todos esses casos demonstram como a juvenilização está presente na cultura de massa e como ela pode se manifestar de diferentes maneiras, afetando comportamentos, crenças, processos de subjetividade, comunicação, emoções etc. Tendo em vista as composições de Olivia Rodrigo sobre suas experiências adolescentes, podemos observar que o gerenciamento de subjetividade do grupo adulto é gerado pela juvenilização da cultura. A música é um importante marcador de identidade, capaz de suscitar as mais diversas emoções, como paixão, raiva, tristeza, saudade, alegria, dentre outras. Com isso, identificar-se com músicas que retratam a condição adolescente acaba significando pertencer à categoria de “jovem”, associando-se a sentimentos e afetações comumente relacionados à fase adolescente da vida. Além disso, essa identificação permite conectar-se e criar relações com aqueles que vivenciam a adolescência atualmente.

Na cultura atual, o adulto deseja ser e aparentar ser jovem, o que significa que não apenas as simbologias e produtos do grupo são consumidos, mas também seus comportamentos, inseguranças e angústias também provocam a identificação. A aspiração por nunca deixar de ser jovem acaba sendo irrealista, pois os seres humanos ficam mais velhos a cada segundo. Entretanto, o movimento de juvenilização da sociedade trata de camuflar as divergências entre adolescentes e adultos obtidas com a maturidade, colocando-os em diferentes categorias da palavra “jovem” – por idade ou por estilo de vida e consumo.

4 *I HOPE YOU'RE HAPPY: COMUNIDADE DE FÃS E SUAS DINÂMICAS*

A compreensão sobre a figura do fã e os seus modos de interação mudaram consideravelmente ao longo das últimas décadas. Estas transformações estão intrinsecamente conectadas com os avanços da cibercultura, que modificaram o modo como nos integramos, comportamos, interagimos e agimos enquanto sociedade.

Com isso, este capítulo tem o objetivo de trazer um breve panorama histórico sobre a visão construída socialmente sobre o fã, como são estruturadas as comunidades e suas dinâmicas e como estes indivíduos se relacionam entre eles mesmos e com a sociedade contemporânea, tendo em foco o fã-clubes da cantora americana Olivia Rodrigo, além de analisar suas motivações e especificidades.

4.1 A evolução na percepção sobre o fã ao longo dos anos

Segundo o renomado autor e pesquisador Henry Jenkins (1992, p. 12), a origem da palavra “fã” está associada a palavra “fanático”, que vem do latim “*fanaticus*”: “No seu sentido mais literal, ‘*fanaticus*’ simplesmente significava ‘de ou pertencente ao templo, um servo do tempo, um devoto’, mas ele rapidamente assumiu conotações mais negativas”.

O estereótipo negativo em relação à figura do fã perpetuou por décadas na sociedade, muitas vezes rotulados como “obsessivos”, “alienados”, “maníacos”, “histéricos” ou até mesmo como indivíduos perigosos. De acordo com Monteiro (2007, p. 25), “psicopatas homicidas, nerds anti-sociais, groupies sexualmente liberadas e adolescentes histéricas acabam representando modelos de fãs dos quais os próprios fãs, em regra, desejariam se afastar”. Na indústria musical, a imagem marginalizada do fã era frequente, com alguns casos extremos que acabavam reforçando as associações negativas.

Durante a ascensão da banda inglesa The Beatles, durante os anos 1960 e 1970, surgiu um dos primeiros e maiores fenômenos da cultura de fãs globalmente. O sucesso dos garotos de Liverpool causou grande comoção popular nunca vista anteriormente. O fascínio pela banda na época, principalmente pelo público feminino, era percebido como uma forma de histeria coletiva – em um momento histórico em que a histeria era reconhecida como uma doença psicológica, um transtorno mental que afetava exclusivamente mulheres.

Casos de perseguição, invasões de propriedades privadas e até mesmo homicídios, como o episódio do ex-Beatle John Lennon, que teve sua vida tirada por um fã, fortaleceram por muitos anos a concepção popular negativa sobre os fãs. Esses eventos, que eram trágicas

exceções, eram casos que ultrapassavam a idolatria e se transformavam em crimes, além de exceder os limites entre o público e o privado, transparecendo um comportamento e alimentando representações que não refletiam a comunidade como um todo.

Nos anos 80 e 90, ser fã era basicamente escolher entre dois caminhos: o da obsessão, caracterizado pela perseguição e psicopatia das fãs, ou então fazer parte do mundo das *groupies*, normalmente relacionado à *fandoms* musicais, com centenas de garotas histéricas atrás de seus ídolos. Todo e qualquer comportamento do fã era considerado patológico (Barros; Monteiro, 2010, p. 9).

Até os dias atuais, podemos encontrar notícias e manchetes midiáticas sobre casos de invasão domiciliar, *stalkers* e mortes de celebridades vinculadas a fãs. A cantora Taylor Swift já teve suas residências invadidas algumas vezes por indivíduos que se diziam apaixonados pela artista – um deles chegou até a dormir em sua cama (Taylor [...], 2024). Miley Cyrus recentemente conseguiu uma medida protetiva contra seu *stalker* de anos, que a perseguia e enviava constantemente cartas de teor sexual e ameaçadoras para a cantora (Prestin, 2023). Outro triste caso é o de Christina Grimmie, que foi assassinada por um fã enquanto dava autógrafos após um show. Segundo a polícia, o sujeito teria viajado para o local para cometer o crime (Cantora [...], 2016). Contudo, essas situações não interferiram na visão geral contemporânea sobre a figura do fã, que deixou de ser considerado “excessivo” e “doentio” dos anos 1980 para ser compreendido como um agente importante na indústria cultural e cultura de massa, como veremos com mais profundidade a seguir.

A percepção do fã, enquanto um sujeito passivo, com pouco ou nenhum senso crítico, e obsessivo, começou a mudar a partir do advento tecnológico e dos meios de comunicação, que possibilitaram uma maior visibilidade para o grupo e sua produção de conteúdo, interatividade, colaboração e participação ativa. Nos estudos e na indústria cultural, a figura do fã passou a ser enaltecida e reconhecida como um importante agente na cultura de massa, tanto por suas criações quanto por seu poder de influência em relação a sua comunidade (Freire Filho, 2007; Jenkins, 2008).

Além disso, com a cibercultura e o estabelecimento das mídias sociais, não apenas a comunicação entre fãs foi facilitada, mas a aproximação com o ídolo, que se encontra a uma mensagem de distância. Com isso, os fãs sentem-se mais íntimos do artista, acompanhando suas postagens sobre trabalho e vida pessoal, na esperança de um dia serem notados. Essas relações parassociais entre fãs e ídolos não necessitam de uma reciprocidade, sendo estabelecidas sem a necessidade de uma interação ou encontro social – por mais que o fã deseje ser visto e reconhecido por seu ídolo, estabelecendo uma conexão cada vez mais próxima (Rojek, 2008).

Para Jenkins (2008), esse movimento de fãs vai ao encontro do que ele denomina como cultura participativa. Segundo o pesquisador, os fãs não desejam mais ser meros consumidores, mas participantes plenos na construção e ressignificação de produtos, dinâmicas, conteúdos, interações, informações, atividades e processos relacionados ao sujeito ou objeto amado, contribuindo para o fortalecimento do ídolo e de sua comunidade.

De acordo com um relatório divulgado pela plataforma de fãs Stanly⁶ (2024), em um estudo realizado com 5 mil fãs de todo mundo, entre 15 e 35 anos, os fãs encontram no ídolo e na comunidade a sua própria motivação para produzir conteúdos, eventos, merchandising, entre outros: “Seu principal objetivo é promover seus artistas favoritos e compartilhar a felicidade com outras pessoas que tenham interesses semelhantes” (Stanly, 2024, tradução nossa).

A participação é vista como uma parte normal da operação de mídia, e os debates atuais giram em torno das condições dessa participação. Assim como o estudo da cultura dos fãs nos ajudou a compreender as inovações que ocorrem às margens da indústria midiática, podemos também interpretar as estruturas das comunidades de fãs como a indicação de um novo modo de pensar sobre a cidadania e colaboração (Jenkins, 2008, p. 314).

Além disso, a produção e participação ativa dos fãs estudada por Jenkins (2008) está também associada ao que Lévy (2004) denomina como inteligência coletiva. Por seu caráter cooperativo, a cultura de fãs é configurada através de um processo de construção coletiva de ideias, informações, experiências, afetos, interações etc., produzidas e consumidas por seus próprios integrantes em prol do ídolo, facilitados pelo advento da cibercultura, que possibilitou que os indivíduos pudessem compartilhar suas “inteligências individuais” com todo o mundo em um piscar de olhos, sem barreiras geográficas ou comunicacionais.

Para Recuero (2009), a conexão dentro da comunidade de fãs acontece por meio da interação social entre esses indivíduos. A comunicação entre os fãs estimula novas ideias, criações e identificação, para além do compartilhamento do vínculo emocional, vivências, visões de mundo e memórias, sendo capaz de expandir o conhecimento e experiências no grupo.

Analisando os estudos de Jenkins (2008), Lévy (2004) e Recuero (2009), é possível observar que ser fã é muito mais do que apenas gostar de um artista, de uma série, de um personagem ou de um produto. Para além do vínculo emocional, é também fazer parte de uma comunidade colaborativa, agindo em prol do sujeito ou objeto querido, contribuindo para o seu

⁶ STANLY. **2024 Stans Report**. [S. l.]: Stanly, 2024. Disponível em: <https://event.stanlyapp.com/2024-stans-report-by-stanly>. Acesso em: 12 dez. 2024.

crescimento e se conectando com outros indivíduos que possuem a mesma identificação, afetos e disposição em torno da paixão em comum.

Com o objetivo de fortalecer e colaborar com a comunidade a qual pertencem, os fãs realizam diferentes tipos de ações e iniciativas em benefício do ídolo. Subir *hashtags* no X/Twitter, organizar *streaming parties* nas principais plataformas, promover mutirões para votar em premiações ou pedir o *single* nas rádios, além de criar produtos especiais para fãs ou até mesmo produzir artes compartilháveis, *fanfics*, *fanarts* e *fancams* são formas de ativação do *fandom* que mostra sua dedicação para que o ídolo alcance cada vez mais sucesso e mantém a comunidade ativa.

Como Monteiro (2010) ressalta em seus estudos, os fãs se transformam em designers, jornalistas, fotógrafos, produtores, escritores etc., para gerar conteúdos de valor dentro de sua comunidade. Em alguns casos, como nos das *fanfics*, os usuários ressignificam histórias e vivências para criarem suas próprias realidades alternativas, seja atribuindo novos elementos à uma série, mudando o final e o futuro dos personagens de um livro, ou até mesmo produzindo uma história romântica em que possui um relacionamento com o seu ídolo.

Entretanto, em seus estudos sobre os *prosumers* (produtores-consumidores), Rett, Burrowes e Machado (2019) atentam-se para um fator muito importante nos processos de produção mercadológicos atuais: os usos e lucros das plataformas com os conteúdos e interações dos usuários. O sistema atual, em que os indivíduos realizam a produção e manutenção diária de conteúdos nas mídias sociais, acaba não sendo uma relação lucrativa recíproca. Enquanto os usuários utilizam esses espaços *online* para gerarem conteúdos e conversas, incentivados pelas próprias plataformas, as empresas administradoras lucram com suas postagens e interações, tornando-se trabalhadores não-remunerados, com poucas possibilidades de obter algum tipo de rendimento ou crédito.

Portanto, podemos observar que ser fã é muito mais complexo do que o estereótipo social demonstra. Com o seu incansável desejo de manifestar o seu amor pelo ídolo, fãs se dedicam diariamente criando, interagindo e agindo em prol do que amam, ajudando não apenas o ídolo a crescer, mas a sua comunidade, agregando valor de inúmeras formas, gerando conversas dentro do grupo e fomentando sua própria cultura. No próximo tópico, vamos destrinchar um pouco mais a relação emocional dentro da comunidade de fãs, o *fandom*, verificando suas relações, afetos, comportamentos, efeitos na subjetividade e visões de mundo, além das dinâmicas enquanto grupo.

4.2 Dinâmicas e afetos nas comunidades de fãs

Conforme o estudo da plataforma *Stanly* (2024), ser fã é mais do que um mero passatempo, é um hábito capaz de durar a vida inteira para a maior parte dos integrantes, iniciando na juventude e permanecendo por mais de uma década. Entre as razões para ser fã, estão: 1. Uma válvula de escape e um verdadeiro momento de alegria; 2. Admiração pela personalidade e trabalho dos ídolos; 3. A felicidade que seu ídolo traz; 4. Amizades importantes que foram formadas no *fandom*. Com isso, é perceptível que ser fã agrega na identidade destes indivíduos e confere pertencimento a um grupo, aliviando os problemas da vida, trazendo a sensação de bem-estar e possibilitando a formação de amizades com pessoas que compartilham das mesmas paixões.

De acordo com a psicóloga Camila Carota, ser fã auxilia no desenvolvimento de habilidades sociais e cria comunidades de apoio:

Iniciar relacionamentos interpessoais com um tópico em comum ajuda a quebrar o gelo. Dessa forma, você evita os típicos iniciadores de conversa e, a partir desse tópico comum inicial, as amizades podem se desenvolver. As conversas podem facilmente evoluir da discussão de um ídolo para o compartilhamento de situações da vida cotidiana (Stanly, 2024, tradução nossa).

Para isso, a construção, o desenvolvimento e a integração da comunidade de fãs são de extrema importância, o que é explícito desde a composição da palavra *fandom*: a expressão é formada pela conexão das palavras “*fan*” e “*kingdom*”, do inglês “fã” e “reino”, respectivamente. Sendo assim, o *fandom* é o “reino dos fãs”, com comunidades desenvolvidas com suas próprias culturas, atividades, crenças, ideias, comportamentos e discussões, onde os indivíduos se sentem confortáveis para serem eles mesmos e compartilharem seu amor com outros fãs. Contudo, Matt Hills (2002) destaca o teor emocional da comunidade, argumentando que sem o apego emocional e paixão dos indivíduos pelos ídolos ou objetos culturais, não seria possível existir a cultura de fãs.

Emoções ou paixões não são, simplesmente, componentes constantes da psicologia e da fisiologia humana, mecanismos inatos. Elas são configuradas, também, por histórias: a história particular de cada indivíduo e a história cultural de cada termo referente à emoção. [...] [O] que uma determinada pessoa ama ou amará depende, em primeiro lugar, do que uma comunidade convencionou denominar amor (distinguindo-o, por exemplo, de opostos possíveis como “luxúria” ou “amizade”), sendo condicionado, ainda, pelo que aquela comunidade permite ou proíbe, o que uma cultura concebe como íntimo ou inimaginável, no que concerne aos objetos e às expressões do amor (Potkay, 2007, p. vii).

Ser integrante de um *fandom* é inserir o grupo que participa, toda a sua devoção e dedicação pelo que gosta, em sua própria identidade. Está atrelado a um vínculo emocional que os indivíduos possuem em referência a um produto/artista e, dentro desses *fandoms*, é que os fãs se sentem livres para expressar seus sentimentos com outros participantes, constituindo assim uma grande “comunidade emocional”. A construção de relações com outros fãs que compartilham dos mesmos interesses proporcionam os sentimentos de aceitação e pertencimento, o que contribui para a redução da sensação de solidão, auxiliando também na saúde mental dos integrantes (Stanly, 2024).

[...] todos os grupos têm um componente emocional - emoções, de fato, mantêm os grupos unidos. A participação em grupos apresenta o indivíduo tamanho grau de dificuldades e oportunidades que, sem um comprometimento emocional, muitos grupos seriam desfeitos à aparição do primeiro problema real (Shirky, 2011, p. 146).

Dessa maneira, a comunidade se conecta através de suas dinâmicas e afetos com seus integrantes, influenciando também no gerenciamento de identidade destes indivíduos. As noções de pertencimento intrínsecas ao *fandom* se cruzam com a subjetividade de cada fã, moldando pensamentos, comportamentos e visões de mundo.

As experiências emocionais vivenciadas pelos fãs se transformam em laços fortes e íntimos não apenas com o objeto-ídolo, mas também com os integrantes do *fandom* que são tocados por ele. Pensando na indústria musical, temos as canções como pontos-chave para fortalecer essa relação. As músicas são capazes de ativar diferentes sentimentos e conexões entre fãs: uma composição triste sobre término de relacionamento pode levar indivíduos às lágrimas, eles tendo passado por essa situação recentemente, ou até mesmo chorarem pela experiência que nunca tiveram. Ao falar de Olivia Rodrigo, as canções sobre o primeiro coração partido, rebeldia e questões de autoestima conectam-se com o que as pessoas estão vivenciando, já vivenciaram em outro momento ou gostariam de ter vivido, criando uma espécie de manifesto coletivo impulsionado pelo sentimento aflorado pela música.

Em um estudo realizado por Silva (2020) sobre os reflexos da narrativa terapêutica de Demi Lovato em seu *fandom*, a autora expõe diferentes relatos de fãs que compartilharam como as músicas e discursos de Demi os auxiliaram com suas dificuldades pessoais. A cantora dividiu com os fãs suas batalhas contra depressão, transtorno alimentar e dependência de substâncias ilícitas, transformando-se em uma das grandes porta-vozes sobre as questões. Entre as mensagens, os fãs comentaram sobre temas que vão desde separação dos pais até tentativas de suicídio, colocando Demi na posição de salvadora. Porém, é importante observar que nem todas

as questões apontadas estão relacionadas diretamente aos problemas que Lovato compartilhou com o público, demonstrando o desdobramento de diferentes interpretações e narrativas sob uma mesma mensagem, que se conectam emocionalmente e profundamente com a narrativa apresentada. Com isso, a comunidade vira não apenas um ambiente receptivo, mas também um grupo de apoio entre esses indivíduos.

Essas experiências emocionais também são compartilhadas no ambiente físico, seja em shows, eventos ou reuniões. A união de fãs em um mesmo local, compartilhando seus sentimentos em conjunto – seja chorando, gritando ou apenas cantando –, são formas poderosas de conexão do íntimo em meio a uma multidão de pessoas que os entendem e dividem o mesmo afeto uns com os outros. A jornalista Hannah Ewens, em seu aclamado livro *Fangirls* (2019), reflete sobre as questões identitárias dos fãs enquanto indivíduos e grupo: “O fandom é ao mesmo tempo uma jornada de autoconhecimento e um canal para conexão e camaradagem. Ser fã é gritar sozinho, junto”.

Ainda, o gerenciamento de identidade relacionado ao ser fã pode também ganhar uma forma expandida, em que, através do universo do ídolo, os indivíduos adquirem novos gostos, interesses, conhecimentos, habilidades e visões de mundo diferenciadas, que talvez não teriam se não fossem fãs. Eles aprendem novos idiomas para conseguirem compreender o que é dito pelo artista, aprendem a dançar para replicar coreografias, manuseiam ferramentas de edição de imagens e vídeos para produzir conteúdos, desenvolvem sites, estudam profundamente sobre outras culturas, passam a ter hábitos de leitura ao fazerem parte de clubes de livros do idolatrado etc. São saberes e práticas conquistadas que podem ser utilizadas não apenas dentro da comunidade, como também fora dela, contribuindo em seu desenvolvimento pessoal e fomentação da subjetividade.

Todavia, nem tudo são flores dentro do *fandom*: a paixão pelo artista/objeto os move, mas o ódio também. De acordo com a pesquisa realizada pela agência Monks ao lado da Float⁷, “1 a cada 3 entrevistados confessou que é ou já foi incentivado pelo próprio fandom a ser *hater* de outros fandoms”. Essa rivalidade é construída de diferentes formas: disputas sobre quem é o maior/melhor artista ou objeto cultural, inimizades já existentes entre os artistas e que se amplificam para sua fã-base, comparações entre objetos e ídolos de nichos similares que seriam seus principais “concorrentes”, ciúmes do ídolo com seus parceiros românticos, posturas que não condizem com suas próprias crenças morais, entre outros fatores.

⁷ VIBES EM ANÁLISE: A era dos fandoms. André Alves e Lucas Liedke. São Paulo: 31 out. 2024. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/2cJpLjfGn4rcIg74cz7nhE?si=788324355961403d> Acesso em: 10 nov. 2024.

Em seus estudos sobre amor e ódio dentro das comunidades de fãs, o pesquisador João Freire Filho (2013) traz a perspectiva de como as declarações raivosas dos denominados “antifãs” também são uma parte importante dentro da cultura do *fandom*. Tendo em vista a base de fãs de Olivia Rodrigo, podemos encontrar uma rivalidade acirrada com o *fandom* de Sabrina Carpenter, atriz e cantora acusada de ser o pivô para o fim da relação entre Olivia e Joshua Bassett, protagonistas de *High School Musical: The Musical: The Series*. A rixa entre os fãs das ex-estrelas da Disney começou após os lançamentos de Olivia, como *Drivers License* e *Traitor*, em que relata os conflitos e mágoas sobre seu antigo namoro. Enquanto os *Livies* acreditam que Sabrina é uma “vadia” e “destruidora de relacionamentos”, os *Carpenters* dizem que Olivia é uma “vitimista” e que “usa o ódio feminino para se autopromover”.

Apesar de nenhuma das artistas ter declarado inimizade uma com a outra em algum momento, ou ter citado nomes em composições ou entrevistas, suas comunidades sentem-se livres para destilar sua raiva entre si com base em teorias, investigações e conexões realizadas por eles. Ainda, a alta exposição e engajamento em torno do triângulo amoroso gera disputas sobre quem seria a “vilã” e a “mocinha” da história, título empregado pelo público e que exclui as ambiguidades, os múltiplos pontos de vista e o não-conhecimento de toda a história, daquilo que não foi exposto publicamente pelas artistas.

Neste caso, com Olivia Rodrigo no auge de sua carreira e sendo a primeira a revelar o seu “lado” da história, ela ganhou a fama de “mocinha” aos olhos do público, enquanto Carpenter era tida como a “vilã”. Em 2022, Sabrina lançou a faixa *Because I Liked A Boy*, em que ela narra sua relação o ódio que recebeu do público durante o período:

*Now I'm a homewrecker, I'm a slut
I got death threats filling up semi trucks
Tell me who I am
Guess I don't have a choice
All because I liked*

*I'm a hot topic on your tongue
I'm a rebound gettin' round
Stealin' from the young
Tell me who I am
Guess I don't have a choice
All because I liked a boy (Because [...], 2022).*

Ao final da canção, a cantora ainda revela que quando o triângulo ganhou a mídia e redes sociais, ela e Bassett já não estavam mais juntos, dando a entender que a proporção da exposição e suas repercussões já não faziam mais sentido, visto que estavam retomando uma relação que já era passado.

Grasso (2002) manifesta que em elos constituídos pela raiva, o indivíduo em posse do sentimento aparece como uma espécie de agente da razão, assumindo um papel de juiz em um tribunal público sobre o comportamento dos malfeitores. Contudo, isso não quer dizer que esses julgamentos sejam feitos de forma justa: as expressões de raiva têm inúmeras motivações, significados, nuances e complexidades. Os fãs e antifãs que possuem uma relação parassocial com os artistas, muitas vezes, se baseiam em teorias sem muitas evidências e não possuem conhecimento sobre o todo, apenas àquilo que foi escolhido expor publicamente. Além disso, ocorre a parcialidade de seus julgamentos, que muitas vezes estão voltados a confirmar ideias preestabelecidas sobre aquilo/aqueles que já desgostam do que quer chegar a um posicionamento que seja imparcial, que pode “favorecer” o outro lado que deseja considerar como culpado.

Portanto, é possível observar que o ódio pode ser utilizado como forma de proteção ao idolatrado, mesmo que não haja necessidade para tal. A linha tênue entre amor e ódio se encontra na idealização do fã pelo sujeito ou objeto de interesse, seja ela sobre sua carreira, vida pessoal, comportamentos, crenças etc.. Tudo aquilo que for contra ao que foi idealizado pelo fã é visto como inimigo, podendo esse antagonista ser até mesmo o próprio ídolo.

Esse fenômeno está intrinsecamente ligado à cultura colaborativa da comunidade (Jenkins, 2008), como abordado anteriormente. O fato do fã cooperar ativamente com o *fandom* e com a manutenção da carreira do ídolo faz com que ele se sinta parte de suas conquistas, como um dos principais responsáveis pelo sucesso. Essa crença traz à tona alguns sentimentos e comportamentos perante o admirado: o aumento de expectativas e o desejo de controle, tanto sobre sua carreira quanto sobre vida pessoal.

Por colaborarem com seus ídolos, os fãs acreditam que é dever deles corresponder às suas expectativas, seja participando de um evento específico ou até se relacionando com pessoas que agradem a sua comunidade. Nessa perspectiva, a relação se transforma em uma espécie de cobrador e devedor, em que o ídolo sempre está em dívida com o fã pelo seu trabalho para promovê-lo, enquanto eles sempre estão com a “posse” de sua carreira, podendo erguer ou destruir o seu sucesso.

Quando as expectativas do *fandom* não estão alinhadas com as condutas do sujeito admirado, ocorre uma frustração por parte dos fãs, que sentem-se no direito de cobrar seu ídolo por atitudes, posicionamentos, movimentações e escolhas melhores. Essas exigências dos fãs vão desde mudança de empresário e gravadora, término de namoro, presença na mídia, até posicionamentos políticos – principalmente quando os ídolos são ativos em causas sociais. Em

casos extremos, essa não-correspondência de expectativas pode resultar na saída de fãs da comunidade e na transformação do ídolo como o próprio “inimigo” de sua carreira e vida.

Essas manifestações de raiva vão desde fãs do One Direction queimando itens da Taylor Swift, após ela começar a namorar um dos integrantes da banda, até fã colocando fogo em uma poltrona de cinema como forma de protesto por Lady Gaga não ter vindo ao Brasil para divulgar seu novo filme, afirmando que “da próxima vez incendiará toda a sala, para conseguir chamar ainda mais a atenção da artista” (Nestlehner; Locateli, 2024).

Entretanto, seguir as vontades dos fãs não deve ser sinônimo de sucesso. As estratégias de *fanservice*, termo utilizado para designar um “serviço feito pelos criadores e direcionado aos fãs, com o intuito de agradá-los e de engajá-los à obra em questão” (Mendes; Cury, 2018), sendo observado não apenas na ficção, mas também na vida real de celebridades. O método vem sendo cada vez mais discutido na indústria cultural, colocando em questionamento fatores como autenticidade, liberdade criativa e seus limites de uso.

Na ficção, os comentários dos fãs sobre as produções podem exercer influência sobre o destino de personagens, principalmente em casos em que a obra segue em andamento, como em seriados de televisão. Mudanças no enredo são realizadas com o objetivo de entregar o *fanservice* e engajar cada vez mais o público, oferecendo o que eles querem. Porém, quando essas interferências não são usadas corretamente ou em excesso, podem acabar prejudicando a estruturação da narrativa. É o caso da série *The Vampire Diaries* que, após reclamações do público sobre a morte de alguns personagens queridos, a produção decidiu trazê-los de volta à vida. O recurso foi aplicado inúmeras vezes ao longo das oito temporadas, fazendo com que a obra perdesse seu arco narrativo e fluidez, deixando buracos na história e tornando-se cada vez mais cansativa e decepcionante aos olhos do público.

Já no universo do K-Pop, o *fanservice* é comumente empregado entre membros dos grupos que são *shippados* pelos fãs. Em suas aparições públicas, há diferentes demonstrações de afeto e dinâmicas diferentes que não acontecem com outros integrantes, suscitando rumores sobre uma possível relação amorosa da dupla, que nunca é confirmada ou falado abertamente sobre. Esses momentos agradam os fãs entusiastas do casal, que engajam, interagem e produzem cada vez mais conteúdos em torno desses momentos de afeto. Por outro lado, parte dos fãs sentem-se enganados, não conseguindo distinguir o que seria realidade e o que seria marketing.

Diante disso, é possível observar que a idealização do ídolo e a quebra de expectativas andam em conjunto e estabelecem uma certa fragilidade na relação entre fã e artista. Isso não significa necessariamente que as pessoas deixarão de ser fãs sempre que o ídolo não agir

conforme gostariam, e sim que irão expor incansavelmente seus posicionamentos e opiniões, fazendo com que o artista saiba o que eles pensam e querem enquanto fãs e comunidade.

É importante ressaltar também que as dinâmicas de amor e ódio nos *fandoms* são incentivadas pelo algoritmos e mecânicas de funcionamento das mídias sociais. Segundo Max Fisher, em seu livro *A máquina do caos* (2023), as plataformas são construídas de forma a estimular a competição entre os usuários, em uma constante “guerra de atenção”, com mais engajamento, mais alcance, audiência e influência, sejam elas positivas ou não. Isso faz com que exista não apenas uma hierarquia dentro do *fandom*, em que fãs disputam entre si em busca de atenção e autoridade internamente, sendo vistos como “mais fãs” e “mais engajados” que outros, como também a polarização das redes endossa a competição dos *fandoms* com outras comunidades.

Além de afetarem as dinâmicas sociais, a rivalidade promovida pelas plataformas também é de interesse econômico e político, em que as discussões inflamadas proporcionam um maior engajamento na rede, o que impulsiona o crescimento da plataforma e na venda de cada vez mais anúncios, auxiliando também na manutenção da rede em si, como visto no trabalho de Rett, Burrowes e Machado (2019).

Logo, as dinâmicas que envolvem as relações entre fã-ídolo e fã-fã e suas nuances demonstram a complexidade do tema. Os fãs são responsáveis pelo gerenciamento da comunidade e criam sua própria cultura, com seus próprios comportamentos, ideais, conteúdos e comunicações, influenciando e sendo influenciados pelo ídolo. O *fandom* de uma celebridade mais hostil pode adotar a postura mais agressiva diante de outros grupos de fãs e até mesmo do próprio artista, quando alguma decisão sua não os agrada.

Apesar de os fãs compartilharem similaridades com seus ídolos e os defenderem ferozmente dos críticos, eles não são seres alienados e passivos, como se acreditava anteriormente. Com a expansão tecnológica e da cultura colaborativa, tornou-se possível analisar mais a fundo os fãs enquanto indivíduos e comunidades, verificando suas afinidades e diferenças. Mais do que fãs, eles desejam ser coprodutores, auxiliando na tomada de decisões e movimentações da carreira e vida pessoal de seus ídolos. Ainda, dispõem de senso crítico para salientar o que gostam e o que desgostam, o que o artista deveria ou não fazer, manifestam seus descontentamentos, sabem de seu poder e o utilizam como forma de exigir mudanças em prol do sucesso do ídolo – mesmo que eles não tenham o conhecimento necessário para saber se tal demanda é viável ou não ou até mesmo se trará os resultados que desejam.

4.3 Descrição do percurso metodológico

O estudo da dissertação busca compreender os sentidos atribuídos por adultos a músicas que tratam da experiência da adolescência. Na sociedade, estabelecemos segmentações que diferem os comportamentos entre diferentes fases da vida e faixas etárias, explorados no trabalho em desenvolvimento. Entretanto, essas representações sociais partem de um senso comum e, ao mesmo tempo em que nos auxiliam a interligar hábitos, elementos e vivências semelhantes entre sujeitos em certo momento da vida, elas também acabam sendo limitantes ao não explorar as particularidades e sensibilidades, suas diversas relações, sentidos, comunicações e emoções, que se complementam e se estão sempre em mutação (Guattari; Rolnik, 1993). Dessa forma, possuímos uma identidade que está em contínua transformação, podendo retornar a características, como as da adolescência, de acordo com sua experimentação, e desenvolver uma nova que integra as referências do passado com as atuais.

Foi escolhido realizar o trabalho a partir da perspectiva cartográfica, mapeando os espaços que estes fãs ocupam no ciberespaço, analisando os afetos, conversas, comportamentos, experiências e movimentações na subjetividade e todas as nuances que envolvem o grupo de admiradores adulto. Para Caiafa (2019, p. 42), neste tipo de pesquisa, é de suma importância “renunciar a convicções, ideias preconcebidas, libertando nossa experiência, em alguma medida, do apoio da reconhecimento”.

A cartografia está associada ao pensamento pós-estruturalista e é uma perspectiva metodológica recente que pode ser compreendida como metodologia, método ou procedimento metodológico, dependendo do uso, da intenção de quem pesquisa e da dimensão que ela ocupa no processo. Partimos do princípio de que ela se configura como um método aplicável à comunicação tendo em vista a extensão da sua processualidade e a articulação que constrói com todas as etapas da pesquisa, inclusive com a teórica (Martins do Rosário; Coca, 2018, p. 35)

Tendo em mente que “não somos isolados em um vazio social: compartilhamos o mundo com outros, neles nos apoiamos — às vezes convergindo; outras, divergindo” (Jodelet, 2001, p. 31), um panorama geral dos meios digital e físico torna-se fundamental não apenas para a melhor compreensão das práticas e subjetividades dos indivíduos, mas também dos grupos aos quais pertencem.

Além disso, com a cartografia, é possível desenvolver um projeto em construção coletiva com os sujeitos do estudo, com entrevistas, diários de campo, coleta de depoimentos, explorando as dinâmicas, oportunidades e desafios que se apresentarem durante o percurso,

conhecendo as formas de pensar, sentir, agir, comunicar e viver dos indivíduos (Passos; Kastrup, 2014).

A aposta da cartografia é na construção coletiva do conhecimento por meio de uma combinação que pode parecer, à primeira vista, paradoxal: acessar e, ao mesmo tempo, construir um plano comum entre pesquisadores e pesquisados. O comum tem como sua figura oposta o próprio ou particular que sempre ameaça absorvê-lo quando nos fechamos em um espaço comunitário que desenvolve práticas para identificar quem está dentro e quem está no seu exterior. Apostar nos pontos de vista próprios ou particulares é confundir o comum com o homogêneo (Passos; Kastrup, 2014, p. 24).

Essas reflexões entram em contato com a noção de agenciamento e rizoma, descritas por Deleuze e Guattari (1995). O agenciamento reúne a conexão entre corpos e outros elementos, “um regime de signos”, pelos quais nos constituímos e nos alteramos, em um processo de criação que atravessa a existência humana. O conceito está associado às relações de poder, que interferem diretamente nas relações — materiais ou abstratas — com os dispositivos presentes em nossas vivências e na construção da realidade. Já o rizoma é referente à multiplicidade, em que cresce em diferentes direções, movendo-se constantemente, criando e rompendo conexões com diversos pontos. Neste sentido, as ideias expostas pelos autores estão ligadas à produção de subjetividade humana, que é produzida o tempo inteiro no cotidiano, a partir das inúmeras relações e rupturas com outros seres, objetos, valores, ideais etc.

Um agenciamento é precisamente este crescimento das dimensões numa multiplicidade que muda necessariamente de natureza à medida que ela aumenta suas conexões. Não existem pontos ou posições num rizoma como se encontra numa estrutura, numa árvore, numa raiz. Existem somente linhas (Deleuze; Guattari, 1995, p. 17).

No que diz respeito aos afetos, eles também são parte do processo de individuação — que também pode ser coletivo — e estão na substância das relações e produção da subjetividade, sendo condição de transformação e sujeição, e associados à produção do desejo (Rolnik, 2006; Read, 2016). No projeto de pesquisa, as relações entre subjetividade e afetos são nítidas no que se refere ao consumo nostálgico, com o uso da memória afetiva como forma de mercadoria, estratégia utilizada por Olivia Rodrigo em seu álbum *SOUR* (2021). A partir de uma nova construção de sentidos, por parte daqueles afetados pela nostalgia da obra, o público transforma o disco em um objeto afetivo, que provoca sensações, sentimentos e lembranças do passado, trazendo-as para o presente em seu imaginário (Ribeiro, 2017; Tavares; Prado, 2017).

Para Fernandes e Herschmann (2014), a cartografia é percebida como uma forma de “contemplar e conferir destaque às diferentes narrativas presentes (considerando inclusive as

fabulações que alimentam os imaginários locais)” (p. 12). Neste sentido, é fundamental que o cartógrafo, construa seu mapa aberto, tendo em vista as percepções, subjetividades, sensibilidades, sentidos, signos, desejos, rizomas e agenciamentos que atravessam o território, além de sua multiplicidade e heterogeneidade, e que se encontra em uma constante modificação e atualização.

Rolnik (1989) compreende as cartografias como provisórias, devido às inúmeras movimentações e rupturas contínuas que as atravessam, em um processo regular de transformação e construção de novos mundos, novas cartografias e paisagens. Com isso, o pesquisador-cartógrafo deve apresentar um entendimento sobre as redes mapeadas, com “um entendimento sem exterioridade de seus movimentos e desvios” (Pedro, 2010, p. 88).

Portanto, a pesquisa cartográfica acompanha as movimentações dos fãs no espaço, que neste trabalho terá como foco o digital, seguindo as pistas, rizomas e afetos. Para Sousa e Oliveira (2022),

A Cartografia por sua vez, seria uma estratégia do pensamento rizomático capaz de reconhecer as dimensões e alcances dos agenciamentos na produção de subjetividades e de inventar – pelas vias da sutileza e da organicidade dessas mesmas estruturas e relações – caminhos e trajetos capazes de produzir rupturas, desterritorializações e reversões em seus modos de operação (p. 7).

Ainda, Rolnik (1989) elabora sobre a importância dos movimentos do desejo e sua formação. Em essência, a análise do desejo disserta sobre as maneiras de viver, quais são os critérios que orientam a criação do real social, construindo novos mundos e novas sociedades. Assim, a investigação acompanha os processos de subjetivação e resubjetivação do público, mesmo estando conectados apenas virtualmente aos sujeitos do estudo, reconhecendo suas práticas, costumes, culturas e, a partir disso, ser capaz de realizar uma estruturação sob os diversos pontos de vista mapeados (Menezes, 2021).

A prática de um cartógrafo diz respeito, fundamentalmente, às estratégias das formações do desejo no campo social. E pouco importa que setores da vida social ele toma como objeto. O que importa é que ele esteja atento às estratégias do desejo em qualquer fenômeno da existência humana que se propõe perscrutar: desde os movimentos sociais, formalizados ou não, as mutações da sensibilidade coletiva, a violência, a delinquência...até os fantasmas, inconscientes e os quadros clínicos de indivíduos, grupos e massas, institucionalizados ou não (Rolnik, 1989, p. 65).

Neste sentido, também é possível observar a relação dos fluxos do desejo e o processo de subjetividade com o culto à juventude. Ao desejarem ser e aparentarem ser jovens, os adultos utilizam-se de múltiplas estratégias, como suas formas de consumo, estética jovial e estilo de

vida, profundamente imersos na cultura jovem e com dificuldades em assumir as responsabilidades da vida adulta. Esse movimento associa-se ao fenômeno da adultescência, que compreende estes indivíduos com resistência a desvincularem-se da condição adolescente (Margulis; Urresti, 2000; Gil, 2011; Calligaris, 1998; Kehl, 2004; Furedi, 2004). Assim, acontecem movimentações na subjetividade dos indivíduos em torno do desejo pela jovialidade, afetando sentidos, afetos, sociabilidades, questões psicossociais, agenciamentos e rizomas, além de contribuir para a criação de novas e múltiplas juventudes.

Para a realização da análise do campo, foi feito um mapeamento de fãs e grupos *online* através da plataforma X/Twitter, buscando imergir no *fandom* e observar suas relações, interações, emoções e movimentações, tanto coletivas quanto individuais, em torno de Olivia Rodrigo. Este mapeamento dos usuários foi realizado por meio da plataforma X/Twitter, verificando as movimentações *online* dos fãs durante os primeiros dias de lançamento do álbum em 2021.

Além disso, também foi feita uma pesquisa qualitativa com fãs, a fim de observar depoimentos para descobrir e analisar como os fatores individuais – como idade, gênero, região etc. –, comportamentais – modos de interatividade, dinâmicas, conexões etc. – e emocionais – envolvimento afetivo com a artista e *fandom*, sentimento nostálgico, entre outras questões – podem contribuir para a construção da subjetividade e agentes sentimentais em relação às músicas do álbum *SOUR* (2021).

O roteiro de pesquisa (Apêndice B)⁸ foi desenvolvido com perguntas abertas, com a possibilidade de ajustes ao longo do percurso, de acordo com os fluxos dos mapas construídos nas comunidades, as transformações e rupturas de rizomas e oportunidades que poderiam surgir ao longo da investigação

Através dessa imersão na comunidade de fãs, também foi investigado as nuances do grupo, pesquisando e pensando com os nativos do *fandom*, verificando e refletindo sobre o imprevisível, o estranho, as problemáticas e irregularidades do campo, a comunicação não-verbal e os aspectos involuntários nos processos íntimos nas relações sociais do dia a dia, sentidos, gestos, expressões, afinidades e linguagens por meio da dinâmica experiencial dentro de sua cultura e das relações ali estabelecidas (Caiafa, 2019; Passos; Kastrup, 2014). De acordo com Caiafa (2019, p. 38), “o estranhamento que a pesquisa nos traz seria melhor compreendido como a abertura para o questionamento de ideias consolidadas que o encontro com o outro poderia aportar — em qualquer field site”.

⁸ Pesquisa aprovada no Comitê de Ética do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da UFRJ. CAAE: 75709723.5.0000.5582.

Também é importante assinalar que, por conta da ascensão do álbum ter se iniciado durante a pandemia, a coleta de dados e registros da época e a análise de grupos foi realizada majoritariamente no campo digital, verificando também as mudanças na comunidade e suas dinâmicas sociais pós-COVID-19.

5 ANÁLISE DO FANDOM DE OLIVIA RODRIGO

A investigação sobre as juventudes que constituem a comunidade de fãs de Olivia Rodrigo, principalmente daqueles vistos socialmente como “adultos”, foi dividida em duas etapas: na primeira, foram analisados dados da plataforma X/Twitter e postagens realizadas durante os primeiros dias de lançamento do álbum *SOUR* (2021); na segunda etapa, foram realizadas entrevistas qualitativas com indivíduos que gostam da artista, a fim de compreender mais a fundo seus processos psicossociais, comportamentos, afetos, entre outras características.

Como retratado nas seções anteriores, as representações sociais são uma forma de tornar palpável o mundo ao nosso redor, ajudando a nos guiar, posicionarmos e identificarmos de acordo com aspectos em comum com outros indivíduos (Jodelet, 1993). Entretanto, é importante frisar que as representações não englobam a fluidez das subjetividades, nem as experiências e individualidades históricas, culturais, econômicas e outros aspectos presentes na sociedade, que formam as diferentes juventudes.

Para orientar melhor a análise do estudo, denominamos como “adultos” pessoas nascidas antes de 1996, que já teriam 25 anos ou mais durante o lançamento do álbum em 2021. A data foi escolhida tendo em base órgãos e instituições governamentais e suas definições de “adolescentes” e “adultos”. A data também se aproxima do final da geração descrita como *Millennial* (entre 1981 e 1996), que traz uma experiência de mundo divergente daqueles nascidos na Geração Z. Dessa forma, podemos compreender os pontos de vista e as nuances que afetam essa juventude, que socialmente já é representada como parte do grupo adulto, apesar de nem sempre se considerarem parte de tal – como visto na seção sobre juvenilização.

No primeiro tópico, foram analisadas as interações, os símbolos, os contextos e os componentes compartilhados por adultos na plataforma X/Twitter durante os dez primeiros dias da estreia do disco — de 21 de maio a 30 de maio de 2021. Para isso, todos os *tweets* analisados foram filtrados pelo idioma (português) e pelo uso das hashtags #SOUR, #SOURoutnow e #SOUROlivia, sendo coletados e examinados os depoimentos de não-adolescentes, vistos ordem cronológica decrescente — do mais recente para o mais antigo — e sustentados pela revisão teórica vista anteriormente neste projeto.

Com a impossibilidade da plataforma de sabermos a idade de todos os usuários, foram registrados apenas depoimentos que pertencessem a indivíduos que tivessem algum tipo de comprovação de idade, seja através da *bio* ou de postagens feitas anteriormente em seu perfil.

Já no segundo tópico, foram abordados os resultados das entrevistas qualitativas realizadas com pessoas que gostam da cantora Olivia Rodrigo e de seu primeiro álbum. Através

de uma pesquisa divulgada *online*, as pessoas responderam sobre sua relação com a artista, suas músicas e a comunidade de fãs, com o objetivo de aprofundar o estudo e compreender as motivações e processos por trás do fenômeno evocado pelas canções de Olivia e seus processos de juvenilização.

5.1 Análise de campo: X/Twitter

Em tempos de preocupações e insegurança, o sentimento de nostalgia, do retorno para épocas boas e aconchegantes, nos envolve com a sensação de alívio e proteção que não é possível de obter no presente. Embora seja apenas uma forma do imaginário humano de lidar com os momentos de caos, as lembranças de outras épocas sempre irão aparentar ser melhores que a situação vivida atualmente — mesmo que, na realidade, não sejam (Davis, 2011).

É dessa maneira que os jovens adultos se conectaram com as músicas de Olivia Rodrigo. A adolescência, ainda que conturbada, controversa e melodramática, muitas vezes, aparenta ser superior ao presente. As produções da ex-estrela da Disney, que remetem aos tempos gloriosos da geração emo — marcados pelos hits de Paramore, Avril Lavigne, My Chemical Romance, entre outros — e às composições sobre corações partidos de Taylor Swift, combinadas com as fofocas em torno do triângulo amoroso, que marcaram as décadas de 2000 e 2010, além de sua presença na série derivada de *High School Musical* (2006-2008), são capazes de transportar o grupo de volta para esta época, tempo em que eles eram adolescentes. A utilização do recurso nostálgico fez com que a artista não apenas ampliasse o seu público, como também a colocou entre os maiores nomes da indústria musical contemporânea, conforme visto nas seções anteriores.

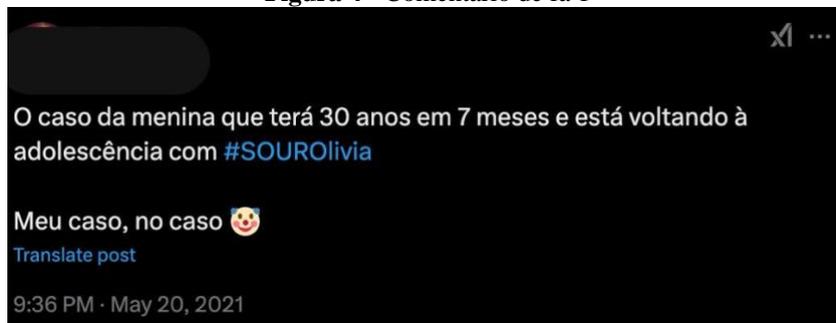
O uso dessa estratégia não é algo novo no mercado do entretenimento. *Revivals*, *remakes*, regravações musicais e a criação de histórias inéditas ao redor do amado universo ficcional são exploradas como ferramentas para familiarizar a produção, conectar o público com o conteúdo e conquistar novos fãs há décadas — independente do momento histórico e sociocultural. Todavia, o êxito de Rodrigo, ao valer-se da memória afetiva para construir a narrativa que gira em torno do *SOUR* (2021), é de se admirar. O disco se tornou um fenômeno e provocou no público as emoções da adolescência, mesmo naqueles que não pertencem mais à fase. As canções da artista evocaram na audiência adulta o sentimento de jovialidade novamente apenas com um *play*, afetando suas noções de identidade, interações e afetos.

O evento provocado por Rodrigo manifestou-se principalmente *online*, ambiente prevaiente nos tempos pandêmicos. Entretanto, por mais que sejam interações virtuais, é

importante ressaltar que os espaços *online* e *offline* atuam de forma conjunta, visto que as conversas registradas no ciberespaço compõem uma zona verdadeira, com a realidade de cada indivíduo, e atuam no gerenciamento da subjetividade, estimulam conversas e comportamentos fora do ciberespaço (Machado, 2017; Miller; Horst, 2012), uma vez que, de acordo com Hine (2015), incorporamos, quase de literalmente, a Internet em nossas vidas.

Entre os depoimentos observados na mídia social X/Twitter, destacam-se os comentários sobre “serem jovens” mais uma vez e reviverem as angústias, inseguranças, desilusões amorosas, busca pelo amor-próprio e outros sentimentos poderosos ao escutarem as músicas da artista.

Figura 4 - Comentário de fã 1



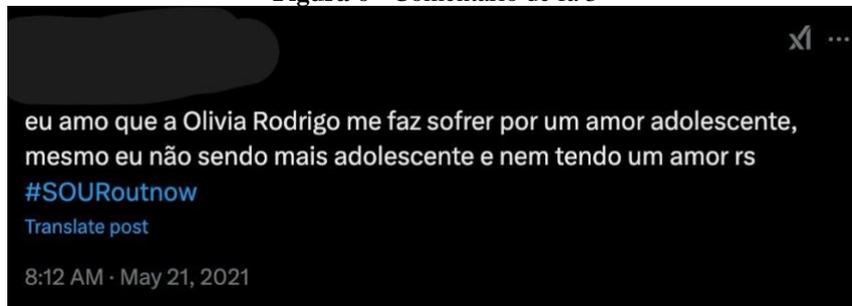
Fonte: Twitter/X

Figura 5 - Comentário de fã 2



Fonte: Twitter/X

Figura 6 - Comentário de fã 3



Fonte: Twitter/X

Figura 7 - Comentário de fã 4

Fonte: Twitter/X

Figura 8 - Comentário de fã 5

Fonte: Twitter/X

A experimentação do sentimento nostálgico aponta não apenas o retorno ao passado vivenciado pelos fãs ao escutarem as produções de Olivia, mas também se vincula ao processo de juvenilização (Margulis; Urresti, 2000; Gil, 2011) tão desejado pelos mais velhos na sociedade contemporânea. Ao consumirem e se identificarem com uma cantora *teen* expondo suas vivências adolescentes, os fãs mais velhos se vêem conectados aos adolescentes atuais, fazendo com que esses usuários se percebam como jovens também através dessa conexão, exibindo o sentimento de pertencimento àquele grupo. Contudo, a nostalgia é um dos pontos que diferencia as conexões realizadas entre públicos de diferentes gerações, que se associam a diferentes símbolos, experiências e sentimentos em relação às canções.

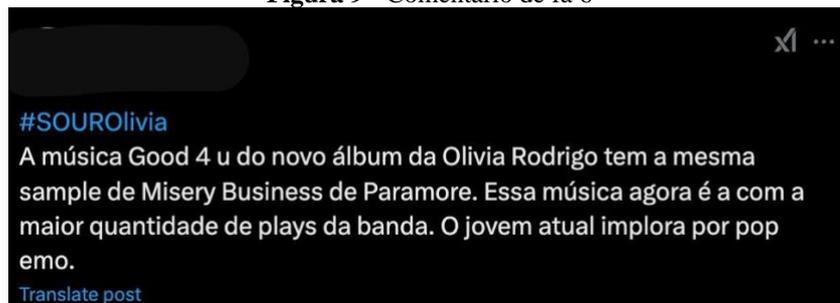
Além disso, é exposto também o desejo de querer viver aquilo que não se viveu, ou de pelo menos se sentir parte daquela experiência que nunca aconteceu em sua vida pessoal. O comentário *“Eu amo que Olivia Rodrigo me faz sofrer por um amor adolescente, mesmo eu não sendo mais adolescente e nem tendo um amor”* (Figura 6) transmite esse poder de conexão feito através da música, que é capaz de não apenas nos unir aos nossos antigos “eu”, mas também promover a revelação de sentimentos e afetos que não condizem com a vida no presente, movendo assim os agenciamentos e rizomas que constituem produção de subjetividade dos indivíduos (Deleuze; Guattari, 1995).

Para Rolnik (1989), a cartografia “se faz ao mesmo tempo que o desmanche de certos mundos - sua perda de sentido - e a formação de outros: mundos que se criam para expressar afetos contemporâneos, em relação aos quais os universos vigentes tornaram-se obsoletos” (p. 23). Logo, podemos observar que novos mundos, que estão principalmente dentro do âmbito

do desejo, e novos sentidos são criados por meio das obras de Olivia Rodrigo pelos fãs mais velhos, que têm experiências como a de nostalgia e juvenilização que não entra de acordo com os sentidos aplicados pelos mais novos, aqueles que estão vivendo a fase da adolescência e essas experiências com a cantora.

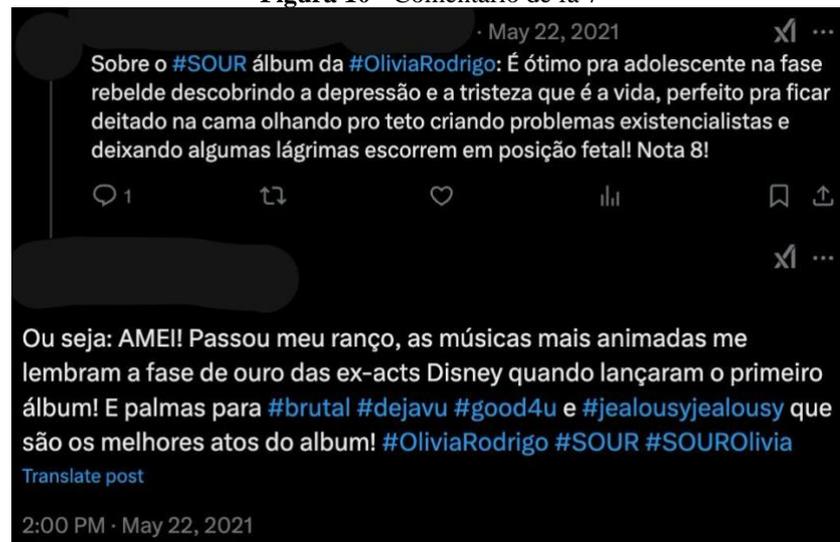
Já outros comentários relataram a semelhança da narrativa de Olivia Rodrigo com as do passado, discutindo sobre as referências *emo* e líricas dos anos 2000 debruçadas pela cantora.

Figura 9 - Comentário de fã 6



Fonte: Twitter/X

Figura 10 - Comentário de fã 7



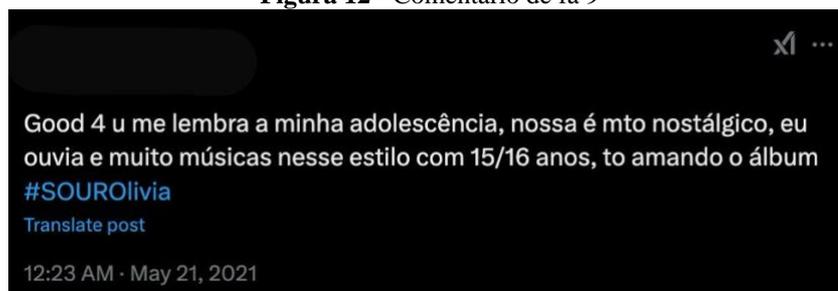
Fonte: Twitter/X

Figura 11 - Comentário de fã 8



Fonte: Twitter/X

Figura 12 - Comentário de fã 9



Fonte: Twitter/X

Figura 13 - Comentário de fã 10



Fonte: Twitter/X

A partir da utilização de samples e produções que remetem aos anos 2000 e a geração emo, Olivia consegue atrair o público que vivenciou a época. As associações com artistas como Paramore, Avril Lavigne e até mesmo as ex-estrelas da Disney demonstram o desejo dos usuários de retornar à essa época, de se conectarem com seus “eu” do passado (Pollak, 1992; Boym, 2001; Davis, 2011; Tavares; Prado, 2017).

É interessante observar que uma das características do emo é a expressão emocional - de onde vem o nome do gênero - de suas letras, a melancolia e sentimentos nem sempre agradáveis, como angústia, raiva e tristeza. Durante o seu auge, pessoas que se classificavam como “emos” recebiam o estereótipo de “depressivos” e “sensíveis”, visto o tipo de música que gostam, com composições mais profundas e a estética do movimento (Carvalho, 2015).

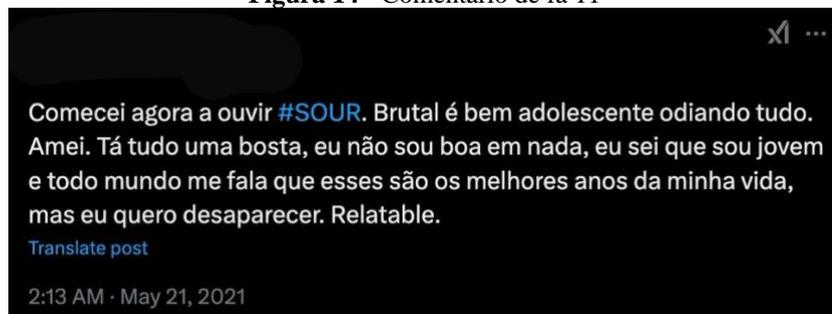
Ainda, as músicas *Misery Business* e *Good 4 U* não se associam apenas pelo uso do sample, mas também retratam sentimentos muito parecidos: o de raiva e rancor. Enquanto a faixa da banda Paramore retrata o ponto de vista de alguém que conseguiu recuperar o amado

(*“When I thought he was mine, she caught him by the mouth. I waited eight long months, she finally set him free”*) e se gabar do feito para àquela que seria “a outra”, a menosprezando (*“I watched his wildest dreams come true, Not one of them involving you”*), a faixa de Olivia Rodrigo retrata o extremo oposto, na visão de alguém que está sofrendo porque foi largada pelo amado (*“Good for you, I guess you moved on really easily, you found a new girl and it only took a couple weeks”*), que já está feliz com outra pessoa (*“Good for you, you're doin' great out there without me Baby, God, I wish that I could do that”*).

Apesar das duas faixas poderem ser consideradas pontos de vista diferentes sobre uma situação similar, a conexão com os fãs é feita através do sentimento que as músicas transbordam, que ressalta ainda mais a nostalgia trazida pelo sample. Além disso, os créditos dados posteriormente à Hayley Williams e Josh Farro (integrantes da banda Paramore e compositores de *Misery Business*) em *Good 4 U*, mesmo com ambos não estarem envolvidos diretamente na produção da canção, passa a atrair os fãs da banda - tanto positivamente quanto negativamente, como visto na seção 2 deste trabalho.

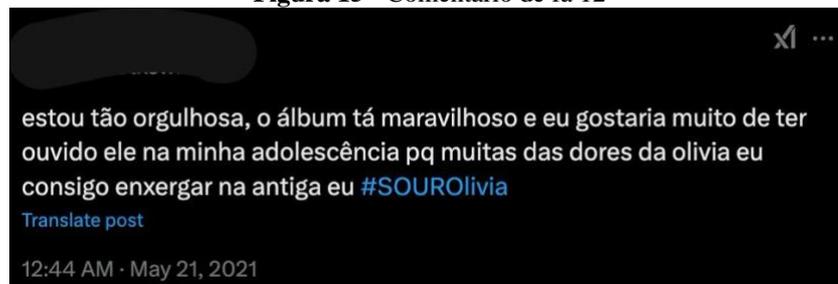
Em outros *tweets* sobre o álbum, os entusiastas argumentaram sobre como Olivia conseguiu expor em suas letras o alvoroço e o caos de pensamentos e emoções da adolescência, fazendo com que o público se sentisse dessa maneira novamente.

Figura 14 - Comentário de fã 11



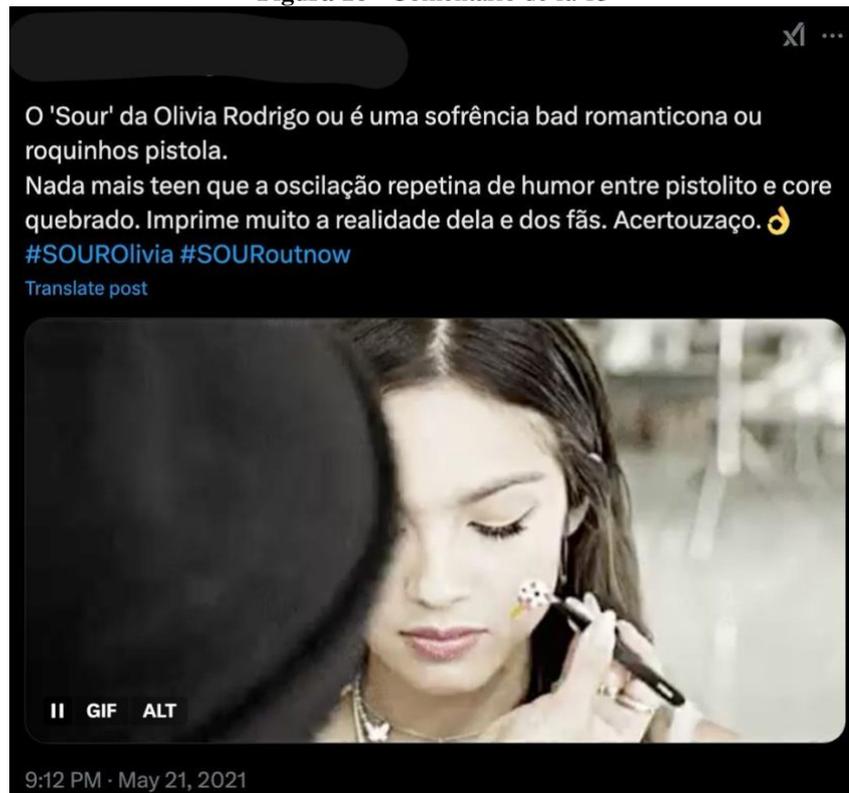
Fonte: Twitter/X

Figura 15 - Comentário de fã 12



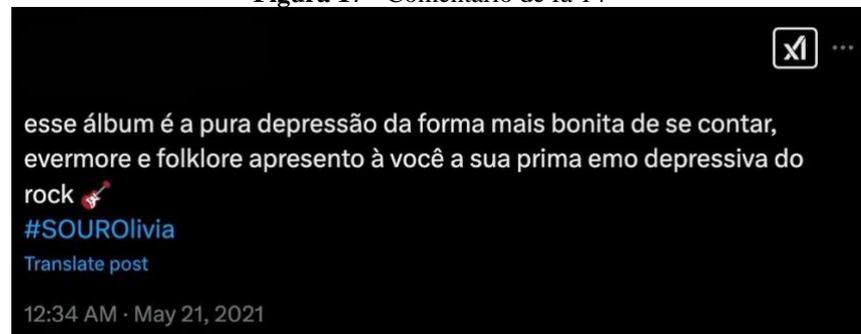
Fonte: Twitter/X

Figura 16 - Comentário de fã 13



Fonte: Twitter/X

Figura 17 - Comentário de fã 14



Fonte: Twitter/X

Com os comentários publicados pelos admiradores da cantora, é possível perceber que as canções passam a ter novos significados a partir da percepção dos adultos, que já experienciaram a juventude e conseguem se enxergar nas composições cheias de referências dos anos 2000 da artista — como Avril Lavigne, Taylor Swift e *ex-acts* da Disney, mencionados acima. As composições marcam o retorno da fase com comportamentos e sentimentos tempestuosos, seja com uma “bad romanticona” ou para voltar a ser, mesmo que temporariamente, um “adolescente rebelde odiando tudo”, conforme apontado nos comentários.

Verificamos também que, mesmo com o “jovem atual implorando pelo pop emo” mais uma vez, a nova produção não pode ser uma cópia da antiga — algo bem demonstrado com as inúmeras acusações de plágio que Olivia recebeu após o lançamento de *SOUR* —, mas sim um

conteúdo que seja autêntico de alguma forma com o seu “eu” anterior e o da atualidade, gerando a identificação em ambos os cenários. No caso manifestado, as músicas melancólicas e raivosas de Rodrigo agem como um grito de ajuda e frustração em meio à pandemia, quando há o sentimento coletivo de ansiedade, angústia e inseguranças, conectando-se com as conflituosas emoções adolescentes (Boym, 2001; Davis, 2011).

Além disso, as composições da cantora retratam um panorama negativo sobre o futuro, os males de se viver no mundo das mídias sociais, com egos inflados e romances fracassados que contribuem para a identificação, ao mesmo tempo que compreendem a volta da juventude com inspirações reconfortantes, que agem de maneira catártica, como um refúgio do caos contemporâneo.

5.2 Análise de campo: Pesquisa qualitativa

A fim de compreender mais a fundo a comunidade e os processos em torno do consumo ativo de adultos nas composições sobre a experiência adolescente de Olivia Rodrigo, foram realizadas entrevistas qualitativas, divulgadas através de um formulário online disseminado nas redes Instagram e Twitter/X entre fãs de Olivia Rodrigo, selecionados através de seus comentários nas plataformas, durante o período de 20 de dezembro de 2024 até 15 de janeiro de 2025.

Através das respostas, é possível verificar as similaridades, diferenças e particularidades entre o público que consome a artista, comparando também os processos de psicossociais, identificação, interações, experiências e afetos provocados pela música de Olivia entre os usuários mais novos e mais velhos.

Para participarem, os entrevistados concordaram com os termos presentes no Registro de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice A) e responderam perguntas sobre sua vida pessoal, a fim de identificar o perfil de cada participante, sobre sua relação com Olivia Rodrigo e suas músicas e a relação com outros fãs (Apêndice B).

Em busca de resguardar a identidade dos indivíduos, serão utilizados pseudônimos para endereçá-los, inspirados em grandes artistas da música nacional e internacional. A pesquisa foi respondida por 30 pessoas, entre elas 18 são maiores de 27 anos, sendo classificados neste trabalho como “adultos”, e 12 são menores de 27 anos.

Tabela 1 - Dados dos entrevistados

Nome	Idade	Gênero	É de qual região do Brasil?	Orientação sexual	Escolaridade	Ocupação	Quantas pessoas moram	Renda familiar
------	-------	--------	-----------------------------	-------------------	--------------	----------	-----------------------	----------------

								em sua casa?
Tate	18 a 26 anos	Mulher cis	Sudeste	Heterossexual	Superior - Incompleto	Estudante e videomaker	3	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Ludmilla	18 a 26 anos	Mulher cis	Sudeste	Assexual	Superior - Completo	Analista de controle de documentos de engenharia	2	Entre R\$3,3 mil e R\$8 mil
Willow	18 a 26 anos	Mulher cis	Sudeste	Heterossexual	Superior - Completo	Jornalista	2	Entre R\$3,3 mil e R\$8 mil
Addison	18 a 26 anos	Mulher cis	Sudeste	Heterossexual	Superior - Completo	Comunicação	4	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Ana	18 a 26 anos	Mulher cis	Sudeste	Heterossexual	Pós-graduação/Mestrado/Doutorado - Completo	Publicitária	5	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Conan	18 a 26 anos	Homem cis	Nordeste	Homossexual	Ensino Médio - Completo	designer	1 (Sozinho/a)	Até R\$3,3 mil
Gracie	18 a 26 anos	Mulher cis	Sudeste	Bissexual	Superior - Completo	Autônoma	3	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Tyla	18 a 26 anos	Mulher cis	Sudeste	Bissexual	Ensino Médio - Incompleto	Estudante	4	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Renée	18 a 26 anos	Mulher cis	Centro-Oeste	Bissexual	Superior - Completo	Community Manager	4	Superior a R\$24,8 mil
Jão	18 a 26 anos	Homem cis	Sudeste	Homossexual	Superior - Incompleto	Estudante	3	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Billie	18 a 26 anos	Mulher cis	Centro-Oeste	Heterossexual	Pós-graduação/Mestrado/Doutorado - Incompleto	Publicitária	4	Superior a R\$24,8 mil
Chappell	18 a 26 anos	Mulher cis	Sudeste	Bissexual	Superior - Completo	Editora de livros	2	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Elis	27 a 35 anos	Mulher cis	Sudeste	Heterossexual	Superior - Completo	Comunicóloga	1 (Sozinho/a)	Entre R\$8 mil

								e R\$24,8 mil
Alcione	27 a 35 anos	Mulher cis	Nordeste	Heterossexual	Superior - Incompleto	Estudante	2	Entre R\$3,3 mil e R\$8 mil
Demi	27 a 35 anos	Mulher cis	Sudeste	Heterossexual	Pós-graduação/Mestrado/Doutorado - Completo	Assistente de importação	3	Entre R\$3,3 mil e R\$8 mil
Dua	27 a 35 anos	Mulher cis	Centro-Oeste	Heterossexual	Pós-graduação/Mestrado/Doutorado - Completo	Designer de Moda	4	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Freddie	27 a 35 anos	Homem cis	Sudeste	Homossexual	Pós-graduação/Mestrado/Doutorado - Completo	Publicitário/Designer	2	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Lana	27 a 35 anos	Mulher cis	Sudeste	Homossexual	Pós-graduação/Mestrado/Doutorado - Incompleto	publicitária	2	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Justin	27 a 35 anos	Homem cis	Sudeste	Homossexual	Pós-graduação/Mestrado/Doutorado - Completo	Marketing	1 (Sozinho/a)	Entre R\$3,3 mil e R\$8 mil
Whitney	27 a 35 anos	Mulher cis	Sul	Heterossexual	Superior - Completo	Cineasta	1 (Sozinho/a)	Até R\$3,3 mil
Mariah	27 a 35 anos	Mulher cis	Sudeste	Bissexual	Pós-graduação/Mestrado/Doutorado - Incompleto	Psicóloga	3	Até R\$3,3 mil
Lorde	27 a 35 anos	Mulher cis	Sudeste	Bissexual	Superior - Completo	Analista de Comunicação	4	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Miley	27 a 35 anos	Mulher cis	Centro-Oeste	Homossexual	Pós-graduação/Mestrado/Doutorado - Completo	Pedagoga	4	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Florence	27 a 35 anos	Mulher cis	Sudeste	Heterossexual	Superior - Completo	Editora	1 (Sozinho/a)	Entre R\$3,3 mil e R\$8 mil
Gal	27 a 35 anos	Mulher cis	Sudeste	Heterossexual	Superior - Completo	Médica veterinária	2	Entre R\$3,3 mil e R\$8 mil

								mil e R\$8 mil
Ariana	27 a 35 anos	Mulher cis	Sudeste	Heterossexual	Superior - Completo	Analista de Exportação	3	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Elza	27 a 35 anos	Mulher cis	Sudeste	Heterossexual	Pós-graduação/Mestrado/Doutorado - Completo	Advogada	3	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Abel	27 a 35 anos	Homem cis	Sudeste	Homossexual	Superior - Completo	Produtor	2	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
Caetano	36 a 45 anos	Homem cis	Sudeste	Homossexual	Superior - Completo	Produtor de conteúdo de Variedade	2	Entre R\$3,3 mil e R\$8 mil
Rita	36 a 45 anos	Mulher cis	Sudeste	Bissexual	Superior - Completo	Administradora	3	Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil

Fonte: Autoria própria

A primeira etapa da pesquisa qualitativa se refere às perguntas sobre o entrevistado, a fim de saber mais sobre o público. 24 entrevistados se classificam como Mulheres Cisgênero e 6 como Homens Cisgênero. 23 pertencem à região Sudeste, 4 à região Centro-Oeste, 2 à região Nordeste e 1 à região Sul. Em relação à orientação sexual, 14 se descreveram como Heterossexual, 8 como Homossexual, 7 como Bissexual e 1 como Assexual.

No que diz respeito à escolaridade, 15 possuem Ensino Superior Completo, 7 possuem Pós-graduação, Mestrado ou Doutorado Completo, 3 possuem Ensino Superior Incompleto, 3 Pós-graduação, Mestrado ou Doutorado Incompleto, 1 Ensino Médio Completo e 1 Ensino Médio Incompleto. Entre eles, 27 estão dentro do mercado de trabalho e 3 apenas estudam.

Na questão “Quantas pessoas moram em sua casa?”, 9 responderam 2 pessoas, 8 responderam 3, 7 responderam 4, 5 responderam 1, 1 respondeu 5. Em relação à renda familiar, 17 afirmaram que faz parte da Classe B (entre R\$8 mil e R\$24,8 mil), 8 parte da Classe C (entre R\$3,3 mil e R\$8 mil), 3 parte da Classe D (até R\$3,3 mil) e 2 parte da Classe A (Superior a R\$24,8 mil).

A segunda etapa do questionário buscou compreender a relação dos indivíduos com Olivia Rodrigo e suas músicas. Na primeira pergunta, “Como você conheceu o trabalho de Olivia Rodrigo?”, 10 entrevistados responderam que foi através da série *High School Musical: The Musical: The Series* – entre eles, 6 menores de 27 anos e 4 maiores –, 10 afirmaram que a

conheceram através das redes sociais, sendo 3 menores de 27 anos e 7 maiores, 7 disseram ter conhecido após os lançamentos de seus *singles* do álbum *SOUR* – 2 menores de 27 anos e 5 maiores – e 3 responderam que a conheceram por outros meios.

Com isso, podemos observar que a maior parte dos fãs mais jovens conheceu a cantora através de seu papel na série da Disney+, enquanto grande parte dos fãs mais velhos a conheceu através da música, quando sua fama se expandiu e transformou a artista em um dos grandes nomes da música de sua geração.

Em “O que te faz gostar da artista?”, os usuários menores de 27 anos retrataram a identificação com suas músicas e composições, o carisma, a voz da artista e seu estilo.

O quanto ela é verdadeira em suas composições, sem falar no carisma, o jeito como trata os fãs e afins (Conan, 18 a 26 anos, Nordeste).

Olha, de começo eu nem gostava muito, mas quando ela começou a carreira musical, eu passei a amar a artista (Gracie, 18 a 26 anos, Sudeste).

Adoro a voz e me sinto representada pela música (Tyla, 18 a 26 anos, Sudeste).

O estilo musical meio pop/rock nostálgico e suas letras (Renée, 18 a 26 anos, Centro-Oeste).

Entre os participantes acima de 27 anos, os motivos incluem as músicas de Olivia, sua personalidade, autenticidade, posicionamento e a nostalgia que suas canções trazem.

As músicas e a personalidade dela. Acho ela talentosa e parece ser uma pessoa muito divertida e legal por entrevistas e nas redes sociais (Freddie, 27 a 35 anos, Sudeste).

As músicas são animadas, e tem um algo a mais que me lembra músicas que eu gostava durante a adolescência (Lana, 27 a 35 anos, Sudeste).

Me lembrar de artistas de quando eu era mais jovem, tipo Avril Lavigne (Florence, 27 a 35 anos, Sudeste).

Acho que ela trouxe uma “originalidade” em um momento que todas as cantoras “jovens” estavam emulando o mesmo tipo de som (Caetano, 36 a 45 anos, Sudeste).

Que as músicas dela eram meio pop rock, faz tempo que artistas mais novas vão mais para o pop e gostei que nas músicas dela ela traz um pouco mais de rebeldia e indignação com certas coisas da sociedade. Depois de um tempo comecei a admirar muito também o trabalho que ela faz em defender os direitos das mulheres, principalmente os direitos reprodutivos (Miley, 27 a 25 anos, Centro-Oeste).

Enquanto as respostas do público mais novo evidenciam a identificação com as letras da artista e traços de sua personalidade, o público mais velho frisa a autenticidade e a nostalgia que o trabalho da artista carrega. Os relatos sobre a nostalgia da adolescência e o resgate do gênero pop/rock emo atraem os usuários que vivenciaram esta época, fazendo comparações com artistas icônicos da geração, como Avril Lavigne. Contudo, apesar de não ser o que se destaca para a grande parte do público mais novo, o retorno ao gênero pop/rock emo também é percebido por esses fãs, como ressalta o comentário “*O estilo musical meio pop/rock nostálgico e suas letras*”, que não necessariamente viveram essa época, mas podem possuir conhecimento e gosto por produções e movimentos de outras gerações, o que também compõem o gerenciamento de subjetividade desses indivíduos.

A personalidade, originalidade e posicionamentos de Olivia também foram pontuados pelos fãs, que se atraem por essas qualidades. Porém, na relação parassocial existente entre ídolo-fã, apesar do compartilhamento de experiências autobiográficas e aparentemente mais íntimas, existe um gerenciamento da imagem pública por parte do ídolo, que se utiliza de ferramentas, símbolos e elementos comunicacionais para transmitir apenas aquilo que desejam, não necessariamente o “todo”, visando criar uma imagem “autêntica” de si e que melhor se conecte com seus propósitos midiáticos e comerciais. Sendo assim, a imagem pública desenvolvida por Rodrigo é mais um produto da indústria cultural, que se atrela estrategicamente a símbolos e afetos, como a nostalgia e a juvenilização (Rojek, 2008; Freire Filho, 2008; Sacramento, 2015).

Em “Você se identifica com a cantora ou com suas músicas? Se sim, de que forma?”, todos os entrevistados responderam “Sim”. Entre as respostas, os fãs menores de 27 anos destacaram a forma como a cantora expressa a experiência da adolescência, as composições e sentimentos abordados nas letras, a semelhança com a própria vida e vivências e até mesmo a musicalidade e “estética pop/rock dos anos 2000”.

Com toda certeza, sinto que ela consegue expressar da melhor forma tudo o que um adolescente (principalmente no primeiro álbum) sente, mas também exemplifica e dá um tom de humor para situações da vida (Tate, 18 a 26 anos, Sudeste).

Sim, em todas as músicas nas quais há sentimentos de desenquadro social e inveja de outros indivíduos. Não me identifico com as músicas de teor romântico (Ludmilla, 18 a 26 anos, Sudeste).

Sim! Muitas das músicas lembram um pouco da minha vida e dos meus sentimentos. Quando passei por um término, ouvi muito o primeiro álbum da cantora e parecia que ele acalentava o meu coração porque ela mesma também

estava passando por um período difícil quando escreveu as músicas (Ana, 18 a 26 anos, Sudeste).

Sim, parece que ela entra na minha mente, vê tudo o que tem lá e escreve músicas sobre tal coisa kkkkk (Conan, 18 a 26 anos, Nordeste).

Sim, pois também estou passando pela adolescência descobrindo novos sentimentos e pensamentos (Tyla, 18 a 26 anos, Sudeste).

Sim! Ela tem uma pegada meio pop/rock anos 2000, tanto nas músicas quanto na estética visual, que gosto muito. Além de suas letras, que são simples mas que geram muita identificação (Renée, 18 a 26 anos, Centro-Oeste).

Me identifico mais com a musicalidade, não necessariamente com os temas das músicas (Jão, 18 a 26 anos, Sudeste).

Sim. Por ela cantar o que sinto, por termos idades parecidas e ela de certa forma parecer estar vivendo coisas que também vivo/já vivi (Billie, 18 a 26 anos, Centro-Oeste).

Já os fãs mais velhos também evidenciaram as composições de Olivia e os sentimentos que ela trata, principalmente os negativos, como raiva, inveja e frustração. Outros também comentam que as letras os remetem a situações vividas no passado, principalmente na fase da adolescência. Alguns fãs também falaram novamente sobre a estética e o som mais *rock* que a cantora traz, que remetem a músicas que escutavam quando mais jovens.

Sim, com a raiva e mágoa com que ela canta (Elis, 27 a 35 anos, Sudeste).

No geral, sim. Ela é de uma geração diferente da minha, mas muito do que ela é e do que ela produz me faz entrar em contato com outras fases da minha vida (e, às vezes, até o que estou vivendo no próprio momento) (Freddie, 27 a 35 anos, Sudeste).

Gosto que ela não esconde o ressentimento, ou sentimentos negativos de forma geral (Lana, 27 a 35 anos, Sudeste).

Sim, pois já tive/vivi todos os sentimentos traduzidos nas músicas dela (Justin, 27 a 35 anos, Sudeste).

Sim, parcialmente. Como temos uma diferença de idade considerável, me chama atenção como ela consegue expressar muitos sentimentos de forma semelhante a como me sentia quando era um pouco mais jovem, em relação a paixões e frustrações de uma adolescente/jovem adulta. Já outras coisas me relaciono até mesmo nos dias de hoje (Whitney, 27 a 35 anos, Sul).

Sim. Sinto que a Olivia canta sobre temas bastante presentes na experiência humana como um todo: ciúmes, apaixonamento, desejo, inveja etc. Como acabo vivendo essas experiências também, me identifico com o que ela canta (Lorde, 27 a 35 anos, Sudeste).

Amo as músicas e me identifico com muitas ou consigo relacionar a vivências anteriores que tive. Com a cantora por muitas vezes ela falar que se sente

deslocada, mas parece não levar a vida tão a sério e tentar aproveitar enquanto ainda luta por causas importantes (Miley, 27 a 35 anos, Centro-Oeste).

Eu acho que a Olívia traz um ar do Rock que ouvi na adolescência, acho que é uma conexão que tenho com as músicas dela (Caetano, 36 a 45 anos, Sudeste).

Sim, me lembra dos sentimentos de quando era mais jovem (Rita, 36 a 45 anos, Sudeste).

Sim, gosto muito do som e da estética dela. Me remetem ao tipo de música que ouvia quando tinha 13 anos mais ou menos (Florence, 27 a 35 anos, Sudeste).

Os sentimentos retratados por Olivia em suas composições são um fator de identificação tanto entre o público mais novo, quanto entre o público mais velho. Enquanto os mais novos se conectam com a experiência da adolescência da artista com as próprias vivências que passam no momento, os fãs mais velhos realçam a lembrança de experiências e sentimentos vividos no passado, mas que muitas vezes ressurgem nos dias atuais. Esses vínculos são reforçados majoritariamente por meio dos sentimentos negativos do que com os positivos que são expostos nas músicas da cantora, como raiva, mágoa, ressentimento, frustrações, ciúmes, inveja e deslocamento.

Além disso, a relação de Olivia Rodrigo com suas obras, que têm teor biográfico, intimista e confessional, fazem com que os fãs se sintam cada vez mais próximos da artista ao compartilharem as mesmas experiências adolescentes que ela (Rojek, 2008; Sacramento, 2015; Silva, 2020). Como destacou João Freire Filho (2013) em seus estudos sobre fãs e o consumo das divas pop *teen* da época, os relatos da vida íntima são apreciados pelo público que atrela à exposição de sentimentos à imagem de autenticidade da artista, assim como Demi Lovato e Taylor Swift, reconhecidas por suas composições autobiográficas.

Como pudemos observar nos três últimos tópicos, a nostalgia apareceu como um fator importante para o público gostar e se identificar com a cantora e suas músicas. A instrumentalização da nostalgia (Castellano; Meimaridis, 2017), em torno da carreira de Olivia, é utilizada como estratégia da artista para se conectar com o público mais velho e acaba atraindo também o público mais novo que conhece e gosta da era.

A nostalgia, contudo, não está apenas no gênero *pop/rock* e *emo* que Rodrigo traz para suas produções, como também em sua estética visual, projetos como *High School Musical: The Musical: The Series* – inspirado na trilogia de sucesso da Disney, *High School Musical* –, em sua vida pessoal e como ela é retratada pela mídia – como triângulos amorosos entre estrelas da Disney – e suas letras, que remetem às experiências da adolescência e se inspiram nas

composições de Taylor Swift no início de sua carreira, como vimos na seção 2. Tudo isso não pode ser visto como apenas uma coincidência, mas sim como escolhas estrategicamente elaboradas para criar aproximação com diferentes juventudes, o que ajudou Olivia Rodrigo a se tornar uma grande estrela global (Boym, 2001; Freire Filho, 2011).

Além disso, a nostalgia não está sendo empregada sozinha: ao relatar suas vivências adolescentes de forma tão visceral, a cantora também utiliza da juvenilização para a promoção de suas canções (Calligaris, 1998; Gil, 2011; Kehl, 2004; Morin, 1987; Oliveira, 2010; Schelp, 2004). Isso faz com que muitos acreditem que ouvir Olivia Rodrigo os tornam mais jovens, seja por gostarem das produções da cantora ou por se identificarem com músicas de uma adolescente sobre a adolescência.

Na questão “Como você se sente ao ouvir as músicas de Olivia?”, os fãs relataram o sentimento de nostalgia, de se sentirem felizes ou tristes - de acordo com o teor da música - e até mesmo “mais jovens”. Eles também retratam a conexão parassocial que têm com a artista, uma intimidade imaginária, que é fortalecida através das canções. Com suas letras mais pessoais, os fãs além de se sentirem próximos da artista, também se sentem acolhidos por ela, como se fosse uma “amiga” em suas vidas (Rojek, 2008; Arfuch, 2010; Sacramento, 2015).

Me sinto como se estivesse com uma amiga. Adoro ouvir as músicas mais animadas no banho, canto com um microfone falso. Já as mais emocionantes às vezes me fazem chorar, dependendo do que estou passando no momento (Ana, 18 a 26 anos, Sudeste).

Me sinto mais nova do que realmente sou (Ludmilla, 18 a 26 anos, Sudeste).

Sinto nostalgia por momentos que nunca vivi (Lana, 27 a 35 anos, Sudeste).

Me sinto feliz, empolgada e como se não estivesse sozinha no mundo (Whitney, 27 a 35 anos, Su).

Como se eu pudesse deixar todos os meus sentimentos pra fora! Me sinto leve (Miley, 27 a 35 anos, Centro-Oeste).

Me sinto feliz e meio nostálgico (Caetano, 36 a 45 anos, Sudeste).

Bem, adoro usar música para reviver momentos e colocar sentimentos pra fora (Rita, 36 a 45 anos, Sudeste).

Nostálgica, animada e com vontade de gritar (Florence, 27 a 35 anos, Sudeste).

Mais uma vez, a identificação com os sentimentos que Olivia transmite e a nostalgia das faixas são destacadas como pontos relevantes para os fãs da artista. Ao escutarem as músicas da cantora, todos os fãs afirmaram se sentirem bem, manifestando emoções positivas, apesar

de, no tópico anterior, terem destacados os sentimentos negativos presentes nas músicas como um dos principais motivos para se identificarem com Rodrigo e suas obras. Assim, podemos perceber que a expressão dos sentimentos negativos gera a sensação de pertencimento ao grupo; é principalmente a partir das frustrações, raiva e mágoas que os fãs se conectam com Olivia.

O sentimento da jovialidade retratado pelos fãs mais velhos da cantora se atrela ao gerenciamento de subjetividade dos indivíduos e à juvenilização enraizada na cultura contemporânea. Para Guattari e Rolnik (1996), a “subjetividade não é passível de totalização ou de centralização no indivíduo, subjetividade é essencialmente fabricada e modelada no registro do social” (p. 31). Ou seja, os comportamentos, afetações e sensibilidades que compõem a subjetividade são constituídos no social, que aprecia fortemente a juvenilização, o “ser jovem” e, mais ainda, o “demonstrar ser jovem” (Margulis; Urresti, 2000; Gil, 2011). Dessa maneira, o consumo das composições *teen* de Olivia Rodrigo colaboram para a evidenciar a jovialidade daquele indivíduo. Isso pode ser transformado em uma associação, quase que inconsciente, realizada através do consumo das obras da artista: “Sou jovem porque escuto/gosto/me identifico com as músicas de Olivia Rodrigo”, cantora admirada pelos mais novos e reconhecida por suas composições sobre a adolescência.

É interessante observar também que em um dos comentários, uma entrevistada manifesta que as músicas de Rodrigo a fazem se sentir nostálgica por momentos que nunca vivenciou. Levando em consideração que a artista expressa suas experiências sobre a adolescência no álbum, vale considerar que o sentimento evocado está relacionado aos estereótipos e desejos conferidos à fase da vida pela sociedade. Assim como pontuou Bourdieu (1998), a exaltação da juventude faz com que envelhecer não seja visto como um ideal social, visto que os jovens seriam aqueles que constroem e possuem um futuro pela frente, enquanto os mais velhos teriam “deixado o futuro para trás”, sem a possibilidade de vivenciarem experiências consideradas jovens. Com isso, os indivíduos mais velhos apegam-se também aos estereótipos das experiências jovens, para além de suas próprias vivências, como situações que viveram a partir do olhar do outro, do olhar coletivo da juventude, como desilusões amorosas, rebeldia, angústias, melancolia e outros sentimentos, comportamentos e interações impostos como “padrão”, como experiências universais da fase, mesmo que nem todo indivíduo passe pelas mesmas situações ou que não possam passar por elas futuramente, quando mais velhos e não estiverem mais na adolescência.

Estas ideias vão de acordo com as considerações de Deleuze em sua obra com Guattari (1995), em que analisam a produção de desejo e o sentimento de pertencimento através do consumo, em que o “ter” e o “ser” estariam interligados (Rolnik, 1989). Na psicossociologia,

as relações de consumo e produção de subjetividade são atravessadas pelo capital, que pressupõe o seu valor social a partir do que você tem, não pelo o que se é, afetando os modos de pensar, agir e ser.

[...] vemo-nos solicitados o tempo todo e de todos os lados a investir a poderosa fábrica de subjetividade serializada, produtora destes homens que somos, reduzidos à condição de suporte de valor, - e isso até (e sobretudo) quando ocupamos os lugares mais prestigiados na hierarquia dos valores. Tudo leva a esse tipo de economia. Muitas vezes não há outra saída. É que quando na desmontagem, perplexos e desparametrados, nos fragilizamos, a tendência é adotar posições meramente defensivas. [...] Tornamo-nos assim - muitas vezes em dissonância com nossa consciência - produtores de algumas sequências da linha de montagem do desejo (Guattari & Rolnik, 1996, p. 12)

Assim, o desejo transforma-se em ferramenta fundamental na psicossociologia e configurações sociais vigentes. Rolnik (2006) afirma que “a prática do cartógrafo diz respeito às estratégias da formação de desejo no campo social” (p. 63), auxiliando na compreensão das nuances, mediações e agenciamentos que compõem as movimentações nos processos de subjetividade dos indivíduos. Isso possibilita a criação de novos mundos e ruptura de outros através da cartografia, transformando e sendo transformado pelo meio constantemente, formando as múltiplas juventudes e rizomas, com suas singularidades e rupturas, que existem no mundo contemporâneo.

o múltiplo não tem mais nenhuma relação com o uno como sujeito ou como objeto, como realidade natural ou espiritual, como imagem e mundo. E o crescimento do rizoma em multiplicidades é realizado através dos agenciamentos que mudam de natureza à medida que as conexões aumentam (Deleuze & Guattari, 1995, p. 23).

Em “Qual a sua música favorita do álbum “SOUR”? Por quê?”, a faixa *Brutal* foi a mais citada, com 6 respostas (2 de menores de 27 anos e 4 de maiores), seguida de *Deja Vu*, com 5 respostas (3 menores de 27 anos e 2 maiores) e *Good 4 U*, com 4 respostas (1 menor de 27 anos e 3 maiores).

É interessante observar que *Brutal* é uma música que expõe as inseguranças em relação à vida adulta e frustração sobre a adolescência, que não está sendo “os anos dourados”, como a sociedade afirma, além da melodia mais *rock*, que remete às músicas e bandas emo dos anos 2000.

A escolha está associada não apenas à nostalgia pelo gênero, mas também às questões que envolvem a juvenilização da sociedade. O culto à juventude e, ao mesmo tempo, as responsabilidades da vida adulta causam inseguranças, tanto nos mais jovens quanto nos mais

velhos. Os mais jovens demonstram que sentem que a fase da adolescência não é um “mar de flores”, como a sociedade faz parecer, mas recheada de sentimentos negativos, como falta de confiança, frustração e ansiedade em relação ao futuro. Em um dos depoimentos, a fã conta que “existe muita pressão sobre os jovens, e essa crença de que eles estão vivendo a melhor fase de suas vidas agrava ainda mais essa pressão” (Margulis; Urresti, 2000; Gil, 2011; Calligaris, 1998; Kehl, 2004).

Ainda, os fãs mais velhos veem a juvenilização de forma similar. São inseguros e se sentem perdidos em relação às responsabilidades do mundo adulto e não sentem que são capazes de dar conta de tudo. Uma fã ressaltou que, “como temos muitas cobranças sendo feitas (ter um trabalho, ser bonita, gentil, ter uma casa própria, estudar, ter relacionamentos, aproveitar a juventude, saber o que queremos da nossa vida) quando parece que tudo ao nosso redor está caindo aos pedaços e não temos ideia do que fazer”. Isso faz com que algumas pessoas procurem a juvenilização, a fim de tentarem se manter jovens para sempre, para não terem que lidar ou encarar o que está por vir. Por outro lado, os que já estão inseridos na vida adulta procuram formas de escape – que também podem ser obtidas através da nostalgia (Boym, 2001; Davis, 2011; Lipovetsky, 2007; Tavares; Prado, 2017) –, e uma delas é no consumo de produtos e coisas que os façam se sentir jovens novamente, como as músicas de Olivia sobre sua experiência na adolescência.

Portanto, é possível afirmar que os processos de juvenilização são capazes de construir múltiplas juventudes, integrando tanto aqueles que são considerados jovens devido à sua idade quanto aqueles que são considerados jovens devido aos seus comportamentos, visões, consumo e questões psicossociais (Guattari; Rolnik, 1986; Margulis; Urresti, 2000; Gil, 2011; Machado, 2011).

Amo Jealousy Jealousy, mas também amo Brutal. Sinto que elas descrevem grande parte do que eu senti na minha adolescência (Tate, 18 a 26 anos, Sudeste).

Deja vu, pela letra e pelo movimento de emoções durante a música (Tyla, 18 a 26 anos, Sudeste).

Good 4 you, justamente por ser um pop/rock com uma pegada nostálgica (Renée, 18 a 26 anos, Centro-Oeste).

É difícil escolher uma, mas acho que é brutal. Eu me identifico muito com a letra, porque também estou cansada do trabalho, da vida, do capitalismo, de me sentir ansiosa. Queria também começar uma vida nova, queria também descobrir quem eu sou. Na música, ela pergunta onde está o “teenage dream” que tanto dizem, e eu acho muito legal como a Olivia questiona essa promessa de juventude brilhante, o discurso que os adultos têm de que tudo é muito mais

fácil quando se é jovem. Na verdade, existe muita pressão sobre os jovens, e essa crença de que eles estão vivendo a melhor fase de suas vidas agrava ainda mais essa pressão. E não forem inteligentes o suficiente? Nem descolados o suficiente? Se não forem bons o suficiente para a escola, faculdade, para o trabalho? E isso é algo que ecoa mesmo na vida adulta (Chappell, 18 a 26 anos, Sudeste).

Brutal. Fiquei apaixonada pela guitarra e pelo baixo da música desde a primeira vez que ouvi. Os vocais do refrão me lembraram um pouco Bikini Kill, que é uma banda que eu gosto demais. A letra é boa também, embora eu não considere que esteja mais nessa fase da vida (Lorde, 27 a 35 anos, Sudeste).

Brutal, porque fala muito de se sentir deslocada e insegura e como o mundo fora da nossa bolha pode ser assustador e te deixar confusa. Como temos muitas cobranças sendo feitas (ter um trabalho, ser bonita, gentil, ter uma casa própria, estudar, ter relacionamentos, aproveitar a juventude, saber o que queremos da nossa vida) quando parece que tudo ao nosso redor está caindo aos pedaços e não temos ideia do que fazer (Miley, 27 a 35 anos, Centro-Oeste).

Brutal. Apesar dela falar dos seus 17 anos, a música cabe perfeitamente em alguém na sua crise dos 20 e poucos anos (Ariana, 27 a 35 anos, Sudeste).

Em relação às redes sociais que utilizam para acompanhar a vida da cantora, as mais citadas foram Instagram, com 21 menções (12 por maiores de 27 anos e 9 por menores), seguido por X/Twitter, com 15 votos (9 por menores de 27 anos e 6 por maiores), e TikTok, com 9 menções (5 por maiores de 27 anos e 4 por menores).

Ao serem questionados se eles se consideravam fãs da cantora, apenas 4 usuários afirmaram que não, todos maiores de 27 anos. É possível observar uma resistência nesse grupo para se denominarem “fãs”, o que está associado ao fato de, apesar de gostarem da artista e de seu trabalho, não se dedicam ao *fandom* ou não vão atrás de notícias da cantora, sendo impactados apenas quando há informações em portais de música e lançamentos.

Gosto dela, das músicas, acompanho o trabalho e pretendo ver ela ao vivo. Mas sou fã há muitos anos de outros artistas e a dedicação é diferente (Rita, 36 a 45 anos, Sudeste).

Não participo de grupos de fãs e não acompanho a vida pessoal dela, só ouço as músicas e gosto (Elis, 27 a 35 anos, Sudeste).

Só porque eu não acompanho tanto ela nas redes mas eu gosto muito dos dois álbuns (Gracie, 27 a 35 anos, Nordeste).

Como visto na seção 4, a cultura participativa (Jenkins, 2008) está intrínseca às comunidades de fãs. Ao considerarem que não estão contribuindo para o *fandom* de alguma maneira ou acompanhando assiduamente a vida da artista, há a dificuldade de se colocarem na

posição de “fãs”. Entre os entrevistados que se afirmaram se considerarem fãs, as principais motivações relatadas foram a identificação com a cantora e seu trabalho, o fato de gostarem das músicas, por acompanharem a vida dela recorrentemente, a personalidade da cantora e por consumirem produtos de Olivia (Freire Filho, 2011).

Acompanho ela desde muito cedo, vi a carreira musical dela sendo construída e continuo acompanhando ela de forma assídua, adquirir produtos e por aí vai (Tate, 18 a 26 anos, Sudeste).

Gosto muito da cantora, acompanho as novidades, tenho os CDs físicos em casa, comprei ingresso para o show em outra cidade (Ana, 18 a 26 anos, Sudeste).

Gosto muito das músicas da Olívia, de quem ela é, da voz dela e do jeito dela como pessoa (Billie, 18 a 26 anos, Centro-Oeste).

Gosto de acompanhar a cantora, as novidades, a estética (looks e visuais). Adoro escutar a voz e o que ela produz, e a forma como produ (Dua, 27 a 35 anos, Centro-Oeste).

Me considero fã por conhecer todas as suas músicas e acompanhar lançamentos, mas não acompanho muito sobre a sua vida pessoal, me atenho apenas ao trabalho dela mesmo (Whitney, 27 a 35 anos, Sul).

A acompanho desde o lançamento de drivers license e admiro muito o seu trabalho e acho que ela faz algo que ninguém mais da geração dela consegue fazer, trazendo elementos dos anos 2000 que remetem a minha adolescência (Mariah, 27 a 35 anos, Sudeste).

Entre outros artistas que os entrevistados se consideram fãs, 18 responderam Taylor Swift, sendo 12 maiores de 27 anos e 6 menores. Outra artista bastante mencionada foi Sabrina Carpenter (11 votos, 6 menores de 27 e 5 maiores). Entre outros nomes, estão Chappell Roan, Justin Bieber e Miley Cyrus, todos com 4 menções.

Como demonstrado nas seções anteriores, Olivia Rodrigo fez muitas referências à Taylor Swift, tanto em sua maneira de fazer música quanto em entrevistas e depoimentos pessoais, ao se afirmar fã da cantora. A semelhança fez com que muitos fãs de Taylor passassem a ter interesse em Olivia, atraindo um novo público para a artista *teen*. Inclusive, Swift é creditada na música *Deja Vu*, uma das mais citadas pelos fãs na entrevista, apesar de não ter colaborado diretamente na faixa e os créditos virem pela utilização do sample de *Cruel Summer* na canção.

Outro dado interessante é Sabrina Carpenter aparecer na segunda posição, em 36,7% das respostas. Apesar dos conflitos entre os *fandoms* das duas cantoras, devido a questões pessoais, os fãs de Rodrigo consomem as músicas de Carpenter. Este fator demonstra que,

apesar do incentivo ao “hate” entre ambos os *fandoms* e de não se darem bem, isso não é o suficiente para impedi-los de escutar os projetos das artistas, mesmo que esse consumo não seja exposto abertamente no *fandom* (Freire Filho, 2011).

Porém, não podemos deixar de ressaltar que, em 2024, Sabrina Carpenter alcançou o auge de sua carreira com “*Espresso*” e o álbum “*Short n’ Sweet*”, enquanto o auge da rivalidade entre os *fandoms* aconteceu em 2021, após a exposição e inúmeros rumores em torno do triângulo amoroso. Logo, como a pesquisa foi realizada após o ganho de sucesso de Sabrina, os fãs de Olivia podem ter começado a consumir mais a artista, mesmo que a rivalidade e comparações entre as duas ainda sejam enfatizadas em ambos os *fandoms*.

Em “Você participa de alguma comunidade de fãs da cantora? Se sim, qual(is)?”, a maior parte das respostas foi negativa, apesar de terem contas de fã, acompanharem a cantora e contribuírem com o *fandom* assiduamente.

Não sinto que tenho mais idade pra isso. já vivi muito isso com one direction e tenho meu grupo de amigas que são fãs e mantenho contato até hoje. mas acredito que nao me uniria a uma comunidade de fãs atualmente porque tenho outras prioridades (infelizmente) (Gal, 27 a 35 anos, Sudeste).

Não, mas sigo contas de FC no X para ter novidades e acompanhar (Dua, 27 a 35 anos, Centro-Oeste).

As respostas negativas podem estar associadas ao fato de que as plataformas atuais, como Instagram, Twitter/X e Tiktok (evidenciadas como as mais utilizadas pelos fãs entrevistados nesta pesquisa), não possuem tanto uma organização de comunidades que sejam populares como as mídias sociais mais antigas, como Orkut, Facebook e fóruns online. Devido a isso, a comunicação e interação no *fandom* acaba sendo fragmentada, sem um espaço de encontro fixo, e os fãs acabam não se enxergando como integrantes de uma comunidade em si, apesar de frequentarem assiduamente espaços de conversa com outros fãs, engajarem, terem contas de fã-clubes e afirmarem serem parte do *fandom*. Contudo, teríamos que analisar o tópico em questão com maior profundidade para chegarmos em conclusões concretas sobre a visão do público e as diferenciações que fazem sobre comunidades e *fandom*.

Na questão “Como é a sua interação com outros fãs de Olivia? O que vocês fazem?”, 8 pessoas afirmaram que não possuem interações com outros fãs da artista. Os que possuem interações comentaram que gostam de conversar sobre a cantora e seus lançamentos, além de contribuir para o *fandom*, participando de *streaming parties* e outras atividades.

Somos muito unidos, principalmente em época de votação, streaming parte e etc (Conan, 18 a 26 anos, Nordeste).

Minha namorada e minha melhor amiga são fãs da Olivia, e a gente fica interpretando as músicas dela, assistindo o show na Netflix, assistindo lives. Focando sobre a vida dela também, porque as pessoas inventam muitas histórias sobre a vida da Olivia, coitada. Vamos ao show nesse ano também (Chappell, 18 a 26 anos, Sudeste).

Ótima, nós geralmente comentamos sobre lançamentos e compartilhamos nossas músicas preferidas (Freddie, 27 a 35 anos, Sudeste).

Quando encontro com minhas amigas, fazemos karaokês em casa! (Miley, 27 a 35 anos, Centro-Oeste).

Falamos sobre a turnê, comentamos lançamentos, vimos o show juntos na Netflix, escutamos as músicas juntas (Gal, 27 a 35 anos, Sudeste).

Apesar das inúmeras interações com outros fãs, ao serem perguntados se já participaram de encontros presenciais de fãs da cantora, todos eles responderam negativamente, expondo que não tiveram oportunidade ou interesse em ir. Com isso, toda a interação com o *fandom* é no ambiente *online*, assim como era durante a pandemia, quando Olivia estourou nas paradas de sucesso e lançou o álbum *SOUR* (2021).

Para Hine (2015), o avanço das tecnologias e nos meios de comunicação proporcionou uma mudança na forma como nos relacionamos ao nosso redor e uns com os outros, fazendo com que o digital esteja tão presente em nosso cotidiano que não seja possível desagregá-lo. Por isso, a etnografia se torna um ponto fundamental do estudo, pois, mesmo sem a possibilidade de obter muito contato com o mundo físico dos fãs de Olivia Rodrigo, podemos perceber através de suas interações, afetações, laços, comportamentos, identificações, experiências, agenciamentos, símbolos e múltiplos signos que constituem seus rizomas e atrelam-se aos seus processos de subjetividade, que se relacionam não apenas com seu mundo virtual, mas também com o real.

As mediações e sociabilidades ocorridas no meio digital possibilitam a ocorrência do fenômeno no *fandom* de Olivia Rodrigo durante a pandemia da COVID-19. Com interações físicas restritas durante a época, o digital tornou-se o principal meio de interação social não apenas no Brasil, mas no mundo. O fenômeno se manifesta de diferentes formas: com a nostalgia, presente e incorporada às obras e carreira de Rodrigo; com a nostalgia referente ao desejo de retorno ao passado em momentos de caos e incerteza, como aconteceu durante a pandemia global; com a cultura da juvenilização, que além de alimentar o desejo de adultos de serem mais jovens, esses adultos também estavam experienciando uma época de insegurança tão grande na pandemia que sentiam “estar perdendo sua juventude”, o que reflete diretamente

em seus modos de ser, pensar, agir e consumir, afetando as questões psicossociais e subjetividade.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

No ano de 2021, surgiu um novo fenômeno da indústria musical: Olivia Rodrigo. Com apenas 19 anos, a artista conquistou o mundo com seu álbum *SOUR* (2021), que retrata suas experiências da adolescência e expõe sentimentos como amor, desilusão, inveja, raiva e insegurança. Com produções que remetem à sonoridade no movimento emo dos anos 2000 e composições melancólicas que se inspiram nas de Taylor Swift, Rodrigo conquistou não apenas o público jovem, mas também o público adulto, provocando identificação e movimentando as representações sociais vigentes, gerando efeitos no comportamento, sociabilidade, afetos e visão de mundo desses fãs.

É justamente neste fenômeno evocado pelas músicas de Olivia Rodrigo nos fãs mais velhos - no caso, não-adolescentes -, que o trabalho buscou se debruçar, destrinchando como esse movimento ocorre, suas manifestações e afetações, as questões psicossociais envolvidas, além de compreender as dinâmicas da comunidade de fãs e as relações com a nostalgia, juvenilização e consumo do álbum.

A dissertação teve como objetivo investigar como as músicas de Olivia Rodrigo afetam a subjetividade dos fãs, redefinindo a percepção geracional, comportamentos, afetos e interações dos fãs adultos sobre a adolescência, verificando também as principais semelhanças e diferentes entre o consumo e interpretações dos fãs mais velhos e mais jovens e como esses fãs se organizam e suas dinâmicas sociais e afetivas na comunidade. Ainda, analisar o sentimento nostálgico e como ele influencia do processo de identificação com as produções da atualidade.

Ao longo das seções, investigamos como a nostalgia está entrelaçada à carreira e imagem de Olivia, auxiliando no seu desenvolvimento e atração de novos públicos (Davis, 2011; Boym, 2017; Lipovetsky, 2007; Tavares; Prado, 2017). Além disso, também compreendemos como o culto à juventude na sociedade contemporânea aparece associado ao desejo, consumo e juvenilização (Margulis; Urresti, 2000; Gil, 2011), contribuindo para as movimentações nas representações sociais e constituição das múltiplas juventudes (Calligaris, 1998; Kehl, 2004; Oliveira, 2010). Também estudamos como são as comunidades de fãs e suas dinâmicas, principalmente no meio digital, guiados pelas pesquisas de cultura participativa (Jenkins, 2008) e inteligência coletiva (Lévy, 2004) na construção de ideias, informações, interações, afetos, mas também de produtos, conteúdos e a constante ressignificação deles.

A cartografia auxiliou a mapear toda a parte teórica e prática do trabalho, guiando a investigação no ambiente digital, possibilitando o acompanhamento de transformações,

rupturas e desafios do campo. Assim, verificamos as produções de sentido, movimentações da subjetividade, fluxos do desejo, agenciamentos, rizomas e toda a multiplicidade da comunidade e dos indivíduos que a integram (Deleuze; Guattari, 1995; Passos; Kastrup, 2014; Rolnik, 2006; Caiafa, 2019).

A primeira parte da análise foi realizada no Twitter/X, mapeando os comentários de fãs mais velhos sobre o *SOUR* (2021). Entre os comentários, sobressaíram-se as seguintes declarações, divididas em tópicos: 1) Sobre as músicas de Olivia Rodrigo fazerem os fãs adultos “sentirem-se jovens/adolescentes” novamente; 2) Sobre a nostalgia e semelhança das produções de Olivia com canções de outras gerações; 3) Sobre os sentimentos expostos pela cantora em suas músicas, que permitiram que reafloressem sentimentos da adolescência.

No primeiro tópico, podemos conferir como a juvenilização (Margulis; Urresti, 2000; Gil, 2011) se entrelaça com a nostalgia sobre a fase da adolescência, fazendo com que os fãs se identifiquem com as composições (Boym, 2001; Davis, 2011) e sintam-se pertencentes àquele lugar de “jovem”, conectando-se também com aqueles que estão vivendo a fase no momento. Entretanto, apesar de se perceberem como pertencentes ao mesmo grupo - o de “jovens” -, os sentidos, agenciamentos e rizomas provocados entre as diferentes gerações são distintos.

Aparece também o desejo de viver o que não se viveu e ser parte da experiência narrada na música, que são comuns e estereotipadas sobre a adolescência, como desilusões amorosas, traições e insegurança, transmitindo o desejo sobre aquilo que gostaria de ter experienciado durante a fase e não pode. Dessa maneira, esses sentimentos e afetos que surgem a partir do desejo auxiliam nas movimentações de subjetividade, agenciamentos e rizomas que os constituem (Deleuze; Guattari, 1995; Rolnik, 2006).

O segundo tópico se concentra na nostalgia, que aparece de diferentes formas nos trabalhos de Rodrigo. Os fãs compararam suas músicas com as da geração emo dos anos 2000, que os transportavam para a sua própria adolescência, além de lembrarem a “época de ouro” da Disney e as faixas de suas ex-estrelas. É válido lembrar que Olivia também é uma ex-estrela da Disney, apesar de não ter vivenciado a “época de ouro” citada nos comentários e não ter conquistado o auge de sua carreira através da companhia.

Além do desejo de retorno ao passado e reencontro com seu antigo “eu” (Davis, 2011), evocados pelas faixas da cantora, a expressão emocional aparece de forma latente, em que os fãs se identificam com os sentimentos - majoritariamente negativos - que Olivia externa em suas letras, como raiva e tristeza. As composições possuem a característica melancólica do movimento emo, que eram percebidos socialmente como “depressivos” e “sensíveis” (Carvalho, 2015). Esse é um ponto que também gera conexão com aqueles que experienciaram

a época em sua adolescência, que retornam para esse espaço de melancolia despertado pelas canções de Rodrigo.

O trabalho de Hills (2002) enfatiza justamente o teor emocional na comunidade, pois sem ele não existiria a cultura de fãs. Esses afetos em torno do fandom criam e fortalecem o vínculo íntimo entre fã-ídolo e fã-fã. Tendo em vista o cenário musical, esses laços com o artista são produzidos principalmente através de suas músicas e projetos. No caso de Olivia Rodrigo, vemos um apego às composições da artista, que retratam as dores e paixões da adolescência de forma melancólica e brutal. Além disso, também há a questão da nostalgia empregada em suas produções e projetos, que transmitem a sonoridade de outras épocas e atingem um público mais velho, que vivenciou essa era. Dessa maneira, Olivia consegue novas formas de criar elos com seus fãs e ampliar sua comunidade, visto que os indivíduos passam a atribuir diferentes sentidos e interpretações, seja por uma conexão do que experienciou, do que gostaria de ter experienciado ou do desejo de voltar no tempo para aquela época da vida.

O elemento autobiográfico das canções de Rodrigo também auxilia nessa conexão ídolo-fãs, mesmo que a narrativa de Olivia só exponha o que ela deseja expor, não o todo. O discurso autobiográfico é valorizado há várias gerações, como Taylor Swift e Demi Lovato (Freire Filho, 2013), reconhecidas por expressarem suas questões íntimas através da música, transmitindo diferentes mensagens em suas composições, sejam sobre suas alegrias, amores, afetos, desafetos, como questões de autoestima, vícios e sofrimentos, como é o caso principalmente de Lovato (Silva, 2020). Mesmo que essa relação seja apenas parassocial, os fãs sentem-se próximos dos artistas quando eles revelam - ou parecem revelar - sua intimidade (Rojek, 2001), revigorando ainda mais a comunidade emocional existente no fandom, onde o discurso do artista e seus posicionamentos, mesmo que interpretados de forma particular por cada integrante do fandom, são capazes de uni-los por meio dos amores, desamores, conflitos e dilemas.

O terceiro tópico mostra a relação dos fãs mais velhos com os sentimentos relatados por Olivia em suas músicas, associando-se principalmente com a angústia, dores e rebeldia da fase adolescente. Acontece a identificação por meio do emocional e o compartilhamento da experiência de sofrimento, que podemos visualizar em depoimentos como “Gostaria muito de ter ouvido ele [o álbum] na minha adolescência pq muitas dores da Olivia eu consigo enxergar na minha antiga eu” e “esse álbum é a pura depressão na forma mais bonita de se contar”.

Na segunda parte da análise de campo, foi realizada uma pesquisa qualitativa, respondida por 30 fãs da cantora. Entre os fãs, 18 são maiores de 27 anos, já considerados como “adultos” pelos padrões estabelecidos socialmente na época em que o álbum foi lançado, e 12 menores de 27 anos, que são os fãs mais novos e com idade mais próxima à de Olivia.

O roteiro da pesquisa (Apêndice B) foi dividido em 3 tópicos: O primeiro buscou informações pessoais, a fim de conhecer os indivíduos e um pouco do seu contexto social. O segundo tópico teve o objetivo de compreender com profundidade a relação dos entrevistados enquanto fãs e com as músicas de Olivia Rodrigo. Já o terceiro tópico abordou a relação com outros fãs, a fim de analisar as dinâmicas do coletivo.

Durante a pesquisa, os fãs relataram os motivos pelos quais a artista os agrada. Nas respostas, ficou visível as diferenças e semelhanças entre o público mais novo e o mais velho. Ambos gostam da artista por suas músicas e personalidade, mas se relacionam de formas divergentes com o conteúdo. Enquanto o público mais novo enfatiza a *persona* de Olivia, o público mais velho traz a autenticidade e nostalgia das músicas como pontos que valorizam. Isso demonstra como as referências empregadas por Olivia em suas músicas atraíram um novo público para a cantora e o desejo dos fãs de se transportarem para essa época da vida.

Em relação à identificação com a cantora e suas músicas, os fãs mais novos evidenciaram a maneira como a artista aborda suas experiências da adolescência e como eles conseguem se enxergar nelas, além dos sentimentos que a cantora traz, que faz com que sintam que “ela entra na minha mente, vê tudo o que tem lá e escreve músicas sobre tal coisa”. Já os fãs mais velhos também destacam os sentimentos, mas dão ênfase aos negativos, como raiva, rancor e inveja. Ainda, os fãs declaram que as canções os fazem lembrar de sua adolescência e suas vivências dessa época, o que retrata não apenas a nostalgia, mas também a juvenilização e o desejo de voltar para esse lugar da adolescência e ser adolescente (Castellano; Meimaridis, 2017; Boym, 2001; Freire Filho, 2011; Calligaris, 1998; Kehl, 2004; Gil, 2011).

Ao expressar sobre suas vivências adolescentes em suas composições, Olivia Rodrigo atribui múltiplos símbolos, sentidos, visões, sentimentos, comportamentos, entre outros pontos, que contribuem para o fortalecimento do processo de juvenilização no gerenciamento da identidade dos fãs adultos (Margulis; Urresti, 2000; Gil, 2011). Ao consumirem as faixas de Olivia e se identificarem, estes fãs mais velhos acabam se posicionando na categoria de “jovem”, dentro do processo de juvenilização através do consumo, tendo a música como um importante marcador identitário.

As movimentações nos processos de subjetividade afetam os modos de vida, visão de mundo, comportamentos, sociabilidades e afetos dos adultos, que se recusam a envelhecer - mesmo que seja impossível parar o tempo. Esse processo constrói novas juventudes, associando-se também ao que os pesquisadores chamam de “adulescência”, em que adultos não conseguem ou não querem desvincular-se da condição de adolescente, adotando-a como

estilo de vida e vivendo imersos na cultura jovem, negando-se a serem vistos como adultos (Calligaris, 1998; Kehl, 2004; Furedi, 2004).

Ao relatarmos como se sentem ao escutarem as músicas da cantora *teen*, os fãs mais velhos apresentam novamente o sentimento de nostalgia e de sentirem-se “mais jovens” ouvindo a artista. Ambos os sentimentos se atrelam às movimentações e processos de subjetividade dos fãs evocados pelas faixas do álbum *SOUR* (2021). Neste sentido, os estudos de Guattari e Rolnik (1996) entram de acordo com as pesquisas sobre juvenilização e o culto à juventude presente na sociedade contemporânea (Margulis; Urresti, 2000; Gil, 2011) quando afirmam que a subjetividade é construída no registro social. É preciso “ser” e “aparentar ser” jovem, e é através do consumo e seu estilo de vida que as pessoas encontram possibilidades para demonstrar sua jovialidade, mesmo que para órgãos públicos e representações sociais que firmam a idade, elas já não sejam.

Portanto, consumir Olivia Rodrigo leva à conquista de pertencimento ao grupo “jovem”, fazendo com que o “ter” e o “ser” estejam interligados (Rolnik, 1997), influenciando nos modos de sociabilidade, subjetividade, comportamento e questões psicossociais que atravessam os sujeitos.

Além disso, aparece também um depoimento em que a entrevista manifesta o sentimento da nostalgia por coisas que nunca vivenciou. Como Bourdieu (1998) retrata em seus estudos, o envelhecimento não é visto como ideal social em uma população que venera a juventude. Por isso, existe o desejo de vivenciar todas as experiências padronizadas socialmente como “jovem” enquanto ainda se é visto como jovem, como se essas mesmas experiências fossem impossíveis de acontecerem ao envelhecer.

Neste sentido, podemos conectar essa experiência nostálgica do que nunca viveu com os medos em relação às responsabilidades que a vida adulta carrega, além da maturidade, que acaba distanciando o grupo das subjetividades juvenis. O conceito da adultescência (Calligaris, 1998; Kehl, 2004; Oliveira, 2010) aparece fortemente nos fãs mais velhos, que buscam através da juvenilização e da nostalgia conectar-se com seu “eu adolescente”, identificando-se com ele e o trazendo de volta a vida na atualidade em que a adolescência já não está mais presente.

Porém, o retorno do “eu adolescente” não significa que esse “eu” será da mesma forma, com as mesmas crenças, costumes e gostos do passado, mas sim transformado junto com as transformações individuais, da sociedade e da cultura, ligando partes antigas com as novas de si, ressignificando os conteúdos e produções atuais a partir de seu olhar jovial do presente e ressignificando-se através deles.

Isso demonstra como nossa subjetividade é mutável e rizomática, criando inúmeras conexões com o meio. Dessa forma, são formadas diferentes juventudes, que interpretam, constroem sentido e rompem-se de diversas maneiras constantemente. Pertencer a uma juventude significa ser jovem e, mais ainda, ser percebido como jovem, independentemente de sua idade ou marcadores identitários estabelecidos socialmente ou por órgãos públicos. As juventudes se expandem e movem as representações sociais, em um processo de territorialização, desterritorialização e reterritorialização contínua das subjetividades, evocados pelo ato de escutar Olivia Rodrigo e identificar-se de inúmeras formas com suas músicas sobre sua experiência adolescente (Deleuze; Guattari, 1995; Takeiti; Vicentin, 2016).

Não podemos deixar de abordar o desafio da contemporaneidade que é lidar com o envelhecimento, processo natural dos seres humanos e menosprezado em uma sociedade que cultua a juventude, especialmente na indústria do entretenimento, em que o próprio envelhecer traz consigo mais dificuldades de se manter no mercado conforme o tempo passa, principalmente para mulheres. Entretanto, o envelhecimento possui seus prazeres, como a liberdade, independência e sabedoria, desprendida dos códigos sociais, superegos da jovialidade e do constante trabalho que requer se manter na condição de jovem.

A cultura contemporânea investe na valorização da juventude, — que não é eterna, mas faz com que pareça que existe a possibilidade de ser — e a vende como produto no mercado para aqueles que estão “passando da fase”. Ser jovem é o ideal social (Bourdieu, 1998) e toda a cultura e consumo se mobilizam para o fortalecimento dessa subjetivação.

Na questão sobre a música favorita do álbum *SOUR* (2021), a maior parte dos fãs respondeu “*Brutal*”. A faixa em questão, além de possuir uma sonoridade similar à emo dos anos 2000, também possui uma letra que aborda as frustrações sobre a adolescência e inseguranças sobre o futuro na vida adulta. Nos relatos, é possível observar os contrastes entre o estereótipo da adolescência como “época de ouro” e como os fãs mais jovens relatam se sentir, com insegurança, frustrados e ansiosos constantemente, pressionados em relação ao futuro. Enquanto isso, os fãs mais velhos demonstram sentimentos similares, em que se sentem inseguros e insuficientes para dar conta das responsabilidades da vida adulta que não desejam ter. Este ponto contribui para o fortalecimento da cultura da juvenilização, na tentativa de manterem-se jovens por mais tempo e se esquivarem dessas responsabilidades (Morin, 1987; Calligaris, 1998; Kehl, 2004; Oliveira, 2010; Gil, 2011). Além disso, também podem ser associadas à nostalgia, consumindo produtos que os lembrem da própria adolescência e os transportem para esse lugar, fora das preocupações da vida adulta (Lipovetsky, 2007; Tavares; Prado, 2017; Boym, 2001; Davis, 2011).

Já na pergunta sobre o entrevistado se considerar fã ou não de Olivia, apenas 4 pessoas responderam negativamente - todos do grupo dos “mais velhos” -, justificando que não conseguem dedicar tempo para contribuir com a comunidade, apesar de ouvirem seus lançamentos. Esse fator demonstra que há uma resistência em se denominar fã de um artista quando não há a dedicação e participação na comunidade, muito visada pelos estudos de Jenkins (2008) sobre fandoms e cultura participativa.

Entre outros artistas que os entrevistados consideram-se fãs, Taylor Swift e Sabrina Carpenter se destacaram. Como demonstrado ao longo dos primeiros capítulos, Olivia Rodrigo referência Swift em suas obras de diferentes formas, seja utilizando *sample* de música da cantora para criar uma nova ou em suas composições sobre amores e desamores, que foram muito comparadas às de Taylor.

Um fato interessante é Sabrina Carpenter aparecer na segunda posição, apesar das rivalidades existentes nos fandoms. Podemos observar que, mesmo com o incentivo ao “*hate*” entre os grupos, isso não impede os fãs de consumirem e gostarem dos projetos de Sabrina, mesmo que isso não seja dito abertamente na comunidade de Olivia. Contudo, não podemos deixar de destacar que Sabrina conquistou o auge de sua carreira no ano de 2024, antes da pesquisa qualitativa com os fãs da Olivia ser realizada. Devido a isso, muitos fãs de Rodrigo podem ter começado a consumir as produções de Carpenter, mas a rivalidade entre os fandoms e comparações entre as artistas ainda é acentuada nos grupos de fãs das duas cantoras (Freire Filho, 2011).

O segundo tópico da pesquisa trouxe as relações entre fãs como foco. Ao serem questionados se participam de comunidades de fãs, todos responderam que não. Isso pode se dar ao fato das mídias sociais mais utilizadas atualmente não possuírem um sistema de comunidade muito usado, sem um espaço fixo de encontro, fragmentando as relações e interações.

Ao relatarem como é a interação com outros fãs da cantora, os entrevistados falaram sobre conversarem sobre os lançamentos, reunirem amigos em casa para karaokê e participarem de *streaming parties* e outras dinâmicas em prol da carreira de Olivia. Quando questionados sobre encontros de fãs presenciais, todos responderam que nunca participaram. Isso reflete como as dinâmicas e sociabilidades do fandom então centradas no ambiente digital, o que pode ser um retrato de como era durante a pandemia da COVID-19, quando Olivia estourou nas paradas de sucesso e seu primeiro disco foi lançado.

Portanto, ao verificarmos as análises de campo, podemos concluir que a música de Olivia afeta a subjetividade de seus fãs de diferentes maneiras, o que é reforçado nos fãs adultos pela

instrumentalização da nostalgia e a juvenilização da sociedade, além do contexto pandêmico, que ressalta a insegurança e procura pelo conforto do passado. As representações sociais são movimentadas ao consumirem as canções sobre a experiência adolescente, fazendo com que os adultos não apenas se identifiquem, mas também que queiram se identificar com aquilo, demonstrando a sua jovialidade por meio do consumo.

Há também aqueles que passam pelo fenômeno da adultescência, com dificuldades de assumirem a condição adulta, sendo vistos como jovens pelo seu estilo de vida e imersão nessa cultura. Desse modo, identificar-se com Olivia Rodrigo e sentir-se pertencente ao grupo dos que estão experienciando essa fase da vida porque se negam a viver a realidade adulta, suas responsabilidades e ter a maturidade da fase, escolhendo infantilizarem-se para permanecerem jovens aos olhos dos outros.

Logo, podemos encontrar múltiplas juventudes constituídas a partir da música de Olivia Rodrigo. Essas juventudes, apesar de possuírem realidades e interpretações distintas sobre a mesma obra, criam diferentes rizomas que se conectam e produzem novos sentidos para essas experiências adolescentes relatadas nas composições. Assim, esses fãs se ligam por suas semelhanças e por suas diferenças, construindo uma comunidade de fãs plural e fluida.

O trabalho trouxe inúmeras considerações relevantes sobre fãs, juventudes e nostalgia, que podem contribuir para futuros trabalhos sobre o tema. Estudos que abordem como o culto à juventude atua na cultura de fãs, aprofundar o debate sobre a nostalgia na indústria do entretenimento e sua influência na cultura, a performance do autobiográfico nas músicas de artistas e suas inúmeras percepções dentro do fandom, de que maneira a cultura do ódio se manifesta nas comunidades de fãs e as formas de consumo dos “*haters*” sobre os trabalhos dos artistas “odiados” pelo fandom aparecem como algumas das possibilidades para novas pesquisas acadêmicas a partir do trabalho.

Ainda, existe a oportunidade de aprofundamento das questões psicossociais em futuras pesquisas que abordem a temática, com a realização de grupos focais, experimentos e entrevistas com um número amplo de fãs. Assim, o trabalho não esgota o tema, mas busca trazer considerações que contribuam socialmente e tragam reflexões sobre fãs, nostalgia e juventudes, e expandir o conhecimento sobre esses assuntos, trazendo novas propostas de investigação.

REFERÊNCIAS

- 1 STEP Foward, 3 Steps Back. Intérprete: Olivia Rodrigo. Compositores: Jack Antonoff, Olivia Rodrigo e Taylor Swift. *In*: SOUR. Intérprete: Olivia Rodrigo. Santa Monica: Geffen Records, 2021. 1 álbum, faixa 4.
- AHLGRIM, Callie. Olivia Rodrigo's 'Good 4 U' music video is full of hidden references — here's every detail you may have missed. **Business Insider**, [s. l.], 14 maio 2021. Disponível em: <https://www.insider.com/olivia-rodrigo-good-4-u-music-video-references-jennifers-body-2021-5>. Acesso em: 22 fev. 2023.
- ARFUCH, Leonor. **O espaço biográfico**: dilemas da subjetividade contemporânea. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2010. 370 p.
- AUGUSTIN, Débora *et al.* Juventude: desnaturalizando o conceito de juventude através dos tempos. **e-psico**, Porto Alegre, c2024. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/e-psico/index.php/juventude/>. Acesso em: 12 nov. 2024.
- AMARAL, A. Cultura pop digital brasileira: em busca de rastros político-identitários em redes. **Revista Eco-Pós**, [S. l.], v. 19, n. 3, p. 68–89, 2016. DOI: 10.29146/eco-pos.v19i3.5422. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/5422
- BARBOSA, Marialva Carlos. Biografias improváveis: o si mesmo de um outro como imaginação historiadora. **Revista Brasileira de História da Mídia**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 27-47, jul./dez. 2021. Disponível em: <https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/viewFile/12958/8000>. Acesso em: 14 out. 2023.
- BARROS, Roberta; MONTEIRO, Camila Franco. Bieber Mania - do youtube ao tipo da billboard: um estudo sobre os cyberfandoms e a fama de Justin Bieber. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul, RS. **Anais** [...]. São Paulo: Intercom, 2010.
- BECAUSE I Liked a Boy. Intérprete: Sabrina Carpenter. Compositores: John Ryan, Julia Michaels, JP Saxen, Sabrina Carpenter. *In*: EMAILS I Can't Send. Intérprete: Sabrina Carpenter. United States: Island Records, 2022. 1 álbum, faixa 5.
- BERNI, Vanessa Limana; ROSO, Adriane. A adolescência na perspectiva da psicologia social crítica. **Psicologia & Sociedade**, Belo Horizonte, v. 26, n. 1, p. 126-136, abr. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-71822014000100014>. Acesso em: 13 dez. 2023.
- BITTENCOURT, J. Nas encruzilhadas da rebeldia: uma etnocartografia dos straightedges em São Paulo. 2011. 320 p. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP. Disponível em: <https://hdl.handle.net/20.500.12733/1615394>.
- BORELLI, Sílvia Helena Simões. **Harry Potter**: campo literário e mercado, livros e matrizes culturais. 2006. 220 f. Tese (Livre Docência em Antropologia) – Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2006.

BORELLI, Silvia. Cenários Juvenis, Adultescências, Juvenilizações: a propósito de Harry Potter. *In*: BORELLI, Silvia; FREIRE FILHO, João (org.). **Culturas juvenis no século XXI**. São Paulo: EDUC, 2008. p. 59-78.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983. 208 p.

BOVE, Laurent. **Espinosa e a Psicologia Social**: ensaios de ontologia política e antropogênese Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

BOYM, Svetlana. Mal-estar na nostalgia. **História da Historiografia**: International Journal of Theory and History of Historiography, Ouro Preto, v. 10, n. 23, p. 153-165, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.15848/hh.v0i23.1236>. Acesso em: 16 mar. 2023.

BOYM, Svetlana. **The Future of Nostalgia**. Nova York: Basic Books, 2001.

BRASIL. **Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990**. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm. Acesso em: 28 nov. 2023.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Área de Saúde do Adolescente e do Jovem. **Marco Legal**: saúde, um direito de adolescentes. Brasília, DF: Editora do Ministério da Saúde, 2007. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/07_0400_M.pdf. Acesso em: 28 nov. 2023.

BRIGHT, Martin. Harry Potter's creator richer than the Queen. **The Guardian**, London, 27 abr. 2003. Disponível em: <https://www.theguardian.com/uk/2003/apr/27/harrypotter.books>. Acesso em: 04 dez. 2023.

BRUTAL. Intérprete: Olivia Rodrigo. Compositores: Daniel Nigro e Olivia Rodrigo. *In*: SOUR. Intérprete: Olivia Rodrigo. Santa Monica: Geffen Records, 2021. 1 álbum, faixa 1.

CAIAFA, Janice. Sobre a etnografia e sua relevância para o campo da comunicação. **Questões Transversais**, São Leopoldo, v. 7, n. 14, p. 37-46, jul./dez. 2019. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/19775>. Acesso em: 24 jan. 2023.

CALLIGARIS, Contardo. **A adolescência**. São Paulo: Pubifolha, 2000.

CALLIGARIS, Contardo. A sedução dos jovens. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 1998. Caderno Mais!, p. 4.

CAMARGO, Daniel Renaud *et al.* Psicossociologia com comunidades: abordagens *sentipensantes* como emergência na América Latina. **Revista Pesquisas e Práticas Psicossociais**, São João del-Rei, v. 16, n. 2, p. 1-17, abr./jun. 2021. Disponível em: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/ppp/v16n2/10.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2023.

CAMPOS, S. R.; GOTO, T. A. Os conflitos e valores na juventude: transição para a maturidade. **Phenomenological Studies** – Revista da Abordagem Gestáltica, Goiânia, v. 23, n. 3, p. 350-361, dez. 2017. Disponível em: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/rag/v23n3/v23n3a11.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2022.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

CANTORA Christina grimmie, ex-The Voice, morre após ser baleada na Florida. **Veja**, [s. l.], 11 jun. 2016. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/cantora-christina-grimmie-ex-the-voice-morre-apos-ser-baleada-na-florida>. Acesso em: 29 set. 2024.

CARVALHO, Renata Oliveira. **A emoção em rede: as éticas e estéticas** Emo. 2015. 132 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://www.bdt.uerj.br/handle/1/8968>. Acesso em: 12 fev. 2023.

CASTELLANO, Mayka; MEIMARIDIS, Melina. Produção televisiva e instrumentalização da nostalgia: o caso Netflix. **Revista GEMInIS**, São Carlos, v. 8, n. 1, p. 60-86, 2017. Disponível em: <http://orcid.org/0000-0003-3481-817X>. Acesso em: 12 fev. 2023.

COIMBRA, Cecília C.; BOCCO, Fernanda; NASCIMENTO, Maria Lívia do. Subvertendo o conceito de adolescência. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 57, n. 1, p. 2-11, 2005. Disponível em: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/arp/v57n1/v57n1a02.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2023.

COOK, NICHOLAS. **Music: A Very Short Introduction**. Oxford: Oxford University Press, 1998.

COSTA, Samira Lima da; ALVARENGA, Luciana; ALVARENGA, Ana Maria. Estudo de/com comunidades tradicionais: cultura, imagem e história oral. **Revista Documenta Virtual**, [s. l.], n. 17, p. 1-6, 2007.

DAVIS, F. Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia. *In*: OLICK, Jeffrey K.; VINITZSKY-SEROUSSI, Vered; LEVY, Daniel (ed.). **The Collective Memory Reader**. Oxford: Oxford University Press, 2011. p. 446-496.

DEJA Vu. Intérprete: Olivia Rodrigo. Compositores: Annie Clark, Daniel Nigro, Jack Antonoff, Olivia Rodrigo e Taylor Swift. *In*: SOUR. Intérprete: Olivia Rodrigo. Santa Monica: Geffen Records, 2021. 1 álbum, faixa 5.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs – Capitalismo e Esquizofrenia**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995. 715 p. v. 1.

DIMOCK, Michael. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. **Pew Research Center**, Washington, DC, 17 jan. 2019. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>. Acesso em: 11 dez. 2023.

DRIVERS License. Intérprete: Olivia Rodrigo. Compositores: Daniel Nigro e Olivia Rodrigo. *In*: SOUR. Intérprete: Olivia Rodrigo. Santa Monica: Geffen Records, 2021. 1 álbum, faixa 3.

DUBAR, Claude. **A Socialização – construção das identidades sociais e profissionais**. São Paulo: Martins Fontes, 2008. 370 p.

ENOUGH for You. Intérprete: Olivia Rodrigo. Compositores: Olivia Rodrigo. *In*: SOUR. Intérprete: Olivia Rodrigo. Santa Monica: Geffen Records, 2021. 1 álbum, faixa 7.

ESCUADERO, Andreia Perroni. Geração X: adultos infantilizados – uma análise do fenômeno. **Dito Efeito** – Revista de Comunicação da UTFPR, Curitiba, ano 3, v. 3, n. 3, p. 1-14, set. 2013. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.3895/rde.v0n3.2133>. Acesso em: 11 dez. 2023.

ESTADÃO. Olivia Rodrigo é acusada de plágio por Courtney Love. **Estadão**, [s. l.], 29 jun. 2021. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/gente/olivia-rodrigo-e-acusada-de-plagio-por-courtney-love/>. Acesso em: 16 mar. 2023.

FAVORITE Crime. Intérprete: Olivia Rodrigo. Compositores: Daniel Nigro e Olivia Rodrigo. *In*: SOUR. Intérprete: Olivia Rodrigo. Santa Monica: Geffen Records, 2021. 1 álbum, faixa 10.

FERNANDES, Cíntia Sanmartin. HERSCHMANN, Micael. Usos da cartografia nos estudos de comunicação e música. **Fronteiras – estudos midiáticos**. V 17, n. 3, pp. 290-301, São Leopoldo: setembro/dezembro, 2015.

FISCHER, Gustavo Daudt; PALMA, Gabriel Rocha. #Challenge Memory Unlocked: o TikTok como dispositivo construtor de memórias audiovisuais a partir da música. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 1, p. 249-273, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.29146/ecops.v25i1.27866>. Acesso em: 24 mar. 2023.

FONSECA, Débora Cristina; OZELLA, Sérgio. The conceptualizations of adolescence constructed by professionals within the Family Health Strategy (FHS). **Interface** – Comunicação, Saúde, Educação, Botucatu, v. 14, n. 33, p. 411-24, abr./jun. 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1414-32832010000200014>. Acesso em: 25 abr. 2024.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

FRANK, Gustavo. O significado por trás do look viral de Olivia Rodrigo para a Casa Branca. **Uol Nossa Moda**, [s. l.], 19 jul. 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2021/07/19/o-poder-politico-do-look-viral-usado-por-olivia-rodrigo-para-a-casa-branca.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 12 mar. 2023.

FREIRE FILHO, João. A comunicação passional dos fãs: expressões de amor e de ódio nas redes sociais. *In*: BARBOSA, Marialva; MORAIS, Osvando (ed.). **Comunicação em tempo de redes sociais**: afetos, emoções, subjetividades. São Paulo: INTERCOM, 2013. p. 127-154.

FREIRE FILHO, João. Novas Perspectivas para o Estudo da Relação entre Discursos Midiáticos, Juventude e Poder. **E-Compós**, Brasília, v. 6, p. 1-21, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.82>. Acesso em: 27 jul. 2024.

FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da resistência juvenil**: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007. 175 p.

FROTA, Ana Maria Monte Coelho. Diferentes concepções da infância e adolescência: a importância da historicidade para sua construção. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, ano 7, n. 1, p. 144-157, abr. 2007. Disponível em: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/epp/v7n1/v7n1a13.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2024.

FUREDI, Frank. Não quero ser grande. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 25 jul. 2004. Caderno Mais!, p. 4-7.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

GIL, Carmem Zeli de Vargas. Jovens e juventudes: consensos e desafios. **Educação**, Santa Maria, v. 36, n. 1, p. 25-42, abr. 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.5902/198464442909>. Acesso em: 29 jul. 2024.

GOOD 4 U. Intérprete: Olivia Rodrigo. Compositores: Daniel Nigro, Josh Farro, Hayley Williams, Olivia Rodrigo. *In*: SOUR. Intérprete: Olivia Rodrigo. Santa Monica: Geffen Records, 2021. 1 álbum, faixa 6.

GRASSO, Linda. Masking Volcanic Anger: The Repressive World of 19th-Century White Female Emotional Culture. **Prospects**, v. 27, p. 27-48, 2002.

GROPPO, L. A. Teorias críticas da juventude: geração, moratória social e subculturas juvenis. **Em Tese**, Florianópolis, v. 12, n. 1, p. 4, jan./jul. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1806-5023.2015v12n1p4>. Acesso em: 13 nov. 2024.

GUARESCHI, Neuza. Infância, adolescência e a família: práticas PSI, sociedade contemporânea e produção de subjetividade. *In*: JACÓ-VILELA, Ana Maria; SATO, Leny (org.). **Diálogos em psicologia social**. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2012. p. 254-268.

GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica: Cartografias do Desejo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

GUMES, Nadja Vladi Cardoso. RG Jovem: culturas juvenis e a formação das identidades da juventude. *In*: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**. 2003.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. Tradução: Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

HAPPIER. Intérprete: Olivia Rodrigo. Compositores: Olivia Rodrigo. *In*: SOUR. Intérprete: Olivia Rodrigo. Santa Monica: Geffen Records, 2021. 1 álbum, faixa 8.

HILLS, Matt. **Fan cultures**. Nova Iorque: Routledge, 2002.

HINE, Christine. **Ethnography for the Internet** – Embedded, embodied and everyday. London: Bloomsbury, 2015.

HINE, Christine. **Virtual Ethnography**. London: SAGE Publications, 2000.

HODKINSON, Paul. Ageing in a spectacular “youth culture”: continuity, change and community amongst older goths. **The British Journal of Sociology**, V. 62. I.2, pp.262-282, 2011.

HOPE Ur Ok. Intérprete: Olivia Rodrigo. Compositores: Daniel Nigro e Olivia Rodrigo. *In*: SOUR. Intérprete: Olivia Rodrigo. Santa Monica: Geffen Records, 2021. 1 álbum, faixa 11.

I'M NOT A Girl, Not Yet A Woman. Intérprete: Britney Spears. Compositores: Dido, Max Martin, Rami Yacoub. *In*: BRITNEY. Intérprete: Britney Spears. New York: Jive, 2001. 1 álbum, faixa 4.

JEALOUSY, Jealousy. Intérprete: Olivia Rodrigo. Compositores: Casey Smith, Daniel Nigro e Olivia Rodrigo. *In*: SOUR. Intérprete: Olivia Rodrigo. Santa Monica: Geffen Records, 2021. 1 álbum, faixa 9.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers**: television fans and participatory culture. Nova Iorque: Routledge, Chapman and Hall, 1992.

JODELET, Denise. Ciências sociais e representações: estudo dos fenômenos representativos e processos sociais, do local ao global. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 33, p. 423-442, 2018. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/sociedade/article/view/19925/18365>. Acesso em: 05 abr. 2023.

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. *In*: JODELET, Denise (org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 2001. p. 31-61.

JODELET, Denise. Représentations sociales: un domaine en expansion. *In*: JODELET, Denise (ed.). **Les représentations sociales**. Tradução: Tarso Bonilha Mazzotti. Paris: PUF, 1989. p. 31-61.

JODELET, Denise. A alteridade como produto e processo psicossocial. *In*: ARRUDA, Angela. **Representando a alteridade**. Petrópolis: Vozes, 1999. cap. 2, p.47-67.

JOVCHELOVITCH, Sandra. **Representações sociais e espaço público: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil**. Editora Vozes, 2000.

KASTRUP, Virgínia; PASSOS, Eduardo; ESCÓSSIA, Liliana da. (org.). **Pistas do método da cartografia**: pesquisa-intervenção e a produção de subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2009.

KASTRUP, Virgínia; PASSOS, Eduardo; TEDESCO, Silvia. (org.). **Pistas do método da cartografia**: a experiência da pesquisa e o plano comum. Porto Alegre: Sulina, 2016. v. 2.

KASTRUP, V. O método da cartografia e os quatro níveis de pesquisa-intervenção. *In*: CASTRO, L. R. de; BESSET, V. L. (orgs.). **Pesquisa-intervenção na infância e juventude**. Rio de Janeiro: Trarepa/FAPERJ, 2008.

KLEIN, Betsy. Estrela pop Olivia Rodrigo se reúne com Biden para divulgar vacinas nos EUA. **CNN Brasil**, [s. l.], 14 jul. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/estrela-pop-olivia-rodrigo-se-reune-com-biden-para-divulgar-vacinas-nos-eua/>. Acesso em: 30 mar. 2023.

LANGER, Susanne K. **Feeling and form**. London: Routledge and Kegan Paul, 1953.

LATOUR, Bruno. **Onde aterrar?** como se orientar politicamente no antropoceno. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2020.

LESSA, Leonardo Alexander. **Nossa velha infância**: memória teleafetiva na música infantojuvenil das décadas de 1980, 1990 e 2000. 2021. 106 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem, Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, 2021. Disponível em: <https://repositorio->

api.animaeducacao.com.br/server/api/core/bitstreams/51b6eb79-9dee-4229-b188-5ffe194564cb/content. Acesso em: 17 mar. 2023.

LÉVY, Pierre. **Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio**. Tradução do Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas (INFOMED), a cargo de Felino Martínez Álvarez. Washington, D.C.: Organización Panamericana de la Salud, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LISTA de mais vendidos de infantojuvenil de 2024. **Publish News**, [s. l.], 2024. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/ranking/anual/11/2024/0/0>. Acesso em: 19 fev. 2023.

MACHADO, Mônica. A teoria da antropologia digital para as humanidades digitais. **Revista Z Cultural**, Rio de Janeiro, ano 12, n. 2, 2017.

MACHADO, Mônica. **Consumo e politização: discursos publicitários e novos engajamentos juvenis**. Rio de Janeiro: MauadX, 2011.

MARGULIS, Mario; URRESTI, Marcelo. La construcción social de la condición de la juventud. *In*: CUBIDES, Humberto J.; TOSCANO, María Cristina L.; VALDERRAMA, Carlos Eduardo H. (org.). **Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades**. Santafé de Bogotá: Paidós, 2000. p. 3-21. (Serie Encuentros, Fundación Universidad Central).

MARGULIS, Mario. **La juventud es más que una palabra: ensayos sobre cultura y juventud**. Buenos Aires: Biblos, 2008.

MARSHALL, P. David. **Celebrity and power: Fame in contemporary culture**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2014. 344 p.

MASCARENHAS, Alan; SOARES, Thiago. Estética do Fandom: Experiência e performance na música pop. **Esferas**, Brasília, ano 4, n. 6, p. 153-161, ago. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.19174/esf.v0i6.6156>. Acesso em: 08 mar. 2023.

MAZER, Dulce. Racionalidades do consumo: uma perspectiva teórica para produção de sentido através da música. **Vozes e Diálogo**, Itajaí, v. 14, n. 1, p. 18-31, 2015.

Mead, M. **Sex and Temperaments in the Primitive**. Societies New York: Morrow Publishers, 1951.

MENDES, Valentina de Almeida França; CURI, Pedro Peixoto. Que O Fanservice Esteja Com Você: A Influência Dos Fãs No Universo Cinematográfico De Star Wars. Programa de Iniciação Científica ESPM, 2018.

MENEZES, Suzy Kamylla de Oliveira; MIURA, Paula Orchiucci; OLIVEIRA, Adélia Augusta Souto de. Adolescência e juventude na pesquisa brasileira em psicologia. **Psicologia Argumento**, Curitiba, v. 40, n. 109, maio 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.7213/psicolargum.40.109.AO15>. Acesso em: 09 mai. 2024.

MENEZES, T. **Parece piada, mas não é: análise cartográfica dos discursos em memes políticos na cena política brasileira**. 2021. 254 f.

MILLER, Daniel; HORST, Heather. The Digital and the Human: A Prospectus for Digital Anthropology. In: HORST, Heather; MILLER, Daniel (ed.). **Digital Anthropology**. London: Berg, 2012. p. 3-38.

MONTEIRO, Camila. Fandom: cultura participativa em busca de um ídolo. **Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 1-13, 21 jun. 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35481>. Acesso em: 06 out. 2024.

MONTEIRO, Tiago José Lemos. **As práticas do fã: identidade, consumo e produção midiática**. 2007. 190 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <http://objdig.ufrj.br/30/teses/TiagoJoseLemosMonteiro.pdf>. Acesso em: 18 out. 2024.

MORIN, E. **Cultura de massas no século XX** – Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011. v. 1.

NESTLEHNER, Catarina; LOCATELI, Victor. Homem ateia fogo em poltrona de cinema de Mauá (SP) em protesto por Lady Gaga não ter visitado Brasil. **CNN Brasil**, São Paulo, 16 out. 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/homem-ateia-fogo-em-poltrona-de-cinema-de-maua-sp-em-protesto-por-lady-gaga-nao-ter-visitado-brasil/>. Acesso em: 09 nov. 2024.

NICOLE, Celeste. **The side part and choker were a must**. United States, 4 jun. 2021. TikTok: @celeste_manthey. Disponível em: https://www.tiktok.com/@celeste__nicole_/video/6970065052829338886?_r=1&_t=ZM-8tK7Bw39Mqj. Acesso em: 07 fev. 2023.

NIEMEYER, Katharina (ed.). **Media and nostalgia: Yearning for the past, present and future**. Palgrave MacMillan, 2014.

NIEMEYER, Katharina. O poder da nostalgia. In: SANTA CRUZ, Lucia; FERRAZ, Talitha (org.). **Nostalgias e mídia: no caleidoscópio do tempo**. Rio de Janeiro: e-papers, 2018. p. 13-28.

OLIVIA Rodrigo: dirigindo até você (SOUR: O filme). Dirigido por Stacey Lee. Estados Unidos: Disney+, 2022. 1 filme (98 min).

OSGERBY, B. *Youth Media*. Londres: Routledge, 2004.

OZELLA, Sergio. Adolescência: uma perspectiva crítica. In: CONTINI, Maria de Lourdes Jefferey; KOLLER, Sílvia Helena; BARROS, Monalisa Nascimento dos Santos (org.). **Adolescência e psicologia: concepções, práticas e reflexões críticas**. Rio de Janeiro: Conselho Federal de Psicologia, 2002. p. 16-24.

PAIS, J. M. Prefácio. Buscas de si: expressividades e identidades juvenis. In: ALMEIDA, M. I. M.; EUGÊNIO, F. (Org.). **Culturas jovens: novos mapas do afeto**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006. p. 7-21.

PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia. Cartografar é traçar um plano comum. *In*: PASSOS, Eduardo; KASTRUP, Virgínia; TEDESCO, Silvia. (org.). **Pistas do método da cartografia: a experiência da pesquisa e o plano comum**. Porto Alegre: Sulina, 2014. v. 2. p. 15-41.

PEDRO, Rosa Maria Leite R.; MOREIRA, Mariana de Castro. Conhecer, intervir, partilhar: pistas para a pesquisa psicossocial na construção de outros mundos possíveis. **Revista Pesquisas e Práticas Psicossociais**, São João del-Rei, v. 16, n. 2, p. 1-17, 2021. Disponível em: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/ppp/v16n2/15.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2023.

PEDRO, Rosa Maria Leite Ribeiro e MOREIRA, Mariana de Castro. Do mal-entendido promissor à multiplicação de vozes: considerações acerca das estratégias metodológicas para a elaboração de uma cartografia de organizações da sociedade civil. **Estud. pesqui. psicol. [online]**. 2015, vol.15, n.spe, pp.1398-1412. ISSN 1808-4281.

PIMENTA, Melissa de Mattos. “Ser jovem” e “ser adulto”: identidades, representações e trajetórias. 2007. 464 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-15052007-111215/publico/SerJovemeSerAdulto.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2024.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-215, 1992. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/reh/article/view/1941/1080>. Acesso em: 23 out. 2023.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 3-15, 1989. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/reh/article/view/2278/1417>. Acesso em: 18 nov. 2023.

POTKAY, Adam. **The story of joy: from the Bible to late Romanticism**. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

PRESTIN, Karolina. Miley Cyrus pede medida protetiva contra stalker que a persegue há anos. *Quem*, [s. l.], 28 set. 2023. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/noticias/noticia/2023/09/miley-cyrus-pede-medida-protetiva-contra-stalker-que-a-persegue-ha-anos.ghtml>. Acesso em: 14 nov. 2023.

READ, Jason. The affective economy: producing and consuming affects in Deleuze and Guattari. *In*: MEIBORG, Cecieli; VAN TUINEN, Sjdero (ed.). **Deleuze and the passions**. Santa Barbara: Punctum Book, 2016. p. 103-124.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RETT, L.; BURROWES, P. C.; MACHADO, M. **TUDO SOB CONTROLE: a inteligência artificial e a sociedade de prosumo**. In: XXVIII Encontro Anual da Compós, Porto Alegre, RS: COMPÓS/PUC-RS, 2019.

RIBEIRO, Tadeu Carvão. **O consumo nostálgico na cultura participativa dos fãs da série Stranger Things**. 2017. 107 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017. Disponível em: <https://ppgcom.uff.br/wp->

content/uploads/sites/200/2020/04/tese_mestrado_2017_tadeu_carvao_ribeiro.pdf. Acesso em: 06 mar. 2023.

RINCÓN, O. Para compreendê-los, temos que criá-los: jovens, cultura e comunicação. *MATRIZES*, São Paulo, ano 3, n. 1, p. 241-246, ago. 2009.

RODRIGO, Olivia. **My first song drivers license came out about a week ago. never in my wildest dreams did i expect all of this support [...]**. United States, 19 jan. 2021a Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CKP6QC8B19E/?hl=pt-br>. Acesso em: 20 mar. 2023.

RODRIGO, Olivia. **#inverted did we do this right? @tatemcrae1** United States, 18 abr. 2021b. TikTok: @livbedumb. Disponível em: https://www.tiktok.com/@livbedumb/video/6952344898636942597?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=pt-BR. Acesso em: 20 mar. 2023.

RODRIGO, Olivia. **Deja vu is out everywhere now!!!! ahhhh!!!!** United States, 4 abr. 2021c. TikTok: @livbedumb. Disponível em: https://www.tiktok.com/@livbedumb/video/6947437460301303046?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=pt-BR. Acesso em: 20 mar. 2023.

RODRIGO, Olivia. **Deja vu is out Thursday! And the chords might actually be right!** United States, 31 mar. 2021d. TikTok: @livbedumb. Disponível em: https://www.tiktok.com/@livbedumb/video/6945883995796294918?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=pt-BR. Acesso em: 20 mar. 2023.

RODRIGO, Olivia. **Next to taylor on the us i tunes chart i'm in a puddle of tears.** United States, 9 jan. 2021e. Instagram: @oliviarodrigo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CJz23eRhmn/?hl=pt-br>. Acesso em: 20 mar. 2023.

RODRIGO, Olivia. **Olivia Rodrigo's Journey in music and social media.** United States, 9 jan. 2021f. TikTok: @livbedumb. Disponível em: https://www.tiktok.com/@livbedumb/video/6915631405984763141?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1&lang=pt-BR. Acesso em: 20 mar. 2023.

RODRIGO, Olivia. **What is breathing.** United States, 10 jan. 2021g. Instagram: @oliviarodrigo. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CJ33Ebbhb1t/?hl=pt-br>. Acesso em: 20 mar. 2023.

ROJEK, Chris. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

ROLLING STONE. Olivia Rodrigo responde comparação de Courtney Love: 'Lisonjeada'. **Rolling Stone**, [s. l.], 5 ago. 2021. Disponível em: https://rollingstone.uol.com.br/noticia/olivia-rodrigo-responde-comparacao-de-courtney-love-lisonjeada/?utm_source=site&utm_medium=txt&utm_campaign=copypaste/. Acesso em: 28 mar. 2023.

ROLNIK, S. **Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo**. São Paulo, SP: Estação Liberdade, 1989.

ROLNIK, Suely. **Florações da realidade**. São Paulo: PUC, **Núcleo de Estudos da subjetividade**, maio/2006. Disponível em: <http://www.pucsp.br/nucleodesubjetividade/Textos/SUELY/Floracoes.pdf>

- SACRAMENTO, Igor. Tornando a dor visível: o ethos terapêutico em narrativas testemunhais de celebridades sobre o câncer. **Ciberlegenda**, Niterói, n. 32, p. 109-122, 2015. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36979/21554>. Acesso em: 27 fev. 2023.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. **A cruel pedagogia do vírus**. São Paulo: Boitempo, 2020.
- SARLO, Beatriz. **Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva**. São Paulo: Companhia das Letras; Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2007.
- SARLO, Beatriz. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina**. UFRJ, 1997.
- SAVAGE, J. Teenage. The Creation of Youth Culture. Londres: Penguin Book, 2007.
- SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- SILVA, Joyce Villela de Souza e. Like a skyscraper: a construção da narrativa terapêutica de Demi Lovato e os reflexos em sua comunidade de fãs. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação – Publicidade e Propaganda) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.
- SOARES, Marcela da Silva. Entre o Céu e o Inferno: um estudo sobre a força dos Lucifans no *Twitter*. **Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação Social**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 132-146, jan./mar. 2023.
- SOARES, Thiago. Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop. **Logos**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 24, 2014.
- SOUSA, M. M. ; OLIVEIRA, G. S. Cartografia: perspectivas metodológicas na pesquisa em educação. **Cadernos da Fucamp**, v.21, n.50, p.17-33/2022.
- SOUR. Intérprete: Olivia Rodrigo. Santa Monica: Geffen Records, 2021. 1 álbum.
- SOUSA, Janice Tirelli Ponte de. Apresentação do dossiê: A sociedade vista pelas gerações. **Política & Sociedade**, Florianópolis, v. 5, n. 8, p. 09-30, 1 jul. 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/%25x>. Acesso em: 16 nov. 2024.
- STANLY. **2024 Stans Report**. [S. l.]: Stanly, 2024. Disponível em: <https://event.stanlyapp.com/2024-stans-report-by-stanly>. Acesso em: 12 dez. 2024.
- STAROBINSKI, Jean. **A tinta da melancolia: uma história cultural da tristeza**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.
- TAKEITI, Beatriz Akemi. Juventude(s), modos de subjetivação e violência: um diálogo com aportes de Michel Foucault. In: SPINK, Mary Jane P.; FIGUEIREDO, Pedro; BRASILINO, Jullyane (org.). **Psicologia social e personalidade**. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais; ABRAPSO, 2011. p. 59-75. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/xg9wp/pdf/spink-9788579820571-06.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2024.

TAKEITI, Beatriz Akemi; VICENTIN, Maria Cristina Gonçalves. Jovens (en)cena: arte, cultura e território/Young (in)scene: art, culture and territory. **Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional**, [s. l.], v. 24, n. 1, p. 25–37, 2016. DOI: 10.4322/0104-4931.ctoAO0667. Disponível em: <https://www.cadernosdeterapiaocupacional.ufscar.br/index.php/cadernos/article/view/1293>

TAVARES, Frederico de Mello Brandão; PRADO, Denise Figueiredo Barros do. Uma viagem no tempo: nostalgia e memória numa edição da Trip. **Vozes e Diálogo**, Itajaí, v. 16, n. 1, p. 120-136, 2017. Disponível em: <http://www6.univali.br/seer/index.php/vd/about/submissions#copyrightNotice>. Acesso em: 05 abr. 2023.

TAYLOR Swift: homem é preso após tentar invadir prédio da cantora. O Globo, [s. l.], 20 jan. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2024/01/20/taylor-swift-homem-e-preso-apos-tentar-invadir-no-predio-da-cantora.ghtml>. Acesso em: 18 nov. 2023.

TEIXEIRA, Lara. Olivia Rodrigo já teria perdido milhões por creditar Paramore em “good 4 u”. **TMDQA**, [s. l.], 02 set. 2021. Disponível em: <https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2021/09/02/olivia-rodrigo-milhoes-paramore-taylor/>. Acesso em: 03 mar. 2023.

TEMPO Perdido. Intérprete: Legião Urbana. Compositores: Renato Russo. *In*: DOIS. Intérprete: Legião Urbana. Londres: EMI, 1986. 1 álbum, faixa 6.

TERRA. Bad Bunny e Olivia Rodrigo dominam o 2021 do Spotify. **Terra**, [s. l.], 4 dez. 2021. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/musica/bad-bunny-e-olivia-rodrigo-dominam-o-2021-do-spotify,6a007bff2fcfcc3972b0c2e8db2b0c45z3qh6m0f.html>. Acesso em: 05 mar. 2023.

TRAITOR. Intérprete: Olivia Rodrigo. Compositores: Daniel Nigro e Olivia Rodrigo. *In*: SOUR. Intérprete: Olivia Rodrigo. Santa Monica: Geffen Records, 2021. 1 álbum, faixa 2.

TRANCOSO, Alcimar Enéas Rocha; OLIVEIRA, Adélia Augusta Souto. The social, historical and cultural concept production of the heterogeneous youth(s) enhances political actions. **Psicologia & Sociedade**, Belo Horizonte, v. 26, n. 1, p. 137-147, abr. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-71822014000100015>. Acesso em: 26 nov. 2024.

VILLELA, Wilza Vieira; DORETO, Daniella Tech. Sobre a experiência sexual dos jovens. **Caderno de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 11, p. 2467-2472, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-311X2006001100021>. Acesso em: 13 dez. 2024.

APÊNDICE A – REGISTRO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (RCLE)

REGISTRO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

1) Informações aos participantes

Título do protocolo do estudo: PROCESSOS PSICOSSOCIAIS DE JUVENTUDES ATRAVÉS DA MÚSICA: Comunidade de fãs de Olivia Rodrigo

2) Convite

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa “ PROCESSOS PSICOSSOCIAIS DE JUVENTUDES ATRAVÉS DA MÚSICA: Comunidade de fãs de Olivia Rodrigo”. Antes de decidir se participará, é importante que você entenda porque o estudo está sendo feito e o que ele envolverá. Reserve um tempo para ler cuidadosamente as informações a seguir e faça perguntas se algo não estiver claro ou se quiser mais informações. Não tenha pressa de decidir se deseja ou não participar desta pesquisa.

3) O que é o projeto?

O projeto pretende compreender como a música pode afetar e redefinir a percepção geracional do público mais velho na comunidade de fãs da cantora Olivia Rodrigo, analisando o comportamento, efeitos na subjetividade, interações, experiências, afetos e suas questões psicossociais relacionadas à adolescência evocadas pelas músicas da artista teen.

4) Qual é o objetivo do estudo?

O projeto tem o objetivo de investigar as diferentes produções de sentido evocadas pela música de Olivia Rodrigo em seus ouvintes, principalmente os adultos, os efeitos e movimentações no comportamento, conversas, subjetividade e em seus afetos, além das influências do consumo da nostalgia nos indivíduos.

6) Eu tenho que participar?

Você é quem decide se gostaria de participar ou não desta pesquisa. Se decidir participar do projeto, você deverá assinar este Registro e receberá uma via assinada pelo pesquisador, a qual você deverá guardar. Mesmo se você decidir participar, você ainda tem a liberdade de se retirar das atividades a qualquer momento, sem qualquer justificativa. Isso não afetará em nada sua participação em demais atividades e não causará nenhum prejuízo.

7) O que é exigido de mim nesse estudo além da prática de rotina?

A participação nesse projeto é totalmente voluntária. Será unicamente exigido seu desejo de participar.

8) Eu terei alguma despesa ao participar da pesquisa?

Não, você não receberá ressarcimento em dinheiro por contribuir para o estudo, tampouco indenização. Não há necessidade de a equipe de pesquisa fornecer acompanhamento e assistência ao participante. As entrevistas serão agendadas em comum acordo de modo a favorecê-lo a não ter gastos.

9) Quais são os eventuais riscos ao participar do estudo?

De acordo com as Resoluções 466 e 510 do Conselho Nacional de Saúde, todas as pesquisas envolvem riscos, ainda que mínimos. No caso desta pesquisa os riscos se relacionam com a eventual lembrança de algum assunto emocionalmente delicado. Você pode evitar desconfortos contando apenas o que lhe for confortável. Você tem direito, a qualquer momento que desejar, de não responder a quaisquer perguntas ou de pedir a interrupção da entrevista. A visualização de suas interações nas mídias sociais pode trazer a sensação de invasão de privacidade, contudo as imagens coletadas com intenção de uso no projeto, caso autorizadas, serão apresentadas a você para sua permissão prévia. Adicionalmente, você será protegido pelo anonimato e por este Registro de Consentimento Livre e Esclarecido (RCLE). Todos os dados produzidos serão guardados em discos rígidos com senha de proteção.

10) Permissão para o uso de imagens das mídias sociais

As imagens de sua autoria, publicadas em seus perfis das mídias sociais, irão fazer parte do estudo mediante sua autorização de uso. A autorização está incluída na assinatura do presente documento. Esclarecemos que o recurso de desfoque e edições nas imagens serão utilizados para manter o anonimato das pessoas retratadas nas fotografias. Assim como, os endereços e nomes dos perfis das mídias sociais também não serão identificados.

11) O que acontece quando o estudo termina?

Você não poderá ter acesso imediato aos resultados da pesquisa. Eles serão publicados quando o estudo for concluído. No entanto, você poderá obter resultados parciais, antes da publicação, fazendo um pedido às pesquisadoras Joyce Villela de Souza e Silva e Monica Machado Cardoso pelos contatos fornecidos no fim deste documento.

12) E se algo der errado?

Você tem direito a obter esclarecimentos sobre a pesquisa em qualquer aspecto que desejar. Também pode desistir do projeto quando quiser e sem prejuízo algum, avisando a pesquisadora verbalmente ou por escrito (carta ou e-mail), sem precisar justificar a decisão. Os contatos estão no fim deste documento. Nesse caso, você só será perguntado se autoriza o uso dos dados recolhidos até então. Se sua decisão for negativa, eles serão destruídos.

13) Minha participação neste estudo será mantida em sigilo?

Seu anonimato será mantido. Utilizaremos pseudônimos para preservar sua identidade.

Contato para informações adicionais

Dados das pesquisadoras responsáveis:

Joyce Villela de Souza e Silva

Mestranda e pesquisadora responsável

Programa Eicos – Instituto de Psicologia

Endereço: Universidade Federal do Rio de Janeiro Pavilhão Nilton Campos Avenida Pasteur 250, Urca – Rio de Janeiro – RJ. CEP: 22.290-240.

Telefone: (21) 3938-5348 (secretaria do programa Eicos)

Celular pessoal: (21) 991830739

E-mail: joycevss@yahoo.com.br

Prof.a Dra. Monica Machado Cardoso

Orientadora

Programa Eicos – Instituto de Psicologia

Endereço: Universidade Federal do Rio de Janeiro Pavilhão Nilton Campos Avenida Pasteur 250, Urca – Rio de Janeiro – RJ. CEP: 22290-240.

Telefone: (21) 3938-5348 (secretaria do programa Eicos)

E-mail: monica.machado@eco.ufrj.br

Dados do CEP: Comitê de Ética em Pesquisa do CFCH – Campus da UFRJ da Praia Vermelha – Prédio da Decania do CFCH, 3º andar, Sala 30 – Telefone: (21) 3938-5167 – E-mail: cep.cfch@gmail.com

O Comitê de Ética em Pesquisa é um colegiado responsável pelo acompanhamento das ações deste projeto em relação a sua participação, a fim de proteger os direitos dos participantes desta pesquisa e prevenir eventuais riscos.

15) Remunerações financeiras

Nenhum incentivo ou recompensa financeira está previsto pela sua participação nesta pesquisa.

Obrigado por ler estas informações. Se deseja participar deste estudo, assine este Registro de Consentimento Livre e Esclarecido e devolva-o à pesquisadora. Você deve guardar uma via deste documento para sua própria garantia.

1 – Confirmando que li e entendi as informações sobre o estudo acima e que tive a oportunidade de fazer perguntas.

2 – Entendo que minha participação é voluntária e que sou livre para retirar meu consentimento a qualquer momento, sem precisar dar explicações, e sem sofrer prejuízo ou ter meus direitos afetados.

3 – Concordo em participar da pesquisa acima.

Nome do participante: _____

Assinatura do participante: _____

Data: ____/____/____

OBS: Duas vias devem ser feitas, uma para o usuário e outra para o pesquisador.

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA

OBJETIVO: O objetivo da entrevista é compreender a fundo a dinâmica, afetos, sociabilidades, processos de subjetividade e questões psicossociais que envolvem a comunidade de fãs estudada, captando a cultura, os comportamentos, as percepções, as peculiaridades e os desafios do grupo.

1. Nome
2. Gênero
 - Mulher cisgênero
 - Mulher trans
 - Homem cisgênero
 - Homem trans
 - Não-Binário
 - Outros
3. Idade
 - De 18 a 26 anos
 - De 27 a 35 anos
 - De 36 a 45 anos
 - 45 a 50 anos
 - Mais de 51 anos
4. De qual região do Brasil você é?
 - Centro-Oeste
 - Nordeste
 - Norte
 - Sudeste
 - Sul
5. Orientação sexual
 - Heterossexual
 - Homossexual
 - Bissexual
 - Pansexual
 - Assexual
 - Outro
6. Escolaridade
 - Fundamental Incompleto
 - Fundamental Completo
 - Ensino Médio Incompleto
 - Ensino Médio Completo
 - Ensino Superior Incompleto
 - Ensino Superior Incompleto
 - Pós-graduação/Mestrado/Doutorado Incompleto

- Pós-graduação/Mestrado/Doutorado Completo

7. Ocupação
8. Com quantas pessoas mora?
 - 1 (Sozinho/a)
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - Mais de 5
9. Renda familiar
 - Até R\$3,3 mil
 - Entre R\$3,3 mil e R\$8 mil
 - Entre R\$8 mil e R\$24,8 mil
 - Superior a R\$24,8 mil

Relação como fã

1. Como você conheceu o trabalho de Olivia Rodrigo?
2. O que te fez gostar da artista?
3. Você se identifica com a cantora ou com suas músicas? Se sim, de que forma?
4. Como você se sente ao ouvir as músicas de Olivia?
5. Qual a sua música favorita do álbum “SOUR”? Explique o motivo.
6. Qual rede social você utiliza para acompanhar as novidades sobre Olivia Rodrigo?
 - Facebook
 - Instagram
 - X/Twitter
 - TikTok
 - Whatsapp
 - Nenhum
 - Outro(a)
7. Você se considera fã da cantora?
 - Sim
 - Não
8. Por quê?
9. De quais outros artistas você se considera fã?

Relação com outros fãs

1. Você possui amigos que são fãs da cantora? (Sim ou Não)
2. Você participa de alguma comunidade de fãs da cantora? Se sim, qual(is)?
3. Como é a sua interação com outros fãs de Olivia? O que vocês fazem?
4. Você participa ou já participou de encontros presenciais de fãs da cantora? Se sim, como foi?

Contato

1. Você permite que a pesquisadora entre em contato com você para uma futura entrevista? (Sim ou Não)
2. Se sim, deixe o seu e-mail de contato (suas informações pessoais não serão divulgadas com terceiros):