

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
RELAÇÕES PÚBLICAS

RHAYSSA FERNANDES MENDONÇA

**UM DIÁLOGO ENTRE AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E AS
REPRESENTAÇÕES MUDIÁTICAS DA CANTORA BRITNEY SPEARS**

Goiânia
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
RELAÇÕES PÚBLICAS

RHAYSSA FERNANDES MENDONÇA

**UM DIÁLOGO ENTRE AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E AS
REPRESENTAÇÕES MUDIÁTICAS DA CANTORA BRITNEY SPEARS**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas.

Orientador: Dr. Claudomilson Fernandes Braga

Goiânia
2013

RHAYSSA FERNANDES MENDONÇA

**UM DIÁLOGO ENTRE AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E AS
REPRESENTAÇÕES MUDIÁTICAS DA CANTORA BRITNEY SPEARS**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas.

Orientador: Dr. Claudomilson Fernandes Braga

Aprovado em _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. (Dr. Claudomilson Fernandes Braga)

Prof. (Ms. Janaína Vieira de Paula Jordão)

AGRADECIMENTOS

É tempo de despedidas. Mais um ciclo se finda nesse balé bonito da vida. Agora, me parece que as coisas boas e ruins, as lágrimas e sorrisos, os dias fáceis e os dias difíceis, deram lugar a um sentimento de gratidão e só me resta dizer: Muito obrigada!

A toda minha família, em especial à minha mãe e meu pai, que são o significado único de amor incondicional em minha vida.

Ao professor Dr. Claudomilson Fernandes Braga, por ter sido o orientador desta pesquisa e me guiado pelos caminhos para desenvolver este trabalho. As muitas discussões e indagações que tivemos me tiraram noites de sono, mas contribuíram tanto para o trabalho e me fizeram crescer. Só tenho a agradecer pela paciência e pelos ensinamentos, que de agora em diante levo comigo para toda a vida. Por você tenho profunda admiração, carinho e respeito. Você é um exemplo que eu tenho orgulho de seguir.

Aos meus amigos, que considero como irmãos que a vida me permitiu escolher. Obrigada pela paciência, mesmo quando não estive presente em momentos importantes de suas vidas ou quando não mereci a sua amizade. Nas horas de fraqueza, encontrei em cada um vocês o melhor lugar do mundo para viver. Em cada dia de felicidade e alegria, compartilhei com vocês minha vontade de pintar um arco-íris e sair voando pelo mundo em um balão. Este trabalho também é o reflexo da força e apoio que recebi de cada um. Vocês são aquilo que de melhor trago dentro em mim: Adriana Almeida, sua força e sensibilidade são inabaláveis e me movem de uma forma que você não imagina. Camila Fernandes, o amor e generosidade que você carrega dentro de si são minha inspiração. Ludmilla Brunet, sua alegria e sinceridade me contagiam. Iggor Laureano, obrigada pelas muitas conversas, conselhos e principalmente pela paciência. Agora somos amigos almas gêmeas e sua amizade é o maior presente que ganhei nestes quatro anos.

A professora Ms. Daiana Stasiak, por todas as oportunidades e aprendizado, pelas várias ajudas, conselhos e ensinamentos que me destes. Com você cresci e aprendi muito. Obrigada por tudo!

A professora Ms. Janaína Jordão por ter aceitado fazer parte de minha banca por duas vezes, pela atenção com meu trabalho e por ter me auxiliado a construir esta pesquisa. Agora você faz parte desta história, que é tão importante para mim!

A professora Ms. Lutiana Casaroli, que foi a primeira pessoa a acreditar nesta pesquisa, minha grande entusiasta quando eu ainda nem imaginava que chegaria até aqui.

A professora Dr. Simone Tuzzo, por ser um exemplo de profissionalismo e competência. Sinto-me muito feliz pela oportunidade de ter sido sua aluna. Com você aprendi a dar sempre o melhor de mim!

Ao professor Ms. Pedro Polesel, por quem tenho imensa admiração e saudades. Ter sido sua aluna foi muito importante para mim!

A equipe do Núcleo de Cerimonial do Tribunal Regional do Trabalho da 18ª Região. Sou abençoada por tê-las conhecido e levo no meu coração cada momento que vivi com vocês. Aos poucos e com cada uma aprendi muito. Já sinto saudades e isso a gente só sente daquilo que foi bom!

Agradeço também a todos aqueles que não citei, mas que direta ou indiretamente me apoiaram, cada um à sua maneira.

Rhayssa Fernandes Mendonça

"Agradeço todas as dificuldades que enfrentei, não fosse por elas, eu não teria saído do lugar. As facilidades nos impedem de caminhar. Mesmo as críticas nos auxiliam muito."

(Chico Xavier)

RESUMO

O presente trabalho trás uma reflexão sobre as Representações Sociais que perpassam a sociedade e são potencializadas pelos meios de comunicação, por meio de seus processos. Neste sentido, tem-se como pressuposto a centralidade da mídia no contexto social e o entendimento desta como precursora de Representações Sociais. O encantamento social pela figura da celebridade demonstra mais um patamar das Representações Sociais vinculadas aos meios de comunicação. Assim, a pesquisa é de caráter exploratório e fez uso interdisciplinar de metodologias da Psicologia e da Comunicação, para identificar as Representações Sociais, a identidade e as Representações Midiáticas da celebridade e cantora Britney Spears. Os principais resultados indicam que as Representações Sociais da cantora circulam aspectos relacionados à música e a polêmica, sua identidade está vinculada à música e a beleza e as representações midiáticas apontam para a construção de um discurso que incorpora a música, beleza e situações polêmicas.

PALAVRAS-CHAVE:

Representações Sociais; Comunicação; Celebridade; Mídia

ABSTRACT

This paper proposes a reflection about the Social Representations that are imbued in society and how they are strengthened by our means of communication, through their processes. This way, we hold it as an assumption the centrality of the media in a social context and the understanding that the media is the precursor of the Social Representations. The social enchantment with the figure of the celebrity shows another level of Social Representations related to the means of communication. Thus, this research is explanatory and makes the interdisciplinary use of methodologies from the field of Psychology and Communications to identify the Social Representations, the identity, and the Media Representations of the celebrity and the singer Britney Spears. The main results show that the Social Representations of the singer revolve around her music and her scandals, that is, her identity is related to music and beauty and the media representations show the construction of a discourse that incorporates music, beauty and polemical situations.

KEYS-WORDS

Social Representations; Communication; Celebrity; Media

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Resultados das perguntas estruturadas em Escala de Likert-----	62
----------------------------------------------------------------------------------	----

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Quadrante de Quatro Casas elaborado com as palavras/expressões evocadas na Pesquisa de Evocações----- 67

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO -----	11
DELINEANDO O OBJETO DE PESQUISA: A CANTORA BRITNEY SPEARS ----	16
1 A MÍDIA E A CONSTRUÇÃO DA CELEBRIDADE -----	18
2 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO -----	29
2.1 A PSICOLOGIA SOCIETAL DE DOISE -----	33
2.2 A TEORIA ESTRUTURAL DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS-----	36
2.3 AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E OS FENÔMENOS DA COMUNICAÇÃO ----	40
3 METODOLOGIA -----	50
3.1 A PESQUISA QUALITATIVA -----	50
3.2 A PESQUISA QUANTITATIVA-----	52
3.3 AMOSTRA E PROCEDIMENTOS -----	53
3.4 AS REPRESENTAÇÕES MUDIÁTICAS -----	54
3.5 RESULTADOS DA PESQUISA COM ESCALA DE LIKERT-----	62
3.6 RESULTADOS DA PESQUISA DE EVOCAÇÕES -----	66
3.6.1 A Ordem de Importância das Representações -----	75
3.6.2 O Consenso e o Dissenso nas Representações -----	76
CONSIDERAÇÕES FINAIS -----	79
REFERÊNCIAS -----	83
APÊNDICE -----	90
ANEXOS -----	92

INTRODUÇÃO

Celebridades são pessoas conhecidas pela sociedade e que ocupam lugar reconhecido e privilégio no imaginário social, algo que lhes coloca em um papel decisivo nas construções sociais. Pela ascensão da mídia e os valores ligados ao consumo, também decorrentes dos avanços tecnológicos, é possível entender como uma celebridade perpassa o tecido social e afirmar que elas também são fruto da mídia.

O contexto de emergência dos fenômenos midiáticos abrange a entrada do modo de produção capitalista como sistema econômico e ideológico prevalecente dos centros de poder. Os avanços industriais oriundos deste período emergiram também como vetor do progresso dos meios de comunicação de massa, que alcançaram então um espaço central na sociedade.

A mídia é parte cotidiana do mundo globalizado e fonte propagadora de valores e significações. Seu papel central e primordial na sociedade lhe permite definir e disseminar padrões, conceitos e tendências. É por esta perspectiva que se origina o processo no qual as celebridades atuam na imposição e repercussão de padrões. É pela mídia que há o reconhecimento da celebridade como um guia de identificação para os indivíduos e até mesmo como figura que estabelece padrões (físicos, estéticos, comportamentais, dentre outros) a serem (ou não) seguidos.

A evocação de sentidos, desejos e a disseminação de valores ligados ao próprio hedonismo e egocentrismo se efetiva na existência daquele que é celebre como um molde a ser seguido. Consumo e mídia têm uma ligação direta e interdependente, pois a existência de um modelo a ser seguido (efetivado na figura da celebridade) potencializa o movimento da indústria.

Ser célebre é uma dádiva, uma condição idealizada que instiga a idolatria e o desejo de ser. A busca pela fama e o culto àquele que é famoso também se converte em algo atrelado aos padrões de aceitação social. O contexto social em que ocorrem estes fenômenos nos permite observar que há uma incessante tentativa de alcance de um *status* que se assemelha ao daquele que é célebre.

A mídia modela os célebres através de seus discursos e de sua estética, agregando a eles características idealizáveis. Desta forma, aqueles que a mídia elege como modelos sociais se tornam atores de conceitos, figuras platonizadas de uma vida (sur) real, referências a um número expressivo de indivíduos. Quando a sociedade aceita esta imposição midiática o processo de encantamento é desencadeado e a celebridade consagra-se (TUZZO; FIGUEIREDO, 2011, p. 35).

Tuzzo e Figueiredo (2011), pontuam o poder da mídia na definição de um modo de vida e das tendências a serem seguidas e também afirmam que aqueles que não seguem tais modos ou tendências deixam de pertencer a determinada sociedade. Esta circunstância cumpre um ciclo de interdependência que abrange a celebridade, o consumo, e a mídia e permite entender que por este processo também ocasiona a exclusão social.

Se as celebridades são um produto da mídia, então podemos entender que ela as cria e usa de acordo com suas dinâmicas estruturando uma encenação do real (PENA, 2002). Essa encenação é tomada por características do espetáculo, da potencialização dos fatos e da alta visibilidade que os meios possuem.

A comunicação midiática percorreu um longo caminho, até ser tomada pelos sistemas tecnológicos que a levaram a um patamar no qual seu poder de alcance rompe as fronteiras regionais, e dão largas escalas para a propagação de informações. Os acontecimentos, que antes eram vistos e testemunhados apenas por aqueles que os presenciavam ganharam um alcance que ultrapassa as barreiras do espaço e do tempo, após o advento dos meios.

Este fator é crucial na alta exposição das celebridades é o que Thompson (2008) define como uma “nova visibilidade”, que se caracteriza por aquilo que não está apenas no campo de nossa visão, o que é visível para nós não é somente o que compartilha da mesma situação espaço-temporal. Sendo assim, o desenvolvimento da comunicação midiática tornou a visibilidade livre desta situação de espaço e tempo.

Este advento dos meios representa ainda o que Canclini (1995), define como abertura das fronteiras geográficas de cada sociedade. Atribuído à internacionalização, para o autor, tal abertura corrobora para que a comunidade incorpore bens materiais e simbólicos das outras, sendo a globalização uma interação funcional de atividades econômicas e culturais dispersas, bens e serviços gerados por um sistema com muitos centros, no qual é mais importante a velocidade com que se percorre o mundo do que as posições geográficas a partir das quais se está agindo.

Essa interligação do mundo e o diminuto de fronteiras podem ser reconhecidos dentro da exposição midiática caracterizada pela “nova visibilidade” de Thompson (2008). A mídia e sua exposição romperam as barreiras globais, em um processo em que o deslocamento de informações acontece em tempo real. Esta ocorrência caracteriza a sociedade contemporânea em todos os seus aspectos.

Esse processo tem a mídia como formadora da Opinião Pública, que é aquela que se reporta de forma majoritária aos públicos (TUZZO, 2005). Sendo as celebridades pessoas que

possuem exposição midiática exacerbada, logo são atingidas de forma direta e se convertem em participantes deste processo.

A celebração, ou seja, tornar-se célebre, é um processo que tem relações profundas com o poder da mídia e com a sua capacidade de alcance, o que estabelece uma linha tênue, porém consistente, entre a imagem e o produto apresentado, qualquer que seja ele (BRAGA; TUZZO, 2012). Estas relações profundas podem ser observadas pela compreensão da mídia como detentora do poder de entrelaçar as estruturas dos fatos e daquilo que é real, como em sua capacidade de expor em escala global fatos e acontecimentos. Isto detém participação categórica na formação da opinião pública, de modo que, os indivíduos recebem influência do conteúdo informacional que recebem. Esta influência não significa dominação ou passividade aos meios, mas sim que os indivíduos não são imunes aos conteúdos midiáticos.

A inquietação que move este trabalho tem como ponto de partida a vontade de compreender o encantamento social pela figura da celebridade, em uma perspectiva na qual é possível observar que, diariamente, há uma construção da opinião dos indivíduos em relação àqueles que são célebres. A visibilidade midiática, entendida como vetor principal do fenômeno da fama, instiga o desvelar do trabalho, num sentido de entendimento das ocorrências psicológicas que envolvem os processos comunicacionais e a formação da opinião pública.

Há também demasiada curiosidade em descobrir como as pessoas respondem socialmente aos conteúdos que recebem dos meios midiáticos. Isto leva à problemática, onde se questiona as representações sociais correspondem as representações midiáticas.

Além disso, a pesquisa almeja também contribuir com os estudos dos processos de comunicação relacionados à Teoria das Representações Sociais desenvolvida por Serge Moscovici. Observa-se uma necessidade crescente em entender e explorar os indivíduos ligados às questões psicológicas, como os públicos que atendem a comunicação. E é preciso pensar esse público e a sua formação como indivíduos, a partir de suas instâncias sociais.

Pensar em Relações Públicas subentende pensar não só nas organizações estruturadas como máquinas que visam apenas à produção e o lucro, mas também nos processos sociais que influem nos componentes destas organizações. Portanto, é necessário entender a natureza psicossocial que se desvela na formação do indivíduo e como os fenômenos midiáticos compõem esta cadeia.

Dessa forma, este entendimento pode constituir-se em mais uma forma de entender os públicos e a formação de sua opinião, algo que é fundamental para desenvolver estratégias,

ações e na preocupação para com estes. Este trabalho procura pensar na relação entre a sociedade, a mídia, as celebridades e as representações sociais.

Neste sentido, as representações sociais podem ser consideradas um fenômeno que perpassa a vida social e possibilitam interpretações do mundo, enveredam o universo de interpretações e significações. Elas nascem, evoluem e criam as perspectivas de interpretação do mundo, que nos conduzem, sendo um estudo das correntes do senso comum. Ao aderirmos determinada representação, encontramos então uma forma de interpretar objetos e situações diárias.

O objetivo geral da pesquisa é identificar as representações sociais da cantora Britney Spears. Em detrimento deste, os objetivos específicos são, pensar na relação entre a sociedade, as celebridades e a mídia, entender a relação da mídia com a formação de representações sociais e analisar as representações midiáticas da cantora Britney Spears.

Assim, a pesquisa se apropria de forma interdisciplinar de metodologias da Psicologia e da Comunicação, sendo caracterizada como teórica e empírica. A Psicologia Social é uma ponte para outros ramos do saber (DOISE, 2002). O trabalho se delinea como um Estudo de Caso (YIN, 2001 apud DUARTE, 2010), tendo como objeto a cantora estadunidense Britney Spears. Será realizada uma revisão bibliográfica, para dar ênfase na leitura daquilo que já foi escrito sobre o assunto e posterior conhecimento topológico, sem que o pesquisador crie dependência (QUIVY; CAMPENHOUDT, 1992).

A pesquisa que se desenvolve de forma empírica consiste no levantamento de dados quantitativos, faz uso da Escala de Likert e dos dados qualitativos faz uso da metodologia das Evocações Livres. A escala de Likert permite compreender a opinião dos entrevistados sobre determinado objeto. Já as evocações são uma técnica utilizada no estudo das representações sociais que demanda aos sujeitos a produção de palavras ou expressões que lhes vem imediatamente à mente ao pensar no termo indutor. Desta forma, pretende-se identificar as representações sociais da cantora Britney Spears e identificar a “Zona Muda” destas representações, método elaborado e validado por Abric (2005), cuja argumentação aponta que muitos elementos são reprimidos pelos atores sociais ao tratar de determinados assuntos.

Atualmente, muitas pesquisas se desenvolvem a fim de desvendar o que está guardado nesta “Zona Muda”, ou seja, aquilo que por situações diversas como, convenções sociais e o politicamente correto, não é dito em primeira instância pelos sujeitos.

Abric (2001), autor da corrente teórica que detém como hipótese que toda representação se organiza em torno de um núcleo central. Para o autor, este núcleo é o

elemento fundamental da representação, pois é ele quem determina sua significação e organização.

Este trabalho, cujo objetivo geral é identificar as Representações Sociais da cantora estadunidense Britney Spears está dividido em três capítulos. Em um primeiro momento a cantora Britney Spears, objeto da pesquisa, é apresentada, para demonstrar o porquê de ser considerada uma celebridade.

O primeiro capítulo explora a construção da figura da celebridade nos meios de comunicação. Os conceitos substanciais para sustentação do capítulo são os de indústria cultural, cultura de mídia e opinião pública.

O segundo capítulo trata da Teoria das Representações Sociais, dos estudos traçados com base nesta e sua relação com processos de comunicação. Os principais conceitos que sustentam as articulações são os de representações sociais, contrato de comunicação, situações potencialmente comunicativas e interatividade.

O terceiro capítulo aborda a metodologia, a amostra e os métodos utilizados no desenvolvimento das pesquisas empírica e teórica e trata também da análise dos resultados.

Por último as Considerações Finais, que retomam os objetivos apresentados, fechando um olhar específico sobre as representações sociais como saber prático que dão suporte aos atos comunicativos, e mais, apontam a viabilidade e a necessidade de novas pesquisas neste mesmo sentido.

DELINEANDO O OBJETO DE PESQUISA: A CANTORA BRITNEY SPEARS

Britney Spears é uma cantora estadunidense, considerada como uma das artistas mais populares de sua geração. Como uma celebridade e figura pública, ela é constantemente pautada nos veículos de comunicação de massa, como jornais, programas de televisão e revistas. Esta mídia de massa torna pessoas públicas passíveis de uma série de significados e atribuições, que parecem ser apropriadas pelo público.

Quando criança, Britney Spears participou de concursos de dança, canto, ginástica e shows de calouros, até ganhar a fama como apresentadora do Mickey Mouse Club, um programa da emissora de televisão Disney Chanel. Em 1999, aos 16 anos lançou seu primeiro disco. Segundo a Recording Industry Association of America (RIIA), que contabiliza 85 % das vendas de discos nos Estados Unidos, a cantora já vendeu cerca de 100 milhões de discos¹.

Ela detém uma série de considerações pela mídia e indústria fonográfica, tendo sido eleita a celebridade mais poderosa do mundo em 2002 pela revista Forbes² e considerada pelo canal de música norte-americano VH1 como o 20º maior ícone pop de todos os tempos³. No ano 2000, era responsável por 5 % do crescimento da indústria fonográfica dos EUA (REVISTA VEJA, 2000, ed.1674, p. 161).

Apesar do sucesso no mundo da música, a cantora também ficou famosa pelo interesse criado em seu respeito. Sua vida pessoal, devido a uma série de ocorrências, tornou-se um capítulo diário nas manchetes dos meios de comunicação e passou a ser esmiuçada pela mídia. Estas ocorrências são problemas pessoais e privados, que se tornaram escândalos públicos justamente por sua condição de celebridade. Por consequência, ela ocupou e ocupa grande parte das notícias da mídia especializada em celebridades. Estes problemas são relacionados à transição de sua imagem de adolescente, para uma imagem altamente sexualizada, irresponsabilidade na criação de seus filhos, problemas com seu peso, uso de drogas, consumo exagerado de bebidas alcoólicas, relacionamentos amorosos polêmicos, dentre outros.

Tamanha perseguição é explicada pelo interesse do público em acompanhar sua vida e efetivada no espetáculo envolto nas construções do discurso midiático. Esse interesse também

¹ Disponível em: <<http://riaa.com/goldandplatinumdata.php?resultpage=1&table=tblTopArt&action=.>> Acesso em: 11 jun, 2013, 18h.

² Disponível em: <<http://goo.gl/KYbjF>> Acesso em 11 de junho de 2013 às 15h30 min.

³ Disponível em: <<http://www.britney.com.br/index.php?nid=12799>> Acesso em: 11 jun, 2013, 15h.

é fruto daquilo que compõe as informações veiculadas que, em sua maioria, são notícias consideradas polêmicas e escandalosas.

A cantora constantemente pautada na mídia por uma série de fatores não apenas relacionados a seu trabalho, mas a uma série de fatos que tem relação com problemas pessoais, que passaram a ter relação e influência diretas com sua imagem pública. Esta é uma situação a qual as celebridades estão expostas, por serem figuras públicas, uma vez que a própria fama parece suprimir sua existência como pessoas normais. A mídia representa um elemento importante em uma quebra entre aquilo que é público e privado, e neste contexto, a vida de pessoas famosas é visada de forma abrangente.

A mídia possui um papel importante na popularidade de uma celebridade, tanto pelos conteúdos publicados como informação, quanto pela criação de interesse pela pessoa famosa. Celebridades são pessoas públicas constantemente reportadas nos meios de comunicação, estão presentes nas mídias e possuem números relevantes de pessoas que os acompanham. E por estarem na mídia, muitas vezes como objetos representados em notícias, campanhas publicitárias e aparições públicas, por exemplo, as pessoas definem o que pensam e o que acreditam ser verdade de determinada celebridade. Ou seja, pelo discurso midiaticamente veiculado as pessoas tem contato com aquele que é célebre e estabelecem as representações que tem de determinada celebridade.

Portanto, é necessário entender a própria conceituação de uma celebridade e o papel dos meios de comunicação no contexto social. E entender, porque a cantora Britney Spears tornou-se um ícone, que dissemina determinado um modo ser, como pontuado anteriormente, e o porquê a mídia reporta de forma desenfreada tais fatos. Por entender que mídia, celebridade e as representações sociais são indissociáveis e com influências mútuas, faz-se importante conceituar as influências psicossociais do processo, que perpassa as representações sociais na sociedade.

CAPÍTULO 1 A MÍDIA E A CONSTRUÇÃO DA CELEBRIDADE

A celebridade é uma figura que obtém exposição midiática e encontra-se em um *status* social dado pelo reconhecimento e pela fama. É dotada de valores simbólicos, que se dão pela idealização de sua condição célebre. Essa idealização tem como ponto de partida uma série de princípios voltados aos desejos sociais, que são evocados de forma quase majoritária, pela mídia.

Morin (1989), argumenta que, em determinado ponto, os artistas passaram a sobrepor e conquistar mais importância do que as obras cinematográficas das quais faziam parte. A ascensão das estrelas do cinema tem forte relação com a aproximação do imaginário com o real. É neste contexto que os laços entre os heróis das telas e os espectadores tornaram-se tão pessoais.

As conquistas sociais dos trabalhadores fizeram emergir na classe burguesa a necessidade do lazer. Para o autor, é justamente esta burguesia que controlava os meios de comunicação de massa e teve papel importante ao ascender às massas o nível afetivo da personalidade burguesa. Esta personalidade burguesa partia de “uma reivindicação fundamental: o desejo que cada um tem de viver a sua vida, isto é, viver seus sonhos e sonhar a vida” (MORIN, 1989, p. 12).

O que podemos compreender é que, o contexto histórico social no qual emergiu o modo de produção capitalista teve forte influência no desenvolvimento psicossocial dos indivíduos e no desenvolvimento dos meios de comunicação. Neste sentido, a comunicação tem e teve papel importante na mediação das relações sociais e da própria significação e ressignificação dos valores difundidos socialmente. A comunicação se estabelece como algo que efetiva as relações sociais, enquanto os meios de comunicação mediam estas relações.

Portanto, podemos dizer que foi por meio da comunicação que o homem construiu o próprio desenvolvimento, estabeleceu relações sociais e relações comerciais, atribuindo significado e valores a si mesmo e ao objeto ao seu redor (NERY; TEMER, 2009, p.14).

Isso também nos reporta à Indústria Cultural como parte intrínseca da sociedade, seus valores e significados. Rocha (1995), atribui igualdade de significado aos termos “Comunicação de Massa” e “Indústria Cultural” para trabalhá-los. Para o autor, ambas significam

um sistema simbólico cujo “raio de alcance” é marcado pelo limite da própria mídia que o veicula. A ideia é da existência de um mercado para os próprios meios, os veículos de comunicação. A Indústria Cultural ou Comunicação de Massa será aquilo que eles “veiculam”, sempre nos limites deste “mercado” (ROCHA, 1995, p.43).

Duas considerações podem ser feitas a partir desta definição. O limite da mídia, atualmente, configura-se por um total rompimento de barreiras e fronteiras geográficas, como define Canclini (1995). Ou seja, aquilo que é veiculado é acessível em escala global, o que reporta ainda maior poder de alcance a esta mídia. Além disto, é possível entender, então, as celebridades como elementos deste mercado dos veículos de comunicação. Este mercado oferta diariamente produtos que de forma material, parecem realizar aquilo que simbolicamente traz aos indivíduos a sensação de satisfação. Isso significa dizer que, o consumo de produtos implica no consumo dos valores ligados a esses produtos. Estes valores são simbólicos e se definem pelas complexidades ob as quais as pessoas se constroem socialmente.

Estas considerações definem-se também pelos próprios valores do consumo e em uma sociedade que é definida por Baudrillard (1995) como um local em que se consome não pela necessidade, mas porque pelo ato de consumir os indivíduos sentem-se vivos.

Dentro destas considerações, podemos entender que as celebridades são um produto midiático da sociedade de consumo, consequência do processo de celebração. Neste sentido, celebrar, ou seja, torna algo ou alguém célebre é algo que não acontece sem os meios de comunicação.

A imagem retratada passa a atuar frente a um processo dinâmico e muito incisivo diante da sociedade a qual se apresenta a denominada celebração. Esse processo, que tem relações profundas com o poder da mídia em questão e com a sua capacidade de alcance, estabelecerá uma linha tênue, porém consistente, entre a imagem e o produto apresentado, qualquer que seja ele (BRAGA; TUZZO, 2012, p. 5).

Rojek (2008, p.11) define como celebridade “a atribuição de *status* glamouroso ou notório a um indivíduo dentro da esfera pública”. Este *status* diferencia os célebres da massa e das pessoas comuns. Como parte dos meios de comunicação, celebridades tornaram-se vetores para a disseminação de um modo de viver vigente pautado pela evocação de sonhos, que tem como causa e consequência o consumo. Este modo de vida implica também numa característica narcísica e hedonista da sociedade.

A cultura de consumo usa imagens, signos e bens simbólicos evocativos de sonhos, desejos e fantasias que sugerem autenticidade romântica e realização emocional em dar prazer a si mesmo, de maneira narcísica, e não aos outros. A cultura de consumo contemporânea parece estar ampliando o leque de contextos e situações em que esse comportamento é considerado adequado e aceitável (FEATHERSTONE, 1995, p. 48).

Aquilo que se espera das celebridades é que tenham características capazes de destacá-las. O que as torna famosas são fatores que lhes diferenciam dos demais e as convertem em um padrão, físico, ideológico e comportamental. Assim se edifica um deslumbre e o desejo de ser.

A característica que se exige das celebridades é que tenham uma personalidade, que possuam a capacidade do ator, no sentido de apresentar um eu colorido, de manter uma postura, um fascínio, um mistério (FEATHERSTONE, p. 97, 1997).

A forma como a mídia se reporta em relação àquele que é célebre, contempla um discurso que alcança os indivíduos, algo que pode construir a imagem e a idealização que se tem em relação às celebridades. “Ao mesmo tempo, os significados construídos nos dispositivos midiáticos sobre os famosos retornam para vida social, irrigando o universo simbólico que a constitui” (SIMÕES, 2009, p. 76).

Além disso, existe um construto em torno da imagem de uma pessoa famosa, e pelo conteúdo informacional publicado essa imagem também se constrói. Isso significa que, a mídia influi de forma positiva e/ou negativa na imagem de uma celebridade. Neste contexto, consideramos como imagem

[...] aquela representação simplificada que emerge na mente, como síntese de uma ou várias sensações ou percepções. Não é um resultado matemático nem mesmo, necessariamente fruto de combinações lógicas. Sua natureza inclui a tônica da fragilidade, da sensibilidade forte, da instabilidade (POYARES, 1998, p.87).

A mídia é capaz de influenciar na imagem que a sociedade tem sobre determinada celebridade, além de haver uma construção desta imagem por parte da indústria a qual ela pertence.

Tornar-se célebre é entrar em um processo participativo num circuito que envolve a mídia, a sociedade e o consumo. As celebridades são, portanto, fruto de uma sociedade que se pauta na cultura de consumo e os meios de comunicação são o motor deste processo. E justamente por sua presença na mídia é que elas se convertem a este papel. A condição daquele que é célebre tem como ponto de partida a fama. É a fama quem define uma pessoa como celebridade e a diferencia dos indivíduos comuns.

A fama é o que diferencia as celebridades da massa, é uma característica que as tornam diferentes dos demais e causa o fascínio, que a sociedade tem em relação aos célebres.

A fama, ao expor um rosto incessante e intensamente à admiração pública, exacerba o atributo universal de todos os rostos - o de exprimir aquela individualidade em particular, então destacada da massa na qual ameaça e teme submergir (COELHO, 1999, p. 37).

Coelho (1999) define a fama por dois polos. São eles o fã e o ídolo, que convertem-se em duas formas de vivenciar a experiência da fama. Para a autora, socialmente os indivíduos buscam a fama e isto se reflete pela condição de idolatria.

Tuzzo (2005), aponta que as celebridades midiáticas sustentam-se também pelo desejo que as pessoas alimentam de estarem próximas a elas. Isso acontece, pois a vida de uma celebridade parece tomada de privilégios, que causam deslumbre aos indivíduos que estão fora desse mundo. A imagem que se tem de uma celebridade é o que inspira e instiga o desejo de ser.

A mídia é o canal pelo qual as pessoas tomam conhecimento daquilo que se passa na vida de uma celebridade, mais do que isso, é por ela que as pessoas constroem seus desejos e sonhos, também em função daquilo que se reporta sobre as celebridades e daquilo que é oferecido como ideal. De certa forma, os conteúdos midiáticos constroem a representação de uma pessoa famosa, ao transformar os acontecimentos e fatos em um grande espetáculo midiático. “As celebridades são as estrelas do cotidiano, o eu espetacularizado” (PENA, 2002, p.7).

O construto em torno da vida de uma pessoa famosa mostra um mundo no qual as pessoas desejam estar. “O modo público de ser é elaborado através de novos idiomas do corpo, critério de notabilidade e estilos de comportamento” (ROJEK, 2008, p.112). Isso significa dizer que as celebridades também atuam num papel de ressignificações sociais, dando escopo na disseminação de padrões mutáveis.

Diariamente são construídos e oferecidos padrões de beleza, comportamento e estilos de vida pelos quais os indivíduos embarcam em uma busca incessante, que quase sempre se converte no consumo de produtos. Estes padrões também são reconhecidos nas celebridades e guiados pelo movimento da indústria.

Se pensarmos no leque de possibilidades que a mídia nos oferece, é possível compreender que também há uma construção estetizada da sociedade, de seus valores e crenças baseados naquilo que se recebe como informação. Mais do que isso, mídia e consumo são interdependentes, em um processo em que ambos se beneficiam.

O consumo e a mídia passam por um processo de interdependência, vez que consumimos pela mídia e consumimos a própria mídia, ao nos reportarmos a determinado veículo. Ou seja, as pessoas compram revistas, jornais, ligam a televisão em determinados programas ou até mesmo acessam sites, blogs, dentre outros, estão consumindo aquilo que a mídia fornece como informação. Considerando sempre que, as pessoas podem ou não concordar com aquilo que leem.

Consumo e mediação são, em inúmeros aspectos, fundamentalmente interdependentes. Consumimos a mídia. Somos consumidos pela mídia. Aprendemos como e o que consumir pela mídia. Somos persuadidos a consumir pela mídia. A mídia, não é exagero dizer, nos consome. E, como já opinei e continuarei a argumentar, o consumo é ele mesmo, uma forma de mediação, à medida que os valores e significados dados de objetos e serviços são traduzidos e transformados nas linguagens do privado, do pessoal e do particular. Consumimos informação. Mas, nesse consumo, em sua trivialidade cotidiana, construímos nossos próprios significados, negociamos nossos valores e, que compro, não mais o que faço ou, de fato, penso. E assim, espero, é você também (SILVERSTONE, 2002, p. 150).

O desejo de ser ou estar próximo a uma celebridade, ao mesmo tempo em que move os indivíduos, move também a indústria. A elevação da celebridade a um *status* de superioridade é um fato que determina o consumo das pessoas, que buscam ser e parecer-se com indivíduos da mídia. Neste sentido, o que se delinea e desvela é o fato de a sociedade estar altamente midiaticizada. Este fenômeno é definido por muitos autores como cultura de mídia, que como aponta Peruzzolo (2006, p.39) é “o novo modelo de relacionamento das sociedades com o seu novo mundo tecnológico, com seu novo real”.

Kellner (2001) afirma que a cultura de mídia põe imagens e figuras com as quais o público possa identificar-se e, logo, imitar. Para o autor, este é um meio sociobilizante e cultural que através de modelos valoriza formas de comportamento e modo de ser. Assim, a mídia é um princípio organizador da sociedade.

A cultura de mídia está no centro da sociedade contemporânea e para isso explora e perpassa pelos avanços tecnológicos. A sociedade configura-se em um complexo sistema que caminha por um processo, cuja mídia tem papel primordial. A cultura de mídia, neste patamar, abrange também a obtenção de capital, pois tem capacidade e alcance de movimentar a indústria e a economia.

Mas a cultura de mídia também é uma cultura *high-tech* que explora a tecnologia mais avançada. É um setor vibrante da economia, um dos mais lucrativos, e está atingindo dimensões globais. Por isso, é um modo de tecnocultura que mescla cultura e tecnologia em novas formas e configurações, produzindo novos tipos de

sociedade em que a mídia e tecnologia se tornam princípios organizadores (KELLNER, 2001, p.9).

Este processo contínuo de interação das mídias se configura em uma era de mudanças, na qual todos os meios produziram transformações na sociedade. Estas transformações podem se caracterizar pela dependência, no respaldo e na própria influência e poder destes meios. Para Fausto Neto (2008), este processo é denominado de midiatização.

Ocorre a disseminação de novos protocolos técnicos em toda extensão da organização social, e de intensificação de processos que vão transformando tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos. Já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade – de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação – estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a «cultura da mídia» (FAUSTO NETO, 2008, p.92).

Estas características de mudanças e centralidade da mídia mostram que as construções sociais também se dão através destes processos. Não é possível pensar na relação celebridade-mídia-público, sem pensar e entender o que é a opinião pública e como esta se forma, a partir dos fenômenos da comunicação.

Neste contexto, Tuzzo (2005) desenvolve seus estudos em relação à formação da opinião pública, apontando o papel determinante dos meios de comunicação de massa na formação da opinião pública e enfatiza que estes meios de comunicação são responsáveis por grande parte daquilo que a sociedade entenderá por opinião pública. A autora defende que a opinião pública não é construída pela massa, mas aquela que se reporta de forma majoritária aos públicos. A opinião pública se forma

a partir dos grupos sociais com capacidade para pensar sobre assuntos relevantes para a coletividade, suas formas de interação e reflexão, e, acima de tudo, sua capacidade de expressar a opinião que a opinião pública se forma. É uma opinião com força e capacidade de ser conhecida publicamente (TUZZO, 2005, p. 48).

É possível entender que há um senso crítico no processo de formação da opinião pública. Tuzzo (2005) ainda defende que estes vários grupos, estão suscetíveis ao ecletismo dos meios de comunicação e atrelados a possibilidade de discussão em diversos agrupamentos sociais, o que resulta num avanço na busca pelo senso crítico pessoal frente à própria “Indústria Cultural”. Isto cria certa resistência às mensagens dos meios de comunicação de massa.

A identificação que a sociedade tem em relação às celebridades transforma-as em figuras de respaldo, o que pode convertê-las em líderes de opinião, que se definem como “pessoas que conquistaram a simpatia do público a partir de suas aparições nos meios de comunicação de massa e se transformaram em modelo sobre aquilo que a massa deve ser, pensar ou consumir” (TUZZO, 2005, p.62).

Podemos então, afirmar que, sendo as celebridades parte intrínsecas da mídia, elas também têm um papel nestas mudanças decorrentes da midiatização e no próprio contexto de formação da opinião pública.

As celebridades, como polo de identificação da sociedade, chegam a este patamar tanto pelo poder e respaldo dos meios de comunicação quanto pela alta visibilidade destes. A mídia tem o poder substancial de levar a informação aos indivíduos e aquilo que se veicula a respeito de uma celebridade faz parte de um circuito de construtos e processos sociais que tem como consequência a opinião destes públicos. Desta forma, o modo como os meios “constroem seus discursos sobre as celebridades revela valores que retornam para a vida cotidiana” (SIMÕES, 2009, p. 76).

Os públicos interpretam aquilo que recebem como informação, mas não a absorvem totalmente. Os grupos sociais assimilam e interpretam as informações de acordo com sua formação como indivíduos. Isso implica que todas as instituições sociais pertencentes a seu meio social são fundamentais na interpretação das informações por parte dos indivíduos.

O real é a realidade que o receptor conhece a partir das possibilidades de sua interpretação. Uma mesma mensagem sofrerá interferências de recepção em cada indivíduo partir dos valores que cada receptor já possui (TUZZO, 2005, p. 51).

O processo de assimilação emerge por meio de valores e parâmetros que não se constroem apenas pelos conteúdos midiáticos

[...] ainda contamos com o fator psicológico, pelo qual cada individuo tem o poder de impermeabilizar-se a ou supervalorizar determinadas informações a partir dos valores que cultua, entre eles, o bem, o mal ou o belo, valores que não necessariamente têm significados iguais para todos os indivíduos, aliás, com muita frequência, causam reações opostas entre as pessoas ou grupos de uma mesma sociedade (TUZZO, 2005, p.54).

A opinião dos receptores das mensagens midiáticas, se forma a partir dos vários eixos que afetam e compõem sua formação como indivíduos. Essa afetação é mútua, pois há uma condição de reciprocidade, pois ao mesmo tempo em que a mídia dita, a certa medida, as configurações da sociedade, também os indivíduos influenciam-na. Como afirma Simões

(2009, p. 75) “a vivência e a prática dos indivíduos são configuradores dos produtos midiáticos e, ao mesmo tempo, os significados produzidos pela mídia configuram as experiências dos atores sociais”.

Entretanto, é impossível negar que a informação dos jornais, revistas, sites, dentre outros, é capaz de ser absorvida pela sociedade, ainda que não de forma total. Acima de tudo se pensarmos que aqueles que transmitem as mensagens e estão dentro dos meios também podem ser líderes de opinião e tem seus seguidores. A mídia atua num processo de potencialização dos fatos, algo que atende as exigências mercadológicas, que levam os conteúdos midiáticos para uma adequação à estruturas que atraiam o público a consumir determinado veículo. Para isso

[...] a instância midiática acha-se, então, ‘condenada’ a procurar emocionar seu público, a mobilizar sua afetividade, a fim de desencadear o interesse e a paixão pela informação que lhe é transmitida (CHARAUDEAU, 2006, p. 92).

Podemos entender que os discursos midiáticos, as opiniões e as informações veiculadas não pertencem apenas aos meios, mas também passam a ser parte dos receptores, tanto pela perspectiva de aceitação quanto de rechaço. Como afirma Sodré (1996, p. 36) “A linguagem uma vez posta em movimento não pertence mais ao seu produtor”. A linguagem pode ser entendida como um sistema organizado de signos que possibilita a comunicação, sendo essa quem torna possível a instituição social e o sistema de valores (NERY; TEMER, 2012). Dessa forma, os conteúdos veiculados pela mídia “podem afetar os indivíduos, os quais, por sua vez, agem a partir dessa afetação” (SIMÕES, 2009, p. 75).

Rocha (1995) faz uma leitura da “Indústria Cultural” como uma sociedade, com uma cultura de interna desta produção simbólica sendo a de uma sociedade inventada por outra. Diante desta contextualização, podemos pensar que as pessoas podem ser espectadoras, assistindo a ideia de uma sociedade completa e independente e podendo desejar pertencer a ela.

Os meios de comunicação são a tela pela qual assistimos e as celebridades (assim como os produtos, as marcas, as organizações) são os personagens desta sociedade. Pela atual configuração social as pessoas podem estar, provavelmente, tentando passar para o outro lado da tela e viver no mundo daqueles que são célebres, tentando ser célebres. Faz-se isto diariamente, quase como se esta fosse uma condição existir. Seja pela idolatria, pelo consumo e até quando se forma uma opinião a respeito de alguém que aparece na mídia.

Os teóricos da Escola de Frankfurt estudaram os fenômenos de mídia e da cultura na formação de um modo de vida contemporâneo. A Teoria Crítica, expressa um olhar

pessimista e radical sobre a crise da teoria e política do século XX. A abordagem aponta ainda que a pesquisa em comunicação deve ser fundamentada em uma visão reflexiva e humanística (NERY; TEMER, 2009).

O que a Teoria crítica é que os meios de comunicação de massa alienaram as classes, num sentido de dominação ideológica, cuja consequência ocasionou uma defasagem no senso crítico. “O indivíduo é considerado apenas como empregado e consumidor, e, dessa forma a própria humanidade é reduzida às condições que representam os interesses da ideologia dominante” (NERY; TEMER, 2009, p.88). Esta ausência de determinado discernimento fortalece a influência e o poder dos meios de comunicação.

Os meios de comunicação são responsáveis pela disseminação e consolidação de uma ideologia dominante. O consumo cultural é necessário e rápido, para que não haja margem de escolha àquele que consome. Os produtos culturais consumidos causam efeitos psicológicos e comportamentais aos indivíduos (NERY; TEMER, 2009).

As implicações de Frankfurt (ou Teoria Crítica) explicitam um olhar negativo, mas permitem entender e compreender fenômenos associados aos meios de comunicação e seu poder. O encantamento e deslumbre identificados naquilo que a mídia fornece a sociedade, em certa medida e sujeito a questionamentos e controvérsias, dominam o circular de informações para os indivíduos. Alguns teóricos na escola assumem uma linha mais otimista ao acreditar que os meios de comunicação descentralizam a cultura da burguesia.

Em contraste ao tom apocalíptico e, às vezes, irritado de muitos desses críticos, Hans Magnus Ezensberger, em seu estudo *Constituents for a Theory of the Media* (1974), assume uma linha otimista. Os novos meios, ao menos potencialmente, poderão democratizar a cultura, retirá-la das mãos de uma minoria privilegiada de intelectuais burgueses (GUARESCI, 1994, p.15 e 16).

Os meios de comunicação também parecem poder outorgar importância às informações. É isto que aponta a Teoria da Agenda Setting, ao pontuar a mídia como determinante das pautas em geral, dando ênfase a determinados tipos de conteúdos e ignorando outros. Sendo assim, os meios de comunicação de massa não pretendem persuadir, mas apresentam ao público uma lista do que é necessário ter uma opinião e discutir. Esta teoria aponta que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social é fornecida pelos meios de comunicação de massa. A imprensa, neste aspecto, não diz às pessoas o que elas devem pensar, mas sim sobre o que elas devem pensar e isto também é uma forma de controle (NERY; TEMER, 2009).

Nery e Temer (2009) abordam ainda que a Teoria da Agenda Setting toma como postulado o impacto direto, mas não imediato, sobre os destinatários. Dois são os níveis de análise, que realçam a diversidade entre a quantidade de informações, conhecimentos e interpretações da realidade social apreendida por meio dos meios de comunicação de massa e das experiências pessoais:

- a- a ordem do dia dos temas, assuntos de problemas presentes nos meios de comunicação de massa;
- b- a hierarquia de importância e de prioridade segundo a qual esses elementos estão dispostos na ordem do dia (NERY;TEMER, 2009, p.73).

Destarte, podemos entender que os meios de comunicação parecem construir as pautas diárias dos indivíduos, ainda que as interpretações sejam pessoais de cada um. Além disso, aqui a mídia aparece oferecendo sobre aquilo que pensar e aquilo que é importante.

É possível compreender que, ainda que a sociedade pareça submersa em uma ditadura midiática, de consumo e deslumbre, os meios de comunicação ainda se reportam socialmente de forma democrática e não possuem poder absoluto sobre aquilo que as pessoas pensam. A informação é democracia. Além disso, outros pilares, que não somente a mídia, determinam a construção daquilo que as pessoas pensam e acreditam. O que fica como questionamento é o nível de processamento das informações midiáticas e se elas correspondem aos interesses das elites de poder. Também cabe pensar a condição de discernimento da população que recebe estas informações midiáticas.

Num mundo vasto de conteúdos informacionais e veículos múltiplos, faz-se necessária a menção destes como vias de mão-dupla (ou seriam inúmeras?). A mesma comunicação que exclui é a que inclui. Basta pensarmos no processo comunicacional mediante a construção da cidadania, através dos pilares da informação. E ao mesmo tempo, nos meios de comunicação que atuam em função de interesses infinitos, mascarando fatos e acontecimentos em prol da estatização e concentração de poder.

Sendo assim, os meios de comunicação constroem um processo pelo qual perpassam pela sociedade e se constroem e definem de forma mútua. Os meios possuem poder e participação na construção de valores que são socialmente difundidos e na construção da opinião pública e de líderes de opinião. A figura da celebridade, neste contexto, abarca posição de deslumbramento por fornecer socialmente padrões que as pessoas, ao verem-nas nos meios de comunicação, podem desejar alcançar.

As celebridades alimentam socialmente o desejo de alcançar um *status* atribuído a elas, fator que é construído midiaticamente. Na imagem da celebridade são oferecidas inúmeras possibilidades que, por muitas vezes se convergem no consumo. Neste sentido, entende-se que há um encantamento pelos meios de comunicação e suas ofertas diárias, que se revertem na própria figura da celebridade.

A Teoria Crítica se reporta a uma perspectiva de alienação diante destes meios, por entender que estes possuem poder de dominar ideologicamente o comportamento social. Esta teoria, nos ajuda a compreender o grau de influência dos meios e nos permite pensar em seu poder social. Já a Teoria da Agenda Setting nos mostra que os meios podem nos dizer sobre o que devemos pensar, criando uma tematização, mas não necessariamente o que pensar sobre cada assunto. Apesar das diferenças, ambas as teorias nos fornecem subsídios para pensar como a mídia se impõe socialmente e como se constroem os valores e pensamentos sociais, a partir daquilo que os meios fornecem diariamente para a população.

Devemos também pensar nos processos de democratização possibilitados pela comunicação, ao levar a informação para a sociedade. A construção das informações midiáticas perpassa outros processos, como as representações sociais dos indivíduos. As correntes do senso comum parecem se prestar como alicerce as construções midiáticas, o que faz importante pensá-los conjuntamente e entender como se dá esta influência mútua.

CAPÍTULO 2 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO

As representações estão presentes na existência humana e dão base para as adaptações de cada indivíduo no mundo. Elas são guias que traçam o comportamento dos seres humanos, tornando-se importante para a sobrevivência dos indivíduos, pois são suas interpretações em um sentido prático. Entendê-las significa entender o contexto em que nascem, evoluem e se efetivam como um fenômeno social.

A Teoria das Representações Sociais desenvolvida por Serge Moscovici é um avanço a Teoria das Representações Coletivas de Durkheim. Enquanto o segundo autor interpreta as representações de forma estável, Moscovici avança no sentido da construção e das variáveis que criam as representações na sociedade (MOSCOVICI, 2003).

O conceito de Representações Coletivas de Durkheim funde-se com o conceito de consciência coletiva, que o autor denomina como

o conjunto de crenças e sentimentos comuns à média dos membros de uma mesma sociedade forma um sistema determinado, que tem sua vida própria; pode-se chamá-lo de consciência coletiva ou comum. Sem dúvida, ela não tem por substrato um órgão único; ela está, por definição, difusa em toda extensão da sociedade. [...] Com efeito, ela é independente das condições particulares onde os indivíduos se encontram; eles passam e ela continua. [...] Ela é o tipo psíquico da sociedade, tipo que tem suas propriedades, suas condições de existência, seu modo de desenvolvimento, assim como os tipos individuais ainda que de outra maneira. [...] As funções jurídicas, governamentais, científicas, industriais, em uma palavra, todas as funções especiais são de ordem psíquica, uma vez que elas consistem em sistemas de representações e de ações: contudo elas estão evidentemente fora da consciência comum (DURKHEIM, 1893, p. 81 apud OLIVEIRA, 2012, p.72).

Como é possível observar, Durkheim entende as representações coletivas como um substrato comum para toda a sociedade e independentes da unicidade dos indivíduos. Ou seja, as questões individuais dos sujeitos parecem não fazer parte daquilo que constrói as representações. Além disso, há ainda um isolamento daquilo que é definido como “funções especiais” em relação a consciência comum. Isto diferencia o conceito de representações coletivas do conceito de representações sociais, pois as representações sociais são produto das interações dos grupos sociais e um fenômeno típico da modernidade.

Por representações sociais, consideram-se um conjunto de estímulos feitos pelos homens, que têm a finalidade de servir como um substituto a um sinal ou um som que não pode ocorrer naturalmente (BOWER, 1977 apud MOSCOVICI, 2003). Desta forma, as representações nos servem como referencial, na busca de respostas e interpretações para o mundo em que vivemos e nos efetivamos com indivíduos e seres sociais. “Assim que nos

encontramos, por vezes, em um dilema onde necessitamos um outro signo, que nos auxiliará a distinguir uma representação de outra, ou uma representação do que ela representa” (MOSCOVICI, 2003, p. 32).

Moscovici (2003), aponta que as Representações Sociais sempre intervêm em nossas interpretações. O autor afirma que nossas reações são respostas aos estímulos, estão relacionadas à determinada definição, comum a todos os membros de uma comunidade a qual pertencemos “no que se refere à realidade, estas representações são tudo o que nós temos, aquilo que nossos sistemas perceptivos, como cognitivos, estão ajustados” (MOSCOVICI, 2003, p. 32).

Jodelet (2001) afirma que as representações são criadas de acordo com nossas necessidades de adaptação ao mundo, de nos ajustarmos a ele e estarmos informados. Para isso, é necessário saber como se comportar, dominá-lo física ou intelectualmente, identificar e resolver os problemas que se apresentam. A autora ainda afirma daí parte a necessidade das representações sociais, pois

[...] elas nos guiam do modo de nomear e definir conjuntamente os diferentes aspectos da realidade diária, no modo de interpretar esses aspectos, tomar decisões e, eventualmente posicionar-se frente a elas de forma defensiva (JODELET, 2001, p.17).

Spink (1993) afirma que as representações sociais são pertencentes às correntes que estudam o senso comum. Para a autora “As representações sociais, sendo definidas como formas de conhecimento prático, inserem-se mais especificamente entre as correntes que estudam o conhecimento do senso comum” (SPINK, 1993, p. 302). Jodelet (2001) também diferencia as representações sociais do conhecimento científico e atribui estas como uma forma de conhecimento do saber de senso comum, embora afirme que ainda é um objeto de estudo legítimo, em decorrência de sua importância na vida social.

O senso comum pode ser compreendido como as formas de saber e viver que cada indivíduo adquire em sua existência, através de seu convívio social. Ou seja, o ser humano forma o senso comum por meio de suas experiências cotidianas. Neste sentido, o estudo das representações sociais é importante por entendê-las como parte integrante da vida humana e suas relações, envolvendo também as práticas de comunicação.

Este processo, no qual o saber científico passa para o senso comum, é caracterizado pela objetivação e pela ancoragem. Para Moscovici (2003), o processo de ancoragem, é o que dá possibilidade de classificar e dar nome a algo. Nas palavras do autor, “ao nomear algo, nós o libertamos de um anonimato perturbador, para dotá-lo de uma genealogia e para incluí-lo

em um complexo de palavras específicas, para localizá-lo, de fato, na matriz de identidade de nossa cultura” (MOSCOVICI, 2003, p. 66).

Já a objetivação nos permite transformar algo mais abstrato em algo mais palpável, ou seja, dar uma representação imagética, sendo assim a

[...] objetivação une a ideia de não familiaridade com a de realidade, torna-se a verdadeira essência da realidade. Percebida primeiramente como um universo puramente intelectual e remoto, a objetivação aparece, então, diante de nossos olhos, física e acessível (MOSCOVICI, 2003, p. 71).

Por este entendimento, as Representações Sociais nomeiam e tornam aquilo que esta a nossa volta palpáveis, transpondo-os para nossa realidade. É possível pensar que se as representações sociais são formas de conhecimento relacionadas ao senso comum e adquiridas cotidianamente nas experiências sociais, onde os meios de comunicação fazem parte desta construção de forma direta. As representações sociais dependem de todas as formas de comunicação, incluindo a comunicação midiática.

A representação social como processo só pode ocorrer em grupos e sociedades onde o discurso social inclui a comunicação tanto de ponto de vista compartilhados, quanto divergentes sobre muitos assuntos (WAGNER, 1998, p. 10).

Para entender e dar significado ao mundo, temos que simplificá-lo, torná-lo familiar, ou seja, reconstruímos o mundo à nossa própria maneira. Esta reconstrução da realidade é social e é elaborada de acordo com as características do indivíduo e compartilhada por grupos que possuem as mesmas características (RATEAUR, 2012).

Nem todos os grupos sociais compartilham os mesmos valores, os mesmos padrões, as mesmas ideologias ou as mesmas experiências concretas. No entanto, todos constroem representações que são proximamente baseadas nisto (RATEAUR, 2012, p. 2).

As representações marcam as pertencas sociais dos indivíduos que aderem a estas e que dão suas identidades e permitem estes mesmos indivíduos distinguirem “outros”, aqueles que não compartilham as mesmas representações e que aparecem como diferentes ou até mesmo inimigos (RATEAUR, 2012). Sendo assim, as representações sociais marcam então a identidade e a identificação dos indivíduos dentro do contexto social.

As representações sociais também são apontadas como fenômenos cognitivos, ou seja, envolvem o ato de percepção, atenção, memória raciocínio, juízo. Podendo, então, considerar

que estas envolvem a própria aprendizagem. Abric (1998), aborda inexistência da dicotomia entre o sujeito e o objeto. Para o autor “toda representação é, portanto, uma forma de visão global e unitária de um objeto, mas também de um sujeito” (ABRIC, 1998, p. 28).

Moscovici (2003) atribui às representações sociais duas funções: a primeira é a de convencionalizar os objetos, pessoas ou acontecimentos que encontram e segunda é que as representações são prescritivas. Ou seja, as representações dão uma forma definitiva, localizando objetos pessoas ou acontecimentos em uma determinada categoria e gradualmente as colocam como um modelo determinado, ao mesmo tempo em que se impõem sobre nós.

As representações não são, necessariamente, um processo passivo. Não somos simplesmente tomados por representações, aderindo-as em um processo sob o qual não temos domínio. Construimos e comunicamos nossas próprias representações. Moscovici (2003) salienta que pessoas e grupos pensam por si mesmos, comunicam suas representações e questões colocadas por si mesmos.

Abric (1998) atribui quatro funções essenciais às representações sociais: a função saber, que se refere ao saber prático do senso comum; a função identitária, que assegura para as representações um lugar primordial nos processos de comparação social; a função de orientação, que guia os comportamentos práticos, pois a representação possui um sistema de pré-decodificação da realidade que serve como guia para a ação; e a função justificadora, que permite a justificativa das tomadas de decisão, este é o papel da representação intervindo na avaliação da ação. Estas quatro funções nos permitem enxergar como as representações sociais se efetivam na prática cotidiana dos indivíduos e se refletem em seu comportamento.

No contexto das representações sociais a distinção entre as noções de opinião, conhecimento e crença é desnecessária. Frequentemente os indivíduos confundem estas três áreas, sobretudo ao se tratar de objetos que tenham cunho social (RATEAUR, 2012).

Neste efeito, observamos crenças que têm o *status* de verdades estabilizadas ou opiniões que, verdades estabilizadas ou opiniões que, peculiarmente, assemelham-se a crenças, com o resultado de que linhas divisórias entre “eu penso”, “eu sei” e “eu acredito”, frequentemente tornam-se confusas (RATEAUR, 2012, p.2).

Sendo assim, podemos escolher que uma representação social se encontre concretamente como um conjunto de “elementos cognitivos” relativos a um objeto. As características desse conjunto são: a *organização*, que significa que as pessoas cooperam no estabelecimento de relações entre estes diversos elementos; a representação como algo *partilhado* pelos membros de um grupo social específico; o método de construção *coletivamente produzido* por um processo mais global de comunicação, as trocas entre

indivíduos e a exposição à comunicação de massa permitem os membros de um grupo partilhar elementos que constituem uma representação, além disso a partilha favorece o consenso e confere validação social sobre opiniões, informações e crenças; e o último papel é relacionado a ser *útil socialmente*, pois as representações são acima de tudo sistemas que permitem entendimento e interpretação do ambiente social. Mas também interferem nas interações entre grupos, particularmente quando essas interações são travadas em torno deste objeto social (RATEAUR, 2012).

As pesquisas de Moscovici deram origem à duas correntes teóricas, são elas: a abordagem Psiscossociológica, também denominada como Escola de Genebra (2002), desenvolvida por Willen Doise e a Teoria do Núcleo Central ou Teoria Estrutural (1998), desenvolvida por Jean Claude Abric.

2.1 A PSICOLOGIA SOCIETAL DE DOISE

O pesquisador Doise é pertencente à Escola de Genebra, que busca explicações para o funcionamento da sociedade pautadas nos indivíduos e em sua disposição social, cujo objetivo

[...] foi sempre o de articular explicações de ordem individual com explicações de ordem societal, de mostrar como o indivíduo dispõe de processos que lhe permitem funcionar em sociedade e, de maneira complementar, como dinâmicas sociais, particularmente interacionais, posicionais ou de valores de crenças gerais, orientam o funcionamento destes processos (DOISE, 2002, p.28).

O autor traz a abordagem societal das Representações Sociais e argumenta em seus estudos que as análises oriundas da psicologia e da psicologia social são um complemento necessário às análises sociológicas e o inverso também, ou seja, as explicações da psicologia social devem ser completadas por explicações sociológicas. Isto é o que permite a melhor compreensão dos jogos sociais. As representações sociais aparecem por ser parte das construções sociais dos indivíduos e da construção dos funcionamentos da sociedade (DOISE, 2002).

Doise (2001) aponta que a objetivação torna o que é abstrato concreto, mudando o relacional do saber científico em imagem de uma coisa. Já a ancoragem consiste na incorporação do estranho numa rede de categorias mais familiares.

Ele propõe três níveis de classificação para a ancoragem, viés pelo qual pauta seus estudos, são eles: o primeiro é a ancoragem do tipo psicológico diz respeito às crenças ou valores gerais que podem organizar as relações simbólicas com o outro; o segundo é a ancoragem do tipo psicossociológico inscreve os conteúdos das representações sociais na maneira como os indivíduos se situam simbolicamente nas relações sociais e nas divisões posicionais e categoriais próprias a um campo social definido; o terceiro é a ancoragem do tipo sociológico refere-se à maneira como as relações simbólicas entre grupos intervêm na apropriação do objeto (DOISE, 1992 apud OLIVEIRA, 2007).

O autor propõe ainda quatro níveis de análise praticados pelos psicólogos sociais, que facilitam as articulações analíticas, são eles: o primeiro nível que focaliza o estudo dos processos intra-individuais, com o uso de modelos que tratam a maneira como os indivíduos organizam suas experiências com o meio ambiente; o segundo nível que descreve os processos inter-individuais e situacionais, em que os indivíduos são considerados como intercambiáveis e fornecem as explicações das dinâmicas deste nível; o terceiro nível leva em conta as diferentes posições que os atores sociais ocupam no tecido das relações sociais e analisa como posições que modulam os processos do primeiro e segundo nível; por fim o quarto nível que corresponde aos sistemas de crenças, representações, avaliações e normas sociais. Assim, as produções culturais e ideológicas da sociedade ou de um grupo dão significação ao comportamento e suporte as diferenciações sociais (DOISE, 2002).

O estudo das representações sociais necessita “que se coloque em relação os sistemas cognitivos complexos do indivíduo com os metassistemas de relações simbólicas que caracterizam uma sociedade” (DOISE, 2002, p. 30). O autor ainda aponta que as representações sociais são “princípios organizadores das relações simbólicas entre indivíduos e grupos” (DOISE, 2002, p.30).

Para Doise (2002) o estudo das representações sociais remete a três hipóteses: a primeira é que os diferentes membros de uma população estudada partilham efetivamente de crenças comuns concernentes a uma dada relação social; a segunda hipótese aponta que a natureza das tomadas de posição se relaciona com as representações sociais, pois esta explica como e porquê os indivíduos se diferenciam entre si nas relações que mantêm com essas representações e a terceira hipótese considera a ancoragem das tomadas de posição em outras realidades simbólicas coletivas, como os valores, as percepções e as experiências sociais. Neste sentido, surge a noção do dissenso.

Doise e Moscovici (1994) buscaram explicar socialmente o dissenso e o consenso, na obra “*Dissensions et consensus. Une théorie générale des décisions collectives*” ao abordar

os conflitos e as situações em que são necessárias escolhas para a tomada de decisões. Para os autores, o consenso nasce quando os homens querem agir conjuntamente, ou seja, quando convivem socialmente. Para muitos o consenso pode ser oriundo do emblema de uma harmonia imposta pelas autoridades e algo fabricado pelas mídias de massa.

Há uma crença que o dissenso é uma divisão, uma desordem social. Assim, nascem os dilemas e as buscas em discutir com base na ética, as decisões entre diversas possibilidades aparentes para uma situação. Quanto mais forte o conflito e desentendimento em um processo de tomada de decisão por consenso, mais potentes são as decisões. A escolha aceita socialmente é eleita pelo consenso como algo coerente ao que sabemos e acreditamos, bem como a única opção verdadeira.

É possível pensar na existência real desta única opção, pois o mundo é vasto de diferentes realidades, que cabem aos grupos e aos indivíduos. Aqui, nos parece que esta escolha única pode também ser uma imposição de um grupo que detenha mais poder social, ou até mesmo, por uma perspectiva em que, enquanto certos sentidos se legitimam socialmente, outros podem ser deixados de lado. Neste processo, as opiniões vigentes suprimem as demais e isto nos remete a Teoria da Espiral do Silêncio, que aponta que os indivíduos seguem as opiniões e comportamentos que acreditam ser da maioria (NERY; TEMER, 2012).

Para os autores, o consenso pode ser considerado como a própria disposição dos indivíduos para se associar com outras pessoas. As situações em que se institui o consenso entre os indivíduos demonstram aos outros que somos pessoas de uma mesma espécie, temos atitudes comuns e as ações serão em conformidade com os outros. Deste modo, as pessoas começam a se identificar como pertencentes a um mesmo grupo (MOSCOVICI; DOISE, 1991).

O consentimento dado em público confirma o nosso envolvimento, garante aos outros que somos pertencemos à mesma espécie que eles, temos uma atitude comum e que eles podem nos tratar como membros de um mesmo grupo. Isso concorre para a unidade do grupo, porque o que faz a unidade das sociedades organizadas, como de qualquer organismo, é o consenso entre todas as partes (MOSCOVICI; DOISE, 1991).

Este consenso de todas as partes parece algo utópico, como pontuamos anteriormente, talvez o processo que ocorra aqui seja mais relacionado à necessidade dos indivíduos de se adequar aos grupos, deixando de lado suas questões particulares. Ou até mesmo o processo em que se legitimam sentidos e desconsideram outros.

Entretanto, o consenso vai além do acordo e de uma adesão pura e simples. A convergência dos indivíduos alimenta a sua confiança mútua. Isso significa que tudo pode ser discutido, desafiado por atos ou palavras. Dentro dos grupos, as pessoas sacrificam suas convicções e características, para buscar um entendimento que todos compartilham, ou seja, o consenso. O envolvimento coletivo dos indivíduos é aumentado pelas controvérsias, o que fortalece o grupo. Os pertencentes a um grupo parecem contrastar com outros grupos (MOSCOVICI; DOISE, 1991).

Os atos de decisão, como também os atos de consenso, são, antes de tudo, atos de participação. [...] o seu valor decorre do vínculo que os indivíduos constroem entre eles e da impressão que cada um elabora ao contar com o olhar de todos [...] (MOSCOVICI; DOISE, 1992, p. 73 apud BONOMO; SOUZA; MELOTTI; PALMONARI, 2013, p. 94).

Doise (2001) aponta ainda que um indivíduo pertence a vários grupos, sendo que alguns destes servirão mais de pontos de ancoragem de suas opiniões e crenças do que outros. Ou seja, com alguns grupos o indivíduo terá mais compatibilidade e familiaridade, do que com outros.

Pela perspectiva do consenso, Doise (2001), também nos afirma que toda definição de representações sociais em termos de consenso é insuficiente, pois estas são mais do que opiniões consensuais. São tomadas de posição de natureza diferente, que podem ser usadas como pontos de referências comuns.

2.2 A TEORIA ESTRUTURAL DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

Abric (1998) autor da Teoria Estrutural aponta a organização das Representações Sociais como uma característica, na qual estas Representações se organizam em torno de um núcleo central que dá significado à representação. A abordagem contribui massivamente no esclarecimento de lógicas sociocognitivas implícitas nas organizações gerais das representações sociais (RATEAUR, 2012). Esta ocorrência será aprofundada no decorrer deste trabalho.

A base da teoria considera que a imagem completa dos elementos cognitivos que compõem uma representação determinados elementos desempenham um papel diferente dos outros (RATEAUR, 2012). De acordo com Abric (1998), este núcleo central é determinado

pela natureza do objeto representado e pelas relações que o grupo mantém com este objeto. Estas relações são definidas pelas crenças, sistemas de valores e normas sociais que compõem o meio ambiente ideológico do momento e do grupo.

Como característica, o núcleo central é resistente às mudanças e é o elemento mais estável da representação. Toda e qualquer modificação no núcleo acarreta uma transformação completa da representação. Os elementos que estão presentes no núcleo possuem, antes de tudo, uma dimensão qualitativa e estão ali presentes por sua capacidade de dar significado à representação (ABRIC, 1998).

Ainda de acordo com Abric (1998, p.31) estão em torno do núcleo central os elementos periféricos que “[...] constituem o essencial do conteúdo da representação: seus componentes mais acessíveis, mais vivos e mais concretos”. Para o autor, os elementos periféricos possuem três funções: a função de concretização, pois os elementos periféricos resultam da ancoragem da representação, constituindo a interface entre o núcleo central e a situação na qual a representação é colocada em funcionamento; a função de regulação, pois tem um papel importante na adaptação das representações às evoluções, desta forma, as novas informações são alocadas nesta periferia e, por fim, a função de defesa, que se refere às transformações das representações, uma vez que, o núcleo central é muito resistente. Esta função significa, portanto, a tolerância das contradições (ABRIC, 1998).

As representações sociais funcionam por meio do núcleo central e do Sistema Periférico, determinando aquilo que Abric (1998) define como duplo sistema. Este duplo sistema permite compreender características contraditórias como o fato de as representações serem, ao mesmo tempo, estáveis e móveis, rígidas e flexíveis, consensuais e marcadas por experiências individuais. Nas palavras do autor o núcleo central

é a base comum propriamente social e coletiva que define a homogeneidade de um grupo através dos comportamentos individualizados que podem parecer contraditórios [...] o sistema periférico permite uma adaptação, uma diferenciação em função do vivido, uma integração das experiências cotidianas (ABRIC, 1998, p.33).

O Sistema Periférico protege o núcleo central e permite a ancoragem da realidade, sendo que os dois são importantes e não sobressaem um ao outro (ABRIC,1998). “Se o núcleo central pode ser entendido como a parte abstrata, o sistema periférico deve ser entendido como sua parte concreta e operacional” (RATEAUR, 2012).

O Sistema Periférico é consonante com as contingências cotidianas e possibilita que uma representação seja adaptada a vários contextos sociais. No núcleo central é encontrado o

consenso das representações, constituindo sua base comum partilhada comumente. É graças a este núcleo que os membros de um grupo reconhecem um ao outro e diferenciar-se de grupos vizinhos e isto contribui em grande parte para a identidade social (RATEAUR, 2012).

A conceituação de Identidade Social foi definida por Tajfel (1981) na Teoria da Identidade Social, que pauta princípios para explicar as relações intergrupais dos indivíduos. Como identidade social, consideramos aquela parte do autoconceito do indivíduo que se deriva do reconhecimento de filiação a um (ou vários) grupo social, juntamente com o significado emocional e de valor ligado àquela filiação (TAJFEL, 1981 apud BRAGA; CAMPOS; TUZZO, 2012). Assim, entendemos que a identidade social é também pertencente ao processo em que se estruturam as Representações Sociais, pois em detrimento destas, os indivíduos se reconhecem como parte de um grupo e compartilham suas representações.

O que o autor defende é que, ao participar de determinado grupo o indivíduo detém sua identidade social. A teoria esta dividida em três conceitos: o primeiro conceito é o de *categorização* do indivíduo como membro de um grupo é uma condição preliminar dos fenômenos sociais de etnocentrismo. A identidade social pode ser entendida como o “nós” e constitui-se em comparação em diferenciação com os outros (definido como exogrupo); o segundo conceito é o de *identidade pessoal*, constituída pelas referidas imagens de si mesmo e se posicionam em um contínuo no qual em um extremo estão as características individuais (eu) e, na outra extremidade, as características sociais e categoriais (nós e eles); o terceiro e último conceito é o da *comparação*, através da qual as pessoas avaliam se os seus comportamentos e atitudes são socialmente aceitáveis (se estão dentro do "normal" e das margens ou limites socialmente definidos), isto é o que permitirá uma identidade social positiva (TAJFEL, 1981 apud CONSTANTINO, online).

Este processo também leva as considerações que envolvem a mudança social e a mobilidade social. A mudança social pode ser compreendida por um movimento social que representa um esforço de muitas pessoas para resolver coletivamente um problema sentido como comum. O comportamento coletivo surge quando a identidade social está ameaçada e o indivíduo se empenha em ações de grupo para alterar as relações intergrupais, tendo como principal objetivo a promoção do “nós”. A identidade torna positiva porque o estatuto do grupo melhora. Já a mobilidade social é o comportamento individual que resulta da identidade pessoal estar em jogo e de o indivíduo se empenhar em ações pessoais de promoção de si mesmo (TAJFEL, 1981 apud CONSTANTINO, online).

Desta maneira podemos entender que estas características se associam à própria função do sistema periférico, levando em conta sua operacionalidade e adaptação. Assim, os

indivíduos através do sistema periférico concretizam as ações de *mobilidade* e mudança social, pois é este sistema quem permite tamanha flexibilidade. A *categorização* se enquadra pela ancoragem, ao classificar e dar nome aos grupos, na diferenciação uns dos outros, concretizando e dando lógica a uma representação.

A *mudança social* demonstra também uma adaptação às evoluções da sociedade e estas informações referentes ao que é novo são dispostas no Sistema Periférico, pois estes permitem uma contemporização às transformações da sociedade.

O reconhecimento dos grupos sociais permite a efetivação da funcionalidade do núcleo central e a adaptação às condições sociais pode demonstrar o funcionamento do Sistema Periférico como regente de uma função que adapta os indivíduos na sociedade. Abric (2005), também desenvolveu seus estudos em relação, a Zona Muda das representações sociais, que “[...] faz parte da consciência dos indivíduos, ela é conhecida por eles, contudo ela não pode ser expressada, porque o indivíduo ou o grupo não quer expressá-la pública ou explicitamente” (ABRIC, 2005, p. 22).

Como aponta Menin (2006), determinados elementos das representações são “mascarados” e para conseguir revelá-los são necessários métodos específicos de investigação, pois

[...] para certos objetos, em certos contextos existe uma zona muda de representação social. Esta zona muda é composta de elementos da representação que não são verbalizáveis pelos sujeitos pelos métodos clássicos de coleta de dados (MENIN, 2006, p.44 apud ABRIC, 2003, p.61).

Neste sentido Abric (1998), aponta que os elementos do núcleo central podem ser normativos ou funcionais. A dimensão funcional é atribuída aos elementos facilmente percebidos para a eficácia da ação, já a dimensão normativa é suscetível de privilegiar os julgamentos, estereótipos, opiniões admitidas pelo sujeito ou grupo social que ele se insere (MENIN, 2007 apud ABRIC, 2003). Os elementos que estão na Zona Muda são normativos, por estarem ligados a avaliações e valores, que aparecem como ilegítimos para o grupo cujo indivíduo pertence.

Por este aspecto, encontramos na Zona Muda também a afirmação de que os elementos das representações presentes aqui são contra-normativos, por irem contra valores morais de um determinado grupo (MENIN, 2006 apud GUIMELLI; DESCHAMP, 2000).

As relações entre os grupos mediam-se e definem-se pelas características da Identidade Social, pois assim as pessoas identificam seu pertencimento dentro da cadeia social. Entretanto, podemos pensar também que estes elementos encontrados na Zona Muda, e

difícilmente expressados pelos indivíduos, são ocultados pelos indivíduos para garantir sua sobrevivência como parte dos grupos. Assim, relacionamos então a própria Zona Muda com a definição do consenso (DOISE; MOSCOVICI, 1991), pois a chegada de um grupo a um consenso pode mostrar também que o pensamento individual possa ser suprimido.

Em relação às celebridades, podem existir inúmeras representações sociais, que nascem e evoluem através de um processo participativo com os meios de comunicação. Tais representações podem evoluir e envolver as questões referentes à identidade, pois se as pessoas mudam, há possibilidade de transformar suas opiniões. As celebridades possuem exposição midiática, logo, a mídia pode participar do processo de formação de suas representações. Podemos pensar que, se uma pessoa é famosa as pessoas falam diretamente o que pensam sobre ela, ou talvez omitam (Zona Muda) seus pensamentos.

Todas estas relações e condições podem e são mediadas pelos fenômenos da comunicação midiática, pois estes possuem respaldo, alcance social e quiçá permitem a reconhecimento dos grupos. As interpretações dos conteúdos midiáticos revelam uma maneira de pensar em como as representações sociais existem socialmente e como se deixam transparecer, ou não, pelos indivíduos. Além disso, a comunicação midiática participa efetivamente na circulação dos sentidos sociais em uma perspectiva interacional, cujos efeitos são mediados pelas representações sociais dos indivíduos.

2.3 AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E OS FENÔMENOS DA COMUNICAÇÃO MIDIÁTICA

Moscovici (1961), em seus estudos sobre a imprensa francesa define três modalidades/sistemas de comunicação: a difusão, caracterizada pela indiferenciação entre a fonte e os receptores da comunicação; a propagação que é estabelecida pelos membros de um grupo que produz uma visão do mundo bem organizada, que dispõe de uma crença a propagar, esforçando-se para acomodar outros saberes a este quadro estabelecido; e por fim a propaganda, que é uma forma de comunicação que se inscreve em relações sociais conflituosas (DOISE, 2001 apud MOSCOVICI, 1961).

As representações sociais tratam de um fenômeno comportamental, que se revela das interpretações e significações, e se refletem nas suas relações coletivas, com os grupos os quais as pessoas convivem ou os quais pertencem. Sendo assim, podemos pensar que nesta

complexidade de construções “[...] tudo aquilo que o ser humano atribui significado passou a compor um processo de comunicação” (NERY; TEMER, 2012). Logo, as representações sociais são parte de nossas comunicações e podemos entender os meios de comunicação e suas construções pela perspectiva de uma veiculação de representações vigentes, para aquele que as produz e também para aqueles que as partilham. Esta condição pode ser encontrada nos veículos de comunicação, pois estes compartilham as informações que são o discurso de determinado veículo.

A Teoria das Representações Sociais foi desenvolvida a partir de um pensamento sobre uma corrente que permeia os meios sociais e faz parte do cotidiano dos indivíduos. Portanto, se os meios de comunicação perpassam o tecido social, é possível pensar em duas possibilidades: a primeira é que estes meios veiculam representações já aceitas socialmente, a segunda é que os meios fazem parte da construção de representações sociais que os indivíduos compactuam. Isto porque, a comunicação em suas inúmeras formas, faz parte do processo de significações.

Portanto, podemos dizer que foi por meio da comunicação que o homem construiu o próprio desenvolvimento, estabeleceu relações sociais e relações comerciais, atribuindo significados e valores a si mesmo e aos objetos ao seu redor (NERY; TEMER, 2012, p.14).

Podemos entender que em sua configuração, a sociedade contemporânea também se define por um processo em que é midiaticizada e produz suas representações a partir daquilo que é pautado nos meios de comunicação. Neste sentido, próprias celebridades da mídia, exprimem coletivamente suas representações e a sociedade tem suas representações em relação à celebridade.

Os veículos de comunicação propagam a informação que chega aos indivíduos. Esta informação é processada e interpretada mediante fatores que se relacionam com a vida de cada uma destas pessoas,

[...] as mensagens transmitidas pelas indústrias de mídia são recebidas por pessoas específicas, situadas em sócio-históricos específicos. Essas pessoas veem as mensagens dos meios com graus diferenciados de concentração interpretam-nas ativamente, e dão-lhes sentido subjetivo, relacionando-as a com outros aspectos de suas vidas (THOMPSON, 2002, p.287).

Os meios de comunicação permitem que as pessoas tenham acesso á conteúdos informacionais, cuja ocorrência se distancia da mesma condição de espaço e tempo destes

indivíduos. Cabe aos receptores a interpretação daquilo que se recebe como notícia, a partir de suas construções.

Ao utilizar as mídias comunicacionais podemos interagir com pessoas que não compartilham do mesmo referencial espaço-temporal que nós e a natureza de nossa interação será moldada pela diversidade das características espaciais e temporais, e pela diversidade das características do meio empregado (THOMPSON, 2008, p.17).

A evolução das formas de comunicação potencializam os efeitos daquilo que é comunicado e visível. O advento dos meios de comunicação proporcionou um fenômeno na veiculação dos acontecimentos, libertando a visibilidade dos fatos de uma situação comum de espaço e tempo. Aquilo que é público não necessariamente tem que ser assistido ao vivo, no momento em que se sucede. Thompson (2008) define este fenômeno como uma “nova visibilidade”.

Um indivíduo não precisa mais estar presente no mesmo âmbito espaço-temporal para que possa ver um outro indivíduo ou para acompanhar uma ação ou acontecimento: uma ação ou acontecimento pode fazer-se visível para outras pessoas através da gravação e transmissão para os que não se encontram presentes fisicamente no lugar e no momento do ocorrido (THOMPSON, 2008, p.21).

Thompson (2002) define como “publicidade midiática” as ações e acontecimentos que adquirem publicidade independentemente de serem vistos por vários indivíduos presentes no mesmo local. Neste sentido, há uma expansão daquilo que é visível, por meio de considerável aumento de acesso.

Portanto, é possível entender que as representações sociais veiculadas podem ou não ser validadas pelos discursos midiáticos. Mesmo com o alcance midiático em larga escala, emissores e receptores estão separados, o que torna o processo de difícil análise e a afirmação de que aquilo que é veiculado foi validado.

Em situações de comunicação não interlocutivas, ou seja, situações monolucivas (imprensa escrita, rádio, pronunciamentos na televisão, livros impressos, discursos políticos, peças publicitárias etc), é mais difícil analisar o processo de validação, já que a instância de produção do discurso e a de recepção se encontram separadas no tempo e no espaço (BRAGA; CAMPOS, 2012, p.39).

Este processo parece ser mais vigente em Meios de Comunicação de Massa, que detém um alcance maior e vigente, mas a mensuração da validação é mais complexa. Se pensarmos, por exemplo, na internet, parece haver uma distância menor e um processo mais bilateral, em que possivelmente há maior interação e maiores formas de se mensurar.

Caracteriza-se como Situação Potencialmente Comunicativa aquela que “consegue reunir as condições necessárias para reunir os interlocutores por interesses comuns pela interação” (BRAGA; CAMPOS, 2012, p. 39). Sendo assim, entendemos que não é possível afirmar que as representações sociais veiculadas nos meios de comunicação serão aceitas e compartilhadas pelos indivíduos. Há um processo psicológico complexo que envolve as experiências próprias desses indivíduos e o respaldo que dão para determinado veículo de comunicação.

As situações potencialmente comunicativas relacionam-se com a publicidade midiática e a nova visibilidade definidos por Thompson (2002, 2008), pois o alcance longínquo e a redefinição da condição de espaço-tempo no recebimento de informações, beneficiam as condições que potencializam a comunicação.

Outra perspectiva é a do contrato de comunicação, definido pela compactuação dos indivíduos com os conteúdos oriundos dos meios de comunicação. Existem condições necessárias para a existência deste contrato, que se entende como uma troca.

Todo ato de comunicação é um objeto de troca entre duas instâncias, uma de enunciação e outra de recepção, da qual o sentido depende da relação de intencionalidade que se instaura entre elas. Isso determina três lugares de pertinência: a instância de enunciação — lugar das condições de produção; a instância de recepção, que será chamada lugar das condições de interpretação; e aquele no qual se encontra o texto como produto acabado, que será chamado lugar de construção do discurso (CHARAUDEAU, 1997, p. 15 apud DALMONTE, 2009, p. 28).

Estas considerações nos levam a percepção de que devemos pensar nas instâncias de produção, emissão e recepção da informação oriunda dos meios de comunicação.

O contrato de comunicação definido por Giglione (1983) propõe um modelo psicossociolinguístico fundado em duas escolhas: de um lado signos, sujeitos e a sociedade que apresenta um conjunto de regras sistêmicas, por outro, o uso dos sujeitos de um sistema de signos em conformidade com os contextos em um momento dado, que instruem o caráter potencialmente discursivo da relação, cuja transformação em diálogo regular é medida pelo uso de um contrato de comunicação (GIGLIONE, 1983 apud SFEZ, 1994).

Esse contrato implica em uma adesão consentida a regras e a objetos mínimos, prévios ao contrato. O receptor da mensagem é também criador de mensagem por sua adesão ao contrato de comunicação, por sua compreensão individual, ou apropriação das regras e objetos prévios, e pelo descobrimento progressivo que opera na instauração de um diálogo regular. Este receptor pode parar ou desenvolver o diálogo, a partir de seus conhecimentos

prévios. Os vínculos então podem ser atados, desatados, ligados ou desligados (GIGLIONE, 1983 apud SFEZ, 1994).

Os conhecimentos prévios podem ser pensados a partir das representações sociais, que permitem a interpretação dos fatos cotidianos e logo, determinam como os indivíduos se portarão mediante a informação que recebem dos meios de comunicação. Assim, estes meios de comunicação exercem papel relevante na construção da opinião pública e logo na percussão das representações sociais, em um processo que parece ser infundável. Como afirma Tuzzo (2005), a opinião pública se forma a partir de valores pessoais de cada indivíduo e a mídia possui um papel importante nesta formação.

Os fatores psicológicos têm interferência na formação da opinião pública. Quando a mídia apresenta uma informação devemos considerar que a recepção da mensagem sofrerá modificações a partir dos valores pessoais que cada indivíduo possui (TUZZO, 2005, p. 72).

Diante deste contexto, outro fator importante se refere ao quantitativo informacional que cada indivíduo recebe. Isto se reflete até mesmo pela perspectiva de uma inflação e banalização dos sentidos, colocando as ideias e pensamentos no mesmo patamar de mercadorias produzidas em série, para rápido consumo (MORIGI, 2004).

Neste trabalho, anteriormente, os meios de comunicação já foram associados ao consumo. Aqui reforçamos novamente esta perspectiva e atribuímos ainda esta redução dos conteúdos informacionais como uma forma de expressar e verbalizar as representações sociais. Se os meios de comunicação têm voz social, têm o poder de oprimir a voz das minorias e, logo, oprimir suas representações nos processos sociais e em suas comunicações, embora isto não signifique que todas as pessoas compactuarão com as informações veiculadas.

O processo midiático parece suprimir e comprimir a realidade, pela redução dos fatos em formatos de consumo e de pronta assimilação. Para Morigi (2004), o que acontece é a veiculação de informação pelos meios, tornando esta realidade disseminada parte daquilo que é considerado senso comum. O autor ainda aponta a midiaticização como um posto avançado de observação e construção de sentidos.

Neste ponto, identificamos as representações sociais ligadas às relações dos sujeitos com as informações que recebem da mídia. As características das representações, que se apresentam de forma antônima e simultânea, tem papel nas construções midiáticas. Como afirmam Braga e Campos (2012, p.81) “O discurso da mídia é o do senso comum, marca

definitivamente a relação entre coisa e signo, cujo contexto comunicacional é cada vez mais definidor das representações”.

O próprio ideal de felicidade da sociedade do consumo e a vivacidade instaurada no desejo e execução da compra, juntamente com a mídia, podem caracterizar-se como Representações Sociais de um modo de vida ideal. E este modo de vida, pode estar associado a figura da celebridade, como anteriormente pontuado.

Além disso, a evolução da sociedade e de seus valores, também podem ser contemplados como representações sociais e/ou fatores da evolução das representações sociais. Ambos são reportados midiaticamente, pois os meios de comunicação compõem historicamente um recorte social e as representações sociais tem papel na construção desta história.

Novamente é possível pensar nas representações sociais e nos processos de comunicação, entende-se a primeira como motor propulsor da segunda e a segunda como vetor da primeira. Ambas podem ser verdadeiras, pois os meios de comunicação e seus conteúdos são fruto e consequência do trabalho de indivíduos, que possuem suas próprias representações, que são veiculadas. Líderes de opinião veiculam suas próprias representações sociais, pactuadas pelos grupos os quais fazem parte. Além disso, por serem precursores de um recorte social, os meios de comunicação também veiculam as representações que são comuns entre os indivíduos.

A fala e o discurso emitidos carregam ou omitem as representações sociais dos indivíduos, tanto dos emissores, quanto dos receptores, no sentido do contrato. Os fatores psicológicos também são as representações sociais no seu papel de interpretação cotidiana e na própria tomada de decisões. Sendo, portanto, parte importante nesta modificação da mensagem decodificada pelo indivíduo ao interferir nas interpretações.

Entretanto, as representações sociais não são construídas apenas pela mídia e sim pelos indivíduos e sua forma de se relacionar com o mundo. Por sermos, então guiados pelas representações elas efetivam-se em nossas ações, em nossas comunicações. E, portanto, se as representações sociais são aliadas de nossas significações, elas pertencem a toda as formas de comunicação humana, pois “tudo aquilo a que o ser humano atribui significado passou a compor um processo de comunicação” (NERY; TEMER, 2009, p.14).

Outro fator oriundo da mídia e sua linguagem em relação às representações sociais é a produção de sentidos e a produção do próprio sujeito imbricado no discurso, por meio da

[...] força da linguagem como mecanismo simbólico - ou seja produção de sentido e dos sujeitos com ele articulados- determinante, ao lado da economia, de relações implicadas nos processos de produção e reproduções sociais (SODRÉ, 1996, p. 28).

Morigi (2004), aponta a midiaticização como um posto avançado de observação e construção de sentidos e atribui aos meios de comunicação a capacidade de criar e recriar novas representações sociais capazes de mobilizar a vontade coletiva. Como sentido entendemos

[...] uma construção social, um empreendimento coletivo, mais precisamente interativo, por meio do qual as pessoas – na dinâmica das relações sociais historicamente datadas e culturalmente localizadas – constroem os termos a partir dos quais compreendem e lidam com as situações e fenômenos a sua volta (SPINK, 2004, p. 41).

Logo, podemos concluir que o discurso midiático abre um leque de possibilidades na produção dos sentidos. Podemos entendê-lo como um canal que veicula os sentidos da sociedade, devido a sua estrutura e alcance. Morigi (2004) evidencia ainda que estes discursos derivam de outros discursos produzidos socialmente. Ou seja, a mídia não cria ou inventa representações sociais, ela participa de um processo de circulação das representações.

Os conteúdos dos meios de comunicação são a visão e versão de quem os produz. Portanto, são reflexo do contexto de formação como indivíduo e das interpretações daquele que o produziu, ou dos grupos aos quais pertence. “Além de veicularem informações aos cidadãos eles, no processo da comunicabilidade da cultura e seus valores, são responsáveis pela produção dos sentidos que circulam na sociedade” (MORIGI, 2004, p. 3). Estes conteúdos podem ser ou não compactuados por aqueles que recebem as informações.

Jodelet (2001), afirma que a comunicação dos fenômenos representativos é um vetor de transmissão de linguagem, e esta própria linguagem já é portadora de representações. A autora ainda afirma que a comunicação incide sobre aspectos estruturais e formais do pensamento social, ao mesmo tempo em que engaja processos de interação social, influência, consenso ou dissenso e polêmica.

Portanto, devido à evolução dos fenômenos da comunicação, as representações também se difundiram pelos fluxos comunicacionais e deleitaram-se pelo mundo informacional. Isso, não significa que são atribuídas por todos, pois, como colocado anteriormente, este não é um processo passivo. A comunicação tem seu papel de difusão e não de imposição. Os meios de comunicação podem participar do processo de ancoragem, ao

classificar e dar nome aos fatos que reporta em suas publicações e da objetivação ao transformar aquilo a que se refere em algo palpável para seus consumidores.

Em relação às celebridades, também há uma construção do discurso midiático. Como afirma Simões (2009, p. 75) “Os fenômenos midiáticos podem ser apreendidos como atividades mediadas simbolicamente que colaboram na constituição de uma perspectiva comum entre os sujeitos”. Podemos entender que esta perspectiva comum abrange os fatores que compõem estes grupos, que compartilham as mesmas representações sociais.

A própria forma de pensar, que em partes, constitui o discurso midiático, e a interpretação deste discurso, são uma reação ao que socialmente constitui o indivíduo. Isso significa dizer que socialmente as pessoas constroem seus significados, em grupos e não sozinhas, a partir das práticas de comunicação.

Primeiramente, as representações sociais são socialmente construídas por meio de discursos públicos nos grupos. A forma como as pessoas pensam sobre as coisas “reais e imaginárias” do seu mundo, isto é, o conhecimento que as pessoas têm do seu universo, é o resultado de processos discursivos e, portanto socialmente construídos. Em um segundo sentido, entretanto, esse conhecimento é criado pelo grupo (WAGNER, 1998, p. 10 e 11).

A validação dos discursos midiáticos cumpre um papel importante na sua efetivação como vetores das representações sociais. No processo da validação, deve-se levar em conta que a mídia possui respaldo e credibilidade diante da sociedade, algo que facilita esta validação e muitas vezes a enaltece como detentora de um discurso verdadeiro.

A circulação de conteúdos simbólicos garante aos veículos de mídia e as suas veiculações esse tão desejado grau de credibilidade de que a mídia carece para se construir como autoridade na criação de um discurso reconhecidamente válido (BRAGA; CAMPOS, 2012, p.40).

A voz de autoridade midiática pode influenciar a sociedade, o que afeta diretamente as representações sociais dos indivíduos, tendo em vista que o espaço midiático deveria ser um espaço de construções coletivas. As representações constroem-se coletivamente, ou seja, uma série de signos é responsável por permitir aos indivíduos dar determinadas representações, que ocasionam e resultam (não necessariamente) nos discursos, no comportamento, na forma de se efetivar no mundo como sujeito e no pertencimento aos grupos sociais.

Pela perspectiva dos meios de comunicação devemos pensar na própria perspectiva do contrato de comunicação, que se define pela apropriação, legitimação e compactuação dos indivíduos em relação aos discursos, no sentido de troca.

Tal contrato determina uma parte da identidade dos parceiros, para que estes sejam legitimados na situação de troca na qual eles se situam [...]. O “contrato de comunicação” une os parceiros num tipo de aliança objetiva que lhes permite coconstruir sentido se autolegitimando. Se não há possibilidade de reconhecer tal contrato, o ato de comunicação não estabelece pertinência e os parceiros não possuem direito à palavra (CHARAUDEAU, 2012, p. 6 e 7).

Nesta perspectiva de trocas e construção de um sentido autolegitimado, pensamos também na interatividade proporcionada pelos meios, que também se refere às questões do sentido construído socialmente, portanto

[...] a interatividade deve ser vista como um processo socialmente construído, utilizando variadamente determinadas características dos meios de comunicação, organizado historicamente em torno da geração de determinados produtos de sentido (BRAGA, 2000, p. 6).

Os meios cumprem um papel primordial ao permitir a interação informacional. Braga (2000), ainda pontua que um produto mediático posto em circulação, evidentemente possui interatividade, mesmo que estas não sejam necessariamente positivas ou detentoras de valores sociais e humanos. A interatividade rompe barreiras de espaço e tempo, definindo relações sociais em torno das próprias mensagens.

Em um modelo de interatividade como processo mediatizado as interações se complexificam e envolvem (além de algumas possibilidades "entre interlocutores") interações homem/produto e homem/meio-de-comunicação, além de relações entre outros interlocutores sobre e a partir de produtos, sem necessária interferência de produtores/receptores em conjunto. A interatividade mediática geral ultrapassa a situação concreta de espaço e tempo em que alguém produz; ou alguém "lê" (usa) um produto; ou alguém reage a um produto; ou alguém age de tal forma a fazer chegar às instâncias produtoras suas reações, etc. Deve-se perceber a interatividade social em uma sociedade de comunicação como um conjunto de todas estas (e outras) ações de tal forma que uma parte significativa das interações em sociedade se desenvolve em consequência e em torno de "mensagens" (proposições, produtos, textos, discursos, etc.) diferidas no tempo e no espaço (BRAGA, 2000, p.6).

O que Braga (2000) propõe é um modelo de interatividade diferida/difusa, em coerência com as características próprias do processo. Este modelo entende que a interatividade mediática não se esgota na relação Produtor/Produto com Receptor/Produto. Ou seja, não se limita a existência da interatividade a estas condições, na qual existem retroações diretas em relação ao produto. Nas palavras do autor

um modelo de interatividade diferida/difusa envolve portanto mais que relações diretas e bidirecionais entre produtores e receptores [...] a potencialidade da interação social mediatizada, que é o fato de viabilizar comunicações diferidas no tempo de no espaço, e de possibilitar por isso ampliação do número e diversificação de participantes (BRAGA, 2000, p.9).

Esta condição da interatividade se relaciona com a Teoria das Representações Sociais, pois ambas tratam de construções sociais em razão das relações e significações dos indivíduos relacionados à sociedade, que rompem determinadas condições do espaço e do tempo e tem como finalidade a interpretação. Outra questão que podemos associar com a interatividade é o próprio sentido, entendido como uma construção social interativa das relações e significações sociais.

A compreensão humana corresponde aquilo que cada um tem como representação, algo que se constrói no convívio social. E muito disto é efetivado pelos discursos midiáticos que, somados aos valores de cada indivíduo, contribuem na veiculação de representações sociais e como nos aponta a Teoria do Estrutural, ancora e objetiva as representações.

Sendo assim, percebe-se um processo de construção das representações sociais que fogem ao autoritarismo atribuído as mensagens midiáticas, ao considerá-las necessariamente alienantes e a sociedade passível á estas. Instâncias sociais e psicológicas constroem as representações, o que faz necessário pensar na recepção, na interatividade e no entendimento das informações levadas aos indivíduos.

A própria construção das informações deve ser pensada a partir da sociedade, vez que, muitas representações já pertencem aos indivíduos e são veiculadas pelos meios. Em outras situações pensamos também que a mídia leva as informações e os indivíduos constroem suas representações a partir de suas próprias percepções. Não devem ser desconsideradas a influência midiática e seu poder, tal qual potencializa e espetaculariza fatos, para fins mercadológicos. A mídia compõe as instâncias sociais dos indivíduos, possui credibilidade e autoridade, mas não possui poder totalitário sobre aquilo que pensam.

CAPÍTULO 3 METODOLOGIA

A pesquisa se apropria de forma interdisciplinar de metodologias ligadas à Comunicação e à Psicologia. Tem-se como princípio a impossibilidade de separar os aspectos psicológicos de quaisquer processos que envolvam os indivíduos e suas construções sociais, sendo assim, de separar a Psicologia da Comunicação.

Retomando os objetivos desta pesquisa, quais sejam, pensar na relação entre a sociedade, as celebridades e a mídia, entender a relação da mídia com a formação de representações sociais e identificar as representações sociais e a identidade da cantora estadunidense Britney Spears, tem-se como metodologia para atingir os objetivos os seguintes caminhos metodológicos

A pesquisa de caráter exploratório, que de acordo com Malhotra (2010), tem como finalidade explorar ou fazer uma busca em um problema ou em uma situação para prover critérios e maior compreensão, além de visar a exploração do tema e objeto estudado.

A pesquisa de cunho qualitativo e quantitativo, delineando-se então pelo que Flick (2009) define como um avanço metodológico, a proposta da triangulação. Nesta proposta é possível compreender um conceito de amplitude no desvelar da pesquisa, que faz uso conjunto de metodologias qualitativas e quantitativas. Nas palavras do autor, “a triangulação supera as limitações de um método único por combinar diversos métodos e dar-lhes igual relevância” (FLICK, 2009, p.32).

3.1 A PESQUISA QUALITATIVA

A pesquisa qualitativa proporciona uma melhor visão e compreensão do contexto do problema (MALHOTRA, 2010). É definida por Quivy e Campenhoudt (1992, p. 127) como um processo em que “o pesquisador propõe uma questão e colhe informações para respondê-la; ele trata os dados, analisa-os e tenta demonstrar como eles permitem responder ao problema inicial”.

Sendo assim é uma “metodologia de pesquisa não-estruturada e exploratória baseada em pequenas amostras que proporcionam percepções e compreensão do contexto do problema” (MALHOTRA, 2010, p.155). Além disso, a pesquisa qualitativa se presta aos

estudos dos fenômenos sociais, pela perspectiva do alcance da compreensão que esta possui. “A pesquisa qualitativa é de particular relevância ao estudo das relações sociais devido à pluralização das esferas de vida” (FLICK, 2009, p.20).

Ao fazer uso da pesquisa qualitativa o pesquisador tem como ponto de partida o conhecimento teórico e busca extraí-lo de pesquisas empíricas e a literatura, anteriores. Desta forma, será feita uma revisão bibliográfica que como afirmam Quivy e Campenhoudt (1992), é importante, pois dá ênfase na leitura e posterior conhecimento topológico, tendo em vista a necessidade de ler o que foi escrito antes de nós, sem nos tornarmos dependentes. Também utiliza-se como método o Estudo de Caso, tendo como objeto a cantora Britney Spears. O estudo de caso é

[...] uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas (YIN, 2001, p. 32 apud DUARTE, 2010, p.216).

Em termos qualitativos adotou-se a Pesquisa de Evocações, técnica que é utilizada no estudo das representações sociais, que busca identificar as representações de determinado objeto e ainda se há uma Zona Muda destas representações. Esta pesquisa consiste em

[...] demandar aos sujeitos a produção das cinco primeiras palavras ou expressões que lhes viessem imediatamente à mente ao pensar no termo indutor [...] e, após, a hierarquização destas segundo a ordem de importância (OLIVEIRA; LESSA, 2007, p. 77 apud OLIVEIRA, 2006, 2007).

Desta forma, “[...] "palavra" corresponde ao "indicador" elemento de uma representação social” (NASCIMENTO-SCHULZE; CAMARGO, 2000, p. 256). Sendo assim, as palavras ou expressões evocadas pelos termos indutores do formulário correspondem às representações sociais da cantora Britney Spears.

Também foi utilizada a Técnica da Substituição que tem como objetivo diminuir as pressões normativas sobre o grupo “[...] por meio do deslocamento dos sujeitos do contexto marcado pela normatividade permitindo, assim, uma redução da implicação destes em relação ao discurso produzido” (OLIVEIRA; LESSA, 2007, p, 77).

Para estabelecer uma relação entre as representações sociais identificadas e as representações midiáticas foi realizada uma análise documental, que consiste em um conjunto de transformações, operações e verificações realizadas a partir dos documentos com a finalidade de atribuir a estes algum significado relevante em relação ao problema de investigação. Primeiramente, faz-se a escolha destes documentos e posterior análise de seu

conteúdo (FLORES, 1994). Os documentos escolhidos para esta pesquisa são materiais publicados sobre a cantora Britney Spears em revistas, sites, jornais.

3.2 A PESQUISA QUANTITATIVA

Já a Pesquisa Quantitativa, busca quantificar os dados e, normalmente, aplica alguma forma da análise estatística, com o objetivo de generalizar os resultados da amostra para a população-alvo.

Como as amostras geralmente são grandes e consideradas representativas da população, os resultados são tomados como se constituíssem um retrato real de toda a população alvo da pesquisa. A pesquisa quantitativa se centra na objetividade. Influenciada pelo positivismo, considera que a realidade só pode ser compreendida com base na análise de dados brutos, recolhidos com o auxílio de instrumentos padronizados e neutros. A pesquisa quantitativa recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc. A utilização conjunta da pesquisa qualitativa e quantitativa permite recolher mais informações do que se poderia conseguir isoladamente (FONSECA, 2002, p.20).

O método de coleta utilizado é a Escala de Likert, que constrói níveis de aceitação conforme as experiências e influências sociais (BRANDALISE, 2005), que têm como intuito entender a identidade da cantora, visto que tal escala permite precisão no posicionamento dos entrevistados. De acordo com a escala, o instrumento de coleta requer que as pessoas indiquem seu grau de concordância ou discordância com declarações relativas à atitude que está sendo medida. Valores numéricos e/ou sinais são atribuídos às respostas para refletir a força e a direção da reação do entrevistado à declaração (BRANDALISE, 2005). A escala de Likert é composta por enunciados e como resposta, são sugeridos números aos entrevistados. Cada número possui um conceito, que não é apresentado no instrumento de coleta.

Uma escala tipo Likert é composta por um conjunto de frases (itens) em relação a cada uma das quais se pede ao sujeito que está a ser avaliado para manifestar o grau de concordância desde o discordo totalmente (nível 1), até ao concordo totalmente (nível 5, 7 ou 11) (CUNHA, 2001, p.24).

Os conceitos utilizados na pesquisa realizada foram os seguintes: 1 discordo totalmente, 2 discordo parcialmente, 3 não concordo e não discordo, 4 concordo parcialmente e 5 concordo totalmente.

3.3 AMOSTRA E PROCEDIMENTOS

O instrumento de coleta utilizado foi estruturado em forma de questionário e formulário. O questionário é uma “técnica estruturada para coletas de dados que consiste em uma série de perguntas, escritas ou orais, que um entrevistado deve responder” (MALHOTRA, 2010, p.298), e diferencia-se do formulário, pois o primeiro é aplicado pessoalmente e o segundo é enviado aos entrevistados (MALHOTRA, 2010).

O instrumento continha perguntas abertas e fechadas de múltipla escolha. Na primeira parte foram dispostas três perguntas abertas, que correspondiam a Pesquisa de Evocações. Na segunda parte estavam sete perguntas fechadas e de múltipla escolha, correspondentes a Escala de Likert.

A aplicação dos questionários/formulários ocorreu entre os dias 3 e 10 de setembro de 2013, levando ao total de 166 questionários/formulários. O levantamento foi pessoal e digital, ou seja, além da aplicação junto aos entrevistados, o formulário foi enviado para parte da amostra. Destes questionários/formulários, 146 foram aplicados de forma eletrônica, através de um formulário digital desenvolvido na plataforma do Google. Foram colhidos 20 questionários, aplicados pessoalmente. A amostra foi selecionada por conveniência, ou seja, a seleção dos elementos ficou a cargo do entrevistador (MALHOTRA, 2010). O total da amostra selecionada foi de 125 questionários/formulários válidos.

O procedimento para análise dos dados qualitativos foi a análise do Quadrante de Quatro Casas, gerado com os dados da Pesquisa de Evocações. A técnica combina dois atributos relacionados às palavras ou às expressões evocadas, que são a frequência e a ordem em que foram evocadas, possibilita a distribuição dos termos produzidos segundo a importância atribuída pelos sujeitos (GOMES; OLIVEIRA, 2005). A partir dos dados aqui identificados, as análises seguiram com uma Análise de Conteúdo, definida por Bardin (2010) como o conjunto de técnicas de análise das comunicações, que busca interpretações de diversos discursos com base na inferência.

O objetivo da Análise de Conteúdo é ultrapassar a incerteza, observando se a leitura é válida e generalizável e também o enriquecimento da leitura, ao descobrir conteúdos e estruturas que procuram demonstrar o propósito da mensagem ou pelo esclarecimento de elementos de significações susceptíveis de conduzir a uma descrição de mecanismos que a priori não detínhamos compreensão (BARDIN, 2010). A autora também propõe a categorização, que é uma operação cujos elementos são classificados e reagrupados por

diversos critérios. O critério utilizado foi o léxico, ou seja, as palavras foram classificadas de acordo com seu sentido, com emparelhamento dos sinônimos e sentidos próximos (BARDIN, 2010). Esta etapa foi utilizada na construção do Quadrante de Quatro Casas, para classificar e categorizar as palavras e expressões.

Já os dados quantitativos foram levantados pela Escala de Likert, portanto, tiveram sua análise embasada na medição dos níveis de aceitação, concordância e discordância (BRANDALISE, 2005). Além disso, a escala realiza a análise estatística dos dados levantados com a pesquisa e permitiu a construção de um gráfico para expressar visualmente os resultados obtidos e auxiliar a análise destes resultados.

Para a análise documental, foram escolhidas 12 matérias, publicadas em um site e outras 11 revistas. A quantidade destas matérias foi fundamental para observar a diversidade de discursos, em diferentes momentos, e apresentar resultados. O método foi usado para permitir a análise dos materiais.

3.4 AS REPRESENTAÇÕES MIDIÁTICAS

A cantora Britney Spears é altamente exposta nos meios midiáticos. Seus passos são seguidos pela imprensa. A fama parece ter entrado em um processo que suprimiu a própria característica humana da cantora. Sua popularidade e sucesso, parecem refletidos na atenção midiática recebida por ela, e até mesmo ter rompido fronteiras.

Em 2000, uma jovem professora da Força de Paz Americana trabalhou em uma aldeia do leste da Rússia que nunca tinha visto um americano antes e que não tinha nem computador nem conexão com a internet. Apesar do isolamento, suas alunas tinham noção precisa de quem era a mulher mais linda do mundo, e quando instadas escolheram Britney Spears [cantora pop americana de sucesso internacional]. No mesmo ano, uma antropóloga que trabalhava em Madagascar com adolescentes e jovens de uma favela, percebeu que seus alunos tinham uma ideia definitiva dos produtos de beleza que as mulheres deveriam buscar: aqueles que as haveriam de deixar parecidas com Britney Spears (STERNS, 2006, p. 192 e 193).

Britney Spears foi considerada com uma inspiração para adolescentes que desejavam colocar próteses de silicone (REVISTA VEJA, 1999, ed. 1613, p. 54) e como uma das responsáveis pela propagação do uso de calças de cintura baixa (REVISTA VEJA, 2001, ed. 1714, p. 94). Assim, tais adolescentes tinham-na como um espelho, que lhes dizia o modo de se vestir e como deveriam ser seus corpos.

Esta inspiração, este desejo de parecer-se com uma celebridade permitem entender a capacidade de uma celebridade em ditar um molde, um padrão, um modelo de perfeição a ser seguido, que influencia o modo de ser das pessoas, em uma perspectiva de deslumbramento da sociedade. Por meio de situações como esta é possível observar a cantora como um estereótipo, em relação à aceitação e adequação visual dentro de um padrão estético. Britney Spears representa a fantasia das escolhas para seu público. É notável um processo de disseminação de valores que são guias comportamentais comuns e atuam como formadores de identidade. O discurso midiático é capaz de atribuir à celebridade um caráter que permite o encantamento por aquele que é celebre.

No caso de Britney Spears, além da exaltação de padrões, é possível entender que o movimento cíclico segue a cada foto, cada notícia publicada sobre a cantora, resulta em um processo incessante de perseguição midiática. A Revista Blender (online, 2008) publicou uma reportagem com o título “O Caminho para a Ruína” e relatou:

Spears é a única celebridade no mundo a ser vigiada por fotógrafos 24 horas por dia, um tipo de vigilância geralmente reservada a prisioneiros e suicidas. Alguns no grupo principal de 15 ou mais fotógrafos que se auto-intitulam “paps dela” passam essas horas on-line, conversando com mulheres por conexões wireless de laptops (BLENDER, 2008, online).

A matéria reforça a perseguição dos fotógrafos, para conseguir capturar momentos da cantora, e faz uso da fala destes fotógrafos para afirmar que toda a euforia em relação à cantora significa dinheiro para os meios midiáticos. Após descrever a perseguição a matéria segue falando sobre a carreira de “Popstar” da cantora e sobre a forma como sua imagem foi construída.

Britney tem sido um símbolo de fascinação desde sua estreia em 1999, quando ela era tudo que uma garota devia, e não devia, ser. A Mouseketeer virgem, cristã e sulista vinda de uma cidade pequena, de 17 anos, virou uma superstar — Lolita, Cinderela e Elvis Presley em uma só — ao usar um uniforme escolar e dançar nos corredores de um colégio no clipe de “...Baby One More Time”, seu primeiro single. A imagem de Britney foi uma obra-prima do pop, construída nas músicas e clipes através da união provocativa de inocência e experiência (BLENDER, 2008, online).

Neste trecho observamos a construção da imagem da cantora, com elementos contraditórios e ligados à sensualidade e inocência, tendo como suporte a música. Aqui Britney Spears é apontada como alguém que as garotas devem ou não ser, algo que possibilita dois vieses de interpretação. Sua inocência foi aparentemente perdida de forma proposital sob os olhares do mundo. Algumas publicações pontuam certa dualidade em relação à Britney

Spears, aos dividir as pessoas entre aqueles que têm uma imagem ruim dela, e os que a idolatram. Apesar de reforçar este quesito da dualidade, a publicação afirma “[...] quase ninguém — nem mesmo Britney — parece interessado em sua música” (BLENDER, 2008, online).

A matéria segue uma linha de discurso que busca explicar o porquê dos problemas da cantora terem tomado proporção em sua vida, a ponto de afastá-la de sua carreira musical. Por esta linha, seguem falas, entrevistas que buscam desvendar o que estaria por trás de tanta confusão. Fatos vão sendo recortados, como o segundo casamento da cantora, apresentações que foram consideradas ruins e batidas de carro. Todos estes são reunidos em um construto que busca uma conclusão, um parecer. A matéria chega ao questionamento “Onde as coisas saíram errado?” (BLENDER, 2008, online).

Assim, as explicações parecem ser dadas “Muitos desinformados culpam o abuso de drogas pelos problemas [...]” (BLENDER, 2008, online) e seguem em um sentido em que parece desculpabilizar a cantora por seus problemas, buscando entrevistas com pessoas que a conhecem, fator que agrega tom de veracidade a publicação.

Como todas as estrelas mirins, Britney Spears foi explorada, em graus variados, desde que sua carreira começou — tanto que esse parece ser o tipo de relacionamento com que ela se sente mais à vontade. “Ela foi mastigada por essa nova cultura de celebridades e depois cuspidada, então é difícil não sentir empatia por ela”, diz Michael Hirschorn, Vice-Presidente Executivo da VH1. “Ela realmente se transformou num rato de laboratório”. Enquanto seus problemas incluem abuso de substâncias, a pressão do escrutínio público e uma dificuldade para entender que ações têm consequências, muitos dos que estiveram próximos a ela através dos anos concordam que seu problema mais básico é algo diferente. “O buraco é mais embaixo”, diz Melinda Bell, que fazia parte do seu grupo de empresários. “É algo que tem a ver com amor” (BLENDER, 2008, online).

A publicação retoma a um fato da vida da cantora, seu casamento com Kevin Federline e constrói uma linha, desde o início do matrimônio até o divórcio. Ainda que não aponte diretamente este fato como a cerne os problemas da cantora, a lógica sequencial da matéria parece apontar que talvez a “falta de amor”, apontada anteriormente, esteja ligada aqui. Depois disso, a publicação relatada sobre a maternidade, fala sobre os problemas judiciais que a cantora teve, relacionados à negligência na criação dos seus filhos, o divórcio e a perda da guarda das crianças. Outra parte da publicação cita seu empresário Sam Lufti, tratando-o como explorador.

Pelas linhas da reportagem, observa-se a tentativa de traçar caminho que reúne vários problemas da cantora, em uma exposição de fatos para dar conclusões, que parecem estar

subentendidas na própria construção lógica da matéria. Apesar de anteriormente parecer defender a cantora, a publicação ainda relata que

Britney fez de si mesmo o combustível dos tablóides fazendo ela mesma ter uma imagem de má pessoa. Mais do que isso: a pior pessoa possível. Não existem, aparentemente, limites para o número de razões pelo qual você pode odiá-la. Ela é irresponsável, preguiçosa, egoísta, arrogante, estúpida, relaxada e tão depravada quanto à maioria dos sub-humanos. (Paris Hilton a apelidou de “o animal”). Ela não se importa consigo mesma, e mesmo assim ainda pode fazer sexo com quem ela quiser (BLENDER, 2008, online).

A revista ainda cita um vídeo que um fã gravou pedindo que as pessoas deixassem a cantora em paz e afirma “Apesar do sentimentalismo, como todos os fãs de celebridades, ele precisa de uma correção: Chris Crocker não pode amar a Britney real, porque ele não conhece a Britney real” (BLENDER, 2008, online). Observa-se que o discurso da revista passeia e tenta se equilibrar em uma busca de explicações sobre a cantora, mas não consegue se findar e nem dar conclusões. As afirmações parecem suspensas em incertezas, mas são ditas com grau de confiabilidade e reforçadas pela aquisição de fatos e entrevistas que dão força a publicação.

As publicações parecem estereotipar e definir quem é a cantora, mas deixam um espaço, que parecem não conseguir suprir ou esclarecer. A Revista Teen, lançada no ano 2000, quando Britney Spears havia acabado de se tornar famosa, descrevia a cantora como uma garota comum, mas que por causa da fama, possuía preocupações que as outras garotas não tinham. Estas preocupações se referem justamente as consequências da fama, e já mostram sua imagem construída pelos discursos midiáticos.

Ela é uma garota que pensa no seu futuro, no seu namorado e na cor do seu cabelo, assim como eu e você, mas a única diferença é que nem eu e você nos preocupamos se o National Enquirer escreverá uma manchete mentirosa sobre nós (REVISTA TEEN, 2000, online).

O que observamos é que, ao mesmo tempo em tenta considerar a cantora como comum, a publicação não consegue, pois a palavra “mas” cria uma ponte que distancia Britney Spears das garotas comuns. A matéria coloca Britney Spears como uma menina meiga, mas que esta se tornando uma mulher. Pode-se perceber a primeira dualidade, que pode ser comparada com uma música da cantora “I’m not a girl, not get a woman” (Eu não sou uma garota, mas também não sou uma mulher), dando similaridade aos discursos. A publicação traz uma entrevista com a cantora, em que vários temas são tratados, como a perseguição, o namoro com o cantor Justin Timberlake, o uso de álcool, drogas e cigarro, cuja cantora afirma “Eu não concordo em fumar nem um pouco” (REVISTA TEEN, 2000, online). Na entrevista Britney Spears se mostra como uma boa menina, que tem

controle sobre sua carreira e confiança. Seu namoro é tratado com perfeição e tenta-se dar um grau de normalidade a tudo, ao mesmo tempo em que e estereotipam como um modelo.

A Revista Capricho demonstra um tom de questionamento sobre quem é a cantora, a partir dos elementos duais que compõem sua imagem “Ingênua e virgem? Ou experiente e sexy? Prestes a lançar novo disco, Britney Spears se diz com um pé de cada lado” (REVISTA CAPRICHOS, 2001, online). Na entrevista a própria cantora fala sobre isso:

Eu acho que todo mundo tem dois lados. Seria chato e monótono ter um só. Quanto ao meu lado sexy, é como o seu. Quando sai à noite, você gosta de se produzir, caprichar no batom, vestir alguma roupa sensual. É o que acontece comigo quando subo no palco. Já no trabalho, durante o dia, você anda mais comportada menos produzida. Faz parte da vida ter diferentes emoções (REVISTA CAPRICHOS, 2001, online).

Pode-se perceber que a cantora tenta dar a si um tom natural e se colocar igual às outras pessoas. Esta construção pode ser dada como uma estratégia, que usa o discurso midiático, para dizer as pessoas comuns que uma celebridade é igual aos demais. A fala dá o tom de dualidade, que já constrói uma perspectiva de igualdade aos outros, pelo uso de expressões como “todo mundo” e exemplificando situações com o uso de “você”, como no uso de “você sai” ou “você gosta”.

Existe uma contradição entre quem é Britney Spears e qual a imagem quer passar com sua música, que parecem construir uma brincadeira “A sua imagem de inocente de um minuto, e a próxima imagem sexy, fazem parte do jogo?” (REVISTA CLEO, 2002, online). A própria revista coloca em questão essa construção, dando tom de dúvida à inocência da cantora.

É difícil acreditar que ela foi esquecida pela fálica simbologia de uma cobra que se apresentou no MTV Awards. Ou — *Oops* — ela não fazia ideia de que o nível de testosterona poderia subir em uma escala global quando apareceu. Se a afirmação de castidade é verdadeira, o seu namorado do grupo N^o Sync, Justin Timberlake, deve estar subindo pelas paredes (REVISTA CLEO, 2002, online).

Ao exaltar esta condição da cantora, a revista parece deixar um tom de dúvida sobre os fatos. Estas construções e contradições se revelam também pela Revista CG:

Britney (denominada assim por causa de sua avó que veio da Inglaterra) é um próprio ícone sexual pós-moderno, uma contradição do perfeito anjo e uma menina promíscua, é como nós gostamos que nossos *sexy symbols* sejam, sejam eles Marilyn Monroe, Debbie Harry ou Elizabeth Hurley (REVISTA CG, 2001,online).

A própria exaltação a um modo de ser, identificado nas palavras “perfeito anjo” e “menina promíscua” e no citar de outras celebridades como referência, demonstram os veículos de comunicação o processo de construção e de modelagem em um processo em que

se categoriza e idealiza a celebridade. A Revista Cosmo Girl anunciava a cantora como um ícone, considerando-a mais do que uma pessoa famosa “Britney Spears é mais do que famosa - ela é um ícone” (REVISTA COSMO GIRL, 2003, online).

Em 2001, a Revista Seventeen (2001, online) anunciava “A vida de Britney Spears é a mais encantadora que uma garota de 19 anos poderia ter”. A revista segue a matéria tratando sobre a vida de Britney Spears, suas sessões fotográficas, aparições em programas de televisão, e afirma que ela é uma “Prisioneira da Fama”. Britney é associada à solidão, pois, para a publicação, devido a tanto trabalho ela não consegue estar próxima de sua família. A revista ainda afirma que exigem que ela seja perfeita a todo tempo “Até Britney Spears tem seus momentos ruins - apesar do fato de que ela é loucamente linda” (REVISTA SEVENTEEN, 2001, online). A beleza é colocada como um fator crucial, que daria a ela o privilégio de não ter momentos ruins. Podemos perceber que há uma construção sobre o padrão de beleza, que centraliza o aspecto físico da cantora, ao mesmo tempo em que pode se generalizar para os indivíduos.

Por estas construções percebemos a característica das celebridades em manter o fascínio perante o público, por seus padrões estéticos e a construção de dualidades, como fatores que atraem atenção. Observa-se a edificação de um universo simbólico em torno da imagem da cantora.

E o mais importante, ela tem sido simultaneamente sido um ídolo e um alvo de maus-comentários devido ao extraordinário poder sexual que ela possui sobre crianças e adultos. Ninguém desde Elvis Presley, usando nada mais que cintura, batidas e um guarda-roupas secreto, deixou tantos americanos tão desconfortáveis. Tudo desde seus seios até sua virgindade tem sido examinado minuciosamente (BLENDER, 2004, online).

Muitas representações podem ser encontradas aqui como: ídolo, símbolo sexual, o corpo, e a exposição e interesse por tudo isso. As representações sociais da cantora podem estar em processo de potencialização e disseminação, algo decorrente da circulação dos meios de comunicação. O construto observado mostra que, se para alguns a cantora é uma ídola para outros ela é mal interpretada. Isto ocorre, pois como pontuado, as interpretações não são iguais para todos. Cada indivíduo possui seu sistema de valores, que será determinante em suas interpretações, e a própria mídia parece oferecer estas opções em seu discurso.

Em alguns pontos, esta condição da fama é culpabilizada pelos problemas da cantora, tanto que os fatos chegam ao ponto de ser caracterizados como invenção, tamanha fábula que parecem ser.

Ser uma estrela mundial pode ser a mais estressante das ocupações. Nos últimos 12 meses, Britney Spears conseguiu se envolver em uma série de fatos que parecem inventados para uma publicação sobre celebridades em queda livre. Ela passou por três programas de desintoxicação no espaço de cinco semanas; raspou a cabeça em público; teve o sexo fotografado e visto por milhões na internet; perdeu a guarda dos filhos; foi atacada por grupos católicos após manifestar o desejo de interpretar a Virgem Maria no cinema. E, a cereja sobre o bolo, foi vista no Natal cantando para um cachorro vestido de Papai Noel pelas ruas de Los Angeles. Britney se tornou uma espécie de desastre que respira (REVISTA BRAVO, 2008, online).

É possível identificar uma síntese dos problemas enfrentados pela cantora e perceber certo exagero na exposição dos fatos, a ponto de a própria publicação apontá-los como inventados. Há também o recorte em que as publicações dividem espaço entre as polêmicas e a música.

Em relação à carreira musical de Britney Spears, muitas publicações também se reportam em relação ao Playback. A cantora é constantemente apontada por fazer uso do artifício e não cantar ao vivo.

Britney Spears subiu ao palco da Arena Anhembi nesta sexta (18). Falou algumas palavras ao público, distribuiu sorrisos, dançou com um fã, trocou várias vezes de roupa. Mas não cantou. Não que isso seja alguma novidade: até os admiradores mais ardorosos da artista admitem que ela faz playback (ÚLTIMO SEGUNDO, 2011, online).

O uso do playback parece já ser algo associado à cantora, o trecho acima dá certa naturalidade e normalidade ao fato e ainda afirma que os fãs parecem não se preocupar com este fator. Outra questão observada na notícia é a afirmação sobre as pessoas quererem ficar perto dela, pelo fato de Britney Spears ser uma celebridade.

Por que pagar até R\$ 600 (preço de um ingresso da pista premium) para ver uma cantora que não canta? A explicação é simples: Britney é uma celebridade. E o que o público quer de uma celebridade, mais do que possíveis amostras de talento, é a sensação de proximidade (ÚLTIMO SEGUNDO, 2011, online).

Podemos observar a tentativa de alcançar uma pessoa celebre e estar próxima a ela. No caso de Britney Spears, a condição de celebridade é colocada acima da profissão de cantora e é o que parece atrair a mídia em relação à cantora. E ser uma celebridade, no caso da cantora, é algo relacionado aos padrões, ao status, a construção de imagem, existente em relação à ela. Nesta situação, observamos quando sua música deixa de ser tão importante.

A Revista Veja publicou uma matéria que afirmava “Britney Spears se desfaz em público” (REVISTA VEJA, 2007, Ed. 1999, p.102). A revista traz duas fotos, uma em tamanho pequeno na qual a cantora canta durante um show e outra maior, durante uma crise

em que ela atacou com um guarda-chuva o carro de um paparazzo, a legenda “Britney no auge (a esq.) e careca, agredindo fotógrafos: deprimente”. A publicação reporta os fatos polêmicos da carreira da cantora, reforça seu sucesso, e encerra a matéria com a conclusão “Ela não consegue viver sem atenção e também é oprimida pelos holofotes” (REVISTA VEJA, 2007, Ed. 1999, p.102). O sucesso e os problemas parecem ocupar simultaneamente as publicações midiáticas e cabem em um discurso que será interpretado pelos leitores.

Em reportagem sobre a cantora em 2007 a Revista Allure a jornalista afirmou “Eu admito que não entendia muito bem o controle que ela tinha sobre a imaginação pública” (REVISTA ALLURE, 2007, online). As publicações midiáticas parecem revelar que a cantora teve sua imagem construída sobre pilares que, conseguiram edificar interesse e encantamento por ela. E estes fatores compõem uma cadeia que pode ter suprimido sua condição humana, em prol de sua existência como celebridade. Muitas vezes não importa se ela é uma cantora, o importante é que ela é uma celebridade.

As representações midiáticas nos apontam que Britney Spears parece ter sido criada na indústria musical para gerar o interesse das pessoas, algo que se revela como um fator da Indústria Cultural, ofertando na imagem da cantora uma série de valores e padrões. A construção de sua imagem une diversos elementos e parece ser minuciosamente pensada para criar este encantamento e povoar no imaginário das pessoas. As representações da cantora demonstram que, sua imagem sempre foi propensa para atrair a atenção, desde a imagem inicial que combinava elementos sexuais e inocência até a exaltação pela condição de celebridade.

A cantora é pauta constante na mídia por fatos relacionados à sua música e fatos que tem relação direta com sua vida pessoal. Esta é uma situação a qual as celebridades estão expostas, por serem figuras públicas. Entende-se que a mídia atua em um processo social na qual é precursora de representações já existentes entre os indivíduos. Isto porque, como nos aponta a própria Teoria das Representações Sociais, os sujeitos passam por um processo de interpretação das informações que recebem, a partir destas representações sociais e adquirem as representações a partir de sua vivência. Não é possível interpretar uma informação partindo do nada. Ou seja, os indivíduos estão interpretando a cantora Britney Spears, a partir de suas referências, que são construídas ao longo de suas vidas.

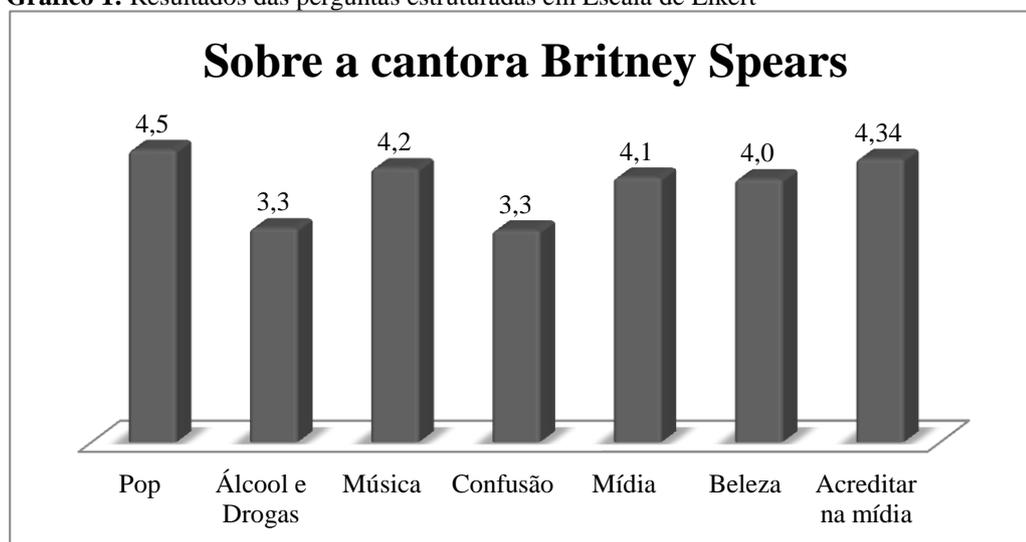
Britney Spears e suas representações midiáticas carregam uma série de elementos que remetem à ascensão, exaltação, contradição e queda. Muitas publicações preconizam a cantora em relação a sua beleza e citam diretamente que as pessoas desejam ser como ela. Os

aspectos sexuais, o pop e a exaltação da fama são reforçados. Algumas publicações dividem espaço entre o período de crise e o seu sucesso, reforçando todos estes elementos.

Para vender sua música, entende-se que a imagem da cantora foi construída. É possível apontar como elementos desta construção fatores sexuais e fatores que remetem à inocência. Uma mistura contraditória que parece se construir e se efetivar no discurso midiático, visto que esta construção se faz necessária.

3.5 RESULTADOS DA PESQUISA COM ESCALA DE LIKERT

Gráfico 1: Resultados das perguntas estruturadas em Escala de Likert



Fonte: Dados da Coleta

A Escala de Likert foi utilizada com intuito de entender a identidade do objeto de pesquisa. Os resultados se apresentam em detrimento dos conceitos vinculados aos números o grau concordância ou discordância sobre determinadas informações a respeito da imagem da cantora Britney Spears. Entende-se imagem como a representação simplificada que emerge na mente, como síntese de uma ou várias sensações ou percepções (POYARES, 1998). A identidade é uma construção social, edificada por oposições, conflitos e negociações, sendo constantemente inventada pelos sujeitos, em um processo aberto, nunca acabado (MAHEIRIE, 2002). Imagem e identidade estão vinculadas, possuem interdependência e influem uma na outra.

Os dados colhidos apontam que para afirmação “Cantora pop norte americana com sucesso em todo o mundo” a média das respostas foi de 4,5. A concordância mais alta da pesquisa para essa afirmação aponta que, os entrevistados identificam Britney Spears como uma cantora de sucesso. Sendo assim, a música continua sendo vinculada a sua identidade.

Logo em seguida, os dados apontam que a média das respostas para a afirmação “As pessoas acreditam no que é pautado sobre a cantora nos meios de comunicação” foi de 4,34. É possível entender o próprio respaldo que a mídia detém da sociedade. Como pontuado anteriormente, a crença naquilo que os meios de comunicação publicam diariamente, dá a mídia uma voz de sabedoria e autoridade. Isto nos possibilita identificar a voz de autoridade midiática e a detenção de um discurso verdadeiro (BRAGA; CAMPOS, 2012).

A média para a afirmação: “Mesmo envolvida em escândalos, a cantora ainda se sobressai no mundo da música” foi de 4,2. Aqui, e diante dos dados anteriores, podemos identificar que as pessoas ainda identificam Britney Spears como uma cantora de sucesso embora também reconheçam os escândalos de sua vida. A música pode ser identificada como um forte aspecto cultural e que determina certo grau de reconhecimento social, acima de tudo, por ser um produto muito forte na indústria e por carregar em si valores como os quais os ouvintes podem identificar-se e logo, consumi-la. Aspectos que compõem a formação de produtos que atraíam, emocionem e mobilizem as pessoas, podem ser encontrados na música, e por isso, é possível que os entrevistados entendam que a cantora ainda se sobressai musicalmente.

Com a média de 4,1 na escala, identifica-se que os entrevistados concordam parcialmente que “Muito do que se diz na mídia em relação à cantora é resultado do que é publicado na própria mídia”, ou seja, podemos entender que para os entrevistados as publicações midiáticas são resultado de outras publicações e que os veículos de comunicação seguem semelhança nos conteúdos que publicam.

Isto nos remete a Teoria da Agenda Setting, que pontua a mídia como determinante das pautas em geral, dando ênfase a determinados tipos de conteúdos e ignorando outros. Os meios de comunicação apresentam ao público uma lista do que é necessário ter uma opinião e discutir, o que ocasiona a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social é fornecida pelos meios de comunicação de massa. Com o efeito de crescimento da agenda em vários meios de comunicação de massa ocorre a formação de uma tematização (NERY; TEMER, 2009).

Outra afirmação levantada, “A cantora possui um padrão de beleza que muitas pessoas desejam alcançar”, atingiu 4.0 na média das respostas. Isto demonstra que, as pessoas

identificam na cantora um padrão de beleza. Enxergamos como a mídia possui um papel de significação e ressignificação dos valores estéticos vinculados a uma pessoa famosa. Este padrão de beleza é instaurado na figura de algumas celebridades e ocasiona um processo no qual as pessoas desejam alcançá-lo. Como pontuado anteriormente, é este desejo ser e parecer, de alcançar tal padrão, faz parte de um construto e este contribui para que haja o encantamento pela figura da celebridade.

Para a afirmação “O envolvimento com álcool e drogas coloca a cantora em situação de decadência”, a média das respostas para esta afirmação foi de 3,2. Os entrevistados não concordam e nem discordam da afirmação, ou seja, não tem opinião definida para atribuir a situação de decadência da cantora ao uso de álcool e drogas. Consideramos o grau de discernimento das pessoas em relação às publicações midiáticas, pois muito se especulou sobre o uso de álcool e drogas pela cantora, entretanto as repostas não apresentam demasiada concordância. Esta noção, já permite entender que a mídia não impõe às pessoas aquilo que publica diariamente.

Referimo-nos, novamente, a Teoria da Agenda Setting sobre como a mídia oferta pautas sobre o que pensar, mas não define o que as pessoas pensam do assunto. Nas representações midiáticas, identificamos que a mídia também cita o uso de álcool e drogas como provável causa/consequência dos problemas da cantora. Podemos entender que esta é uma oferta, dentre tantas outras, e o resultado da pesquisa nos apontou que as pessoas não concordam e não discordam da questão do álcool e das drogas.

A afirmação “É típico das celebridades se envolverem em confusão” aponta uma média de respostas 3,2, revelando que as pessoas entrevistadas não concordam com a afirmação. Este é o menor índice apontado na pesquisa e determina que as pessoas nem sempre acreditam que as celebridades envolvem-se em confusão e que sua identidade não está definida neste aspecto. Definindo a cantora Britney Spears como uma celebridade, entendemos, portanto, que as pessoas não concordam que a condição da fama a levaram a se envolver nas situações de confusão.

Com estes dados, entendemos que a imagem de Britney Spears está ligada á sua carreira de cantora e que para os entrevistados ela ainda se sobressai em relação a sua música. Concluimos então que a identidade de Britney Spears é de uma cantora cuja aparência física segue um padrão que muitas pessoas desejam alcançar. Estes dados reforçam à disseminação de padrões associada ao modo de ser associado a figura da celebridade. Podemos apontar também que a música pode ser um vetor para a disseminação deste padrão de beleza, uma vez que, possui valores simbólicos agregados em si.

Outro fator relevante identificado é que, as pessoas apontam o movimento midiático de replicação de informações entre os meios midiáticos. Ou seja, ao concordarem que a publicação de um meio publica é resultado de outro, percebe-se próprio fenômeno da Agenda Setting. Por este resultado, acredita-se que os entrevistados tem certa consciência que os meios seguem uma esquematização de conteúdos, e podemos pensar na mídia como princípio que organiza a sociedade (KELLNER, 2002).

Por fim, ao concordarem que as pessoas acreditam no que a mídia publica em relação à cantora, a pesquisa nos mostra o crédito que as publicações midiáticas possuem socialmente. A voz de autoridade midiática é identificada nesta credibilidade atribuída aos meios de comunicação.

Os dados colhidos na pesquisa com Escala de Likert demonstram a possível existência de um contrato de comunicação, pois pela visibilidade e alcance dos meios de comunicação, estes oferecem um padrão de beleza através da cantora Britney Spears e os entrevistados concordam que muitos desejam alcançar este padrão. Isso demonstra a existência da interatividade, pela percepção da construção de uma relação social decorrente daquilo que as pessoas pensam sobre a cantora. Esta relação possivelmente se estabelece pelo fato de a cantora ser uma celebridade, que possui exposição midiática e pode ser exemplificada pela questão da beleza. Pelo reconhecimento dos valores ligados à beleza, reconhece-se que pode haver um consumo cultural, apontado pela Escola de Frankfurt. Além disso, na imagem de Britney Spears podemos identificar uma figura de referência, que valoriza um modo de ser, determinado pela cultura de mídia (KELLNER, 2001).

Pela perspectiva da interatividade, observamos como os entrevistados reagem aos conteúdos midiáticos que recebem. Os resultados demonstram uma relação estabelecida entre a cantora dentro de um contexto social e a voz de autoridade midiática, pela credibilidade atribuída pelos entrevistados aos meios de comunicação.

Assim, a opinião dos entrevistados sobre Britney Spears revela a existência de um contrato de comunicação, pois há uma compactuação de alguns conteúdos publicados nos meios de comunicação. Este contrato parece ligado, em razão da própria credibilidade dada aos meios de comunicação e pelas questões ligadas ao sucesso e beleza, ao mesmo tempo em que a pesquisa demonstra que nem tudo que é publicado é considerado verdade e partilhado.

Com a pesquisa, observamos a centralidade dos meios midiáticos na sociedade e como estes perpassam a vida dos indivíduos, em um ciclo participativo em que a opinião dos entrevistados verbaliza aquilo que recebem como informação, mas não se tornam dependentes. Isso porque nem tudo que é pautado nos meios de comunicação sobre a cantora,

como uso de álcool e drogas e o envolvimento em confusão por ser uma celebridade, tem concordância total dos entrevistados. Este fator demonstra que, os indivíduos não constroem sua opinião pautando-se apenas na mídia, mas nas diversas instituições que compõem seu meio social.

A pesquisa aponta estes dois rumos, que não se excluem, mas se complementam, ao demonstrar como os entrevistados interagem com os conteúdos que recebem dos meios de comunicação. Assim, podemos entender que a identidade da cantora Britney Spears é fruto de sua carreira, beleza e conflitos, fato que leva a compreensão que uma celebridade se constrói com inúmeros fatores e que no caso da cantora, tamanho interesse pode ser fruto desta construção. Esta identidade não se esgota ou finda, ao ser composta por vários elementos, que podem se contradizer ou reafirmar na criação de interesse para atrair as pessoas.

3.6 RESULTADOS DA PESQUISA DE EVOCAÇÕES

Abaixo está o Quadrante de Quatro Casas, produzido com as palavras/expressões evocadas pelos entrevistados. A estabilidade do Núcleo Central pode ser observada pela frequência, sendo assim o quadrante superior direito designado pela letra A, contém as representações sociais do Núcleo Central, pois estas obtiveram maior frequência de evocação na pesquisa. É importante ressaltar que estes elementos são aqueles capazes de dar significado à representação (ABRIC, 1998).

O quadrante inferior direito correspondente à letra B, elenca as evocações do Sistema Periférico que estão mais próximas do Núcleo Central. Nos quadrantes inferior e superior esquerdo, designados sucessivamente pelas letras C e D, estão as evocações do Sistema Periférico que obtiveram menor frequência nas evocações. Estes elementos têm como característica a acessibilidade, vivacidade e concretude, além de proteger os elementos do Núcleo Central (ABRIC, 1998).

Figura 1: Quadrante de Quatro Casas elaborado com as palavras evocadas na Pesquisa de Evocações

<p>D- Americana (sonho americano) (9) Canta bem (9) Fútil (9) Nostalgia (9) Humildade (8) Ousadia (8) Recordista (7) Tímida (7) Brega (Feia Estranha) (5) Criatividade (3) Hermafrodita (2) Leave Britney Alone (2) Disney (2) Moda (1) Crossroads (1) Mulher (1) Refrigerante (2) Starbucks (1) Lésbica (1)</p>	<p>A- Música/ Cantora (artista, shows) (190) Polêmica/ Decadência/ Confusão (114) Playback (81) Louca (80)</p>
<p>C- Ícone (ídola) (28) Diva (25) Sucesso (23) Superação (23) Gorda (19) Mídia (Exposição/ Paparazzi) (19) Rica (18) Talento (16) Carisma (Meiga) (16) Poder (Influência) (16) Outros artistas (Madonna /Christina Aguilera/Lady Gaga/ Justin) (15) Não dança (12) Maternidade (11) Fabricada (11)</p>	<p>B- Beleza (65) Sensualidade (61) Vulgar (54) Fama (47) Nomes de músicas da Britney (46) Careca (38) Dança (38) Loira (36) Álcool e Drogas (36)</p>

Fonte: Dados da Coleta

O Quadrante de Quatro Casas contém a distribuição das respostas dos entrevistados para “Relacione as 5 primeiras palavras ou expressões que lhe vem a mente quando você ouve o nome da cantora Britney Spears” e “Quais as 5 palavras ou expressões que você acha que as pessoas diriam ao ouvir o nome da cantora Britney Spears”.

No quadrante superior direito, indicado pela letra A, estão as palavras/expressões: *Música/Cantora/Pop*, *Polêmica/ Decadência/Confusão*, *Louca* e *Playback*. Esses são possivelmente os elementos pertencentes ao núcleo central das representações sociais da cantora Britney Spears. Em relação a estes elementos devemos ressaltar uma característica em que

[...] o núcleo central constitui a base comum e consensual de uma representação social, aquela que resulta da memória coletiva e do sistema de normas ao qual certo grupo se refere, constituindo-se em prescrições absolutas. (LESSA; OLIVEIRA, 2007, p. 80).

Desta maneira, podemos considerar que as representações sociais aqui identificadas são resultantes da memória dos entrevistados em relação à cantora Britney Spears. Os elementos do núcleo central podem ser funcionais e normativos, em que os normativos

[...] seriam diretamente originados do sistema de valores dos indivíduos, consistindo em uma dimensão fundamentalmente social do núcleo. Por sua vez, os primeiros são associados às características descritivas e à inscrição do objeto nas práticas sociais ou operatórias, determinando as condutas diante do objeto (LESSA; OLIVEIRA, 2007, p. 80).

Ou seja, as representações sociais identificadas no núcleo central são funcionais, por permitir entender a conduta que os entrevistados tiveram em relação à Britney Spears. Assim, na definição das representações sociais da cantora já encontramos o processo de ancoragem, com a classificação e nomeação a algo e a objetivação que torna os elementos mais abstratos em algo mais palpável.

A maior evocação presente no núcleo central é *Música/Cantora/Pop*. Britney Spears é representada pela música, algo esperado, pois ela se tornou famosa primeiramente, por seu trabalho como cantora. A música se revela um amplo campo da indústria e possivelmente uma forte de uma vertente de herança cultural de valores simbólicos. Podemos pensar que a cantora possui valores a si agregados pela música, algo que se observa nas suas representações.

A alta frequência das expressões relacionadas à *Polêmica/ Decadência/ Confusão* remetem aos conteúdos publicados midiaticamente sobre Britney Spears, que em sua maioria se referem a uma série de fatos relacionados a situações de polêmica e confusão. Podemos entender a possível existência de um contrato de comunicação, pois os conteúdos midiáticos analisados tratam destas situações e as mesmas são identificadas nas evocações dos entrevistados.

Com base nas duas palavras/expressões mais evocadas, é importante pensar que, antes dos escândalos e problemas Britney Spears já era famosa e ocupava lugar importante na indústria musical, sendo uma das artistas de maior sucesso de sua geração. Sua vida pessoal, relacionamentos, comportamento, videoclipes, performances, dentre outros elementos, já eram expostos e se construía a partir da criação de um interesse que passava pela mídia e

chegava às pessoas. Observa-se que as situações *Polêmicas/Decadência/Confusão* edificam e compõe suas representações, em conjunto com sua música.

A palavra/expressão *Playback* também está alocada no núcleo central das representações sociais da cantora. O *playback* é uma base utilizada para pessoas que não cantam ao vivo. Muito se especulou sobre este fato na carreira de Britney Spears. Além disso, os shows e apresentações da cantora são sempre relacionados ao uso de *playback*. Nesta representação encontramos uma contradição, em relação à representação *Música/Cantora/Pop*, pois ao mesmo tempo em que Britney Spears é referenciada por ser cantora ela também é referenciada por uma característica de artistas que não sabem cantar ao vivo. Por ter se falado muito na mídia sobre este fator, observamos aqui que os entrevistados referenciam algo que os meios de comunicação também divulgam, fato que também pode evidenciar a existência de um contrato de comunicação, pois a cantora teve suas representações relacionadas ao *playback* tanto midiaticamente quanto na pesquisa de evocações.

A palavra *Louca*, também foi identificada como uma representação pertencente ao núcleo central e pode referenciar uma forma de interpretação das pessoas em geral, em relação à cantora. A loucura é uma anormalidade social, associada à insanidade. O que leva a uma possibilidade de interpretação em que, aquilo que as pessoas sabem da cantora é tido como comportamento de uma pessoa louca. É possível relacionar esta representação com os problemas que ela passou e que foram expostos midiaticamente, estes podem ser interpretados pelos entrevistados como consequência ou característica da loucura, e também com a representação *Polêmica/ Decadência/ Confusão*.

Podemos observar uma ampla referência aos fatos que receberam atenção midiática exacerbada, sendo potencializados e logo, se repercutindo no discurso dos entrevistados. Neste sentido, a comunicação midiática se revela como precursora e mediadora de representações sociais na sociedade. Observa-se que prevalece a evocação de coisas negativas, o que nos leva a compreender que estes fatos obtiveram maior atenção e exposição midiática e também foram mais prevalentes quantitativamente para os entrevistados. Entretanto, a música é ancorada e objetivada com maior frequência, o que mostra que suas representações sociais estão ligadas a sua carreira.

Com estes dados, identificamos as funções das representações sociais, pontuadas por Abric (1998). A função identitária, que fundamentalmente influi nos processos de comparação social. Ou seja, ao atribuir termos para determinado objeto, estabelece-se um paralelo entre estes. Sendo assim, as representações sociais da cantora, estabeleceram um paralelo entre a

cantora Britney Spears, primeiramente a *Música/Cantora/Pop*, e depois a *Polêmica/Decadência/ Confusão*, a *Loucura*, e o *Playback*. A função saber também pode ser identificada, por referir-se ao saber prático do senso comum. Logo, identificamos que este conhecimento prático e o senso comum dos entrevistados em relação à cantora Britney Spears estão relacionados a estes termos e expressões.

No quadrante inferior direito, definido com a letra B, estão elencados os termos que provavelmente representam os Elementos Periféricos mais próximos do núcleo central, definidos pelas seguintes palavras: *Beleza, Sensualidade, Vulgar, Fama, Nomes de músicas, Careca, Dança, Loira, Álcool e Drogas*.

A palavra *Beleza* encontra-se na periferia das representações e pode ser associada ao padrão de beleza que a cantora possui e que muitas pessoas desejam alcançar, como também apontado na pesquisa com uso da Escala Likert. Como apontado, Britney Spears representou determinada importância no uso de calças baixas, próteses de silicone e como alguém com a qual pessoas gostariam de se parecer, por acharem-na bonita. O fato de ser uma celebridade famosa atribui este deslumbre relacionado a padrões físicos e estéticos. Em relação aos padrões, a palavra *Sensualidade*, também é elencada, reforçando a construção da imagem da cantora, relacionada a quesitos físicos. Esta representação também é encontrada nos substratos midiáticos. Cabe reforçar que a carreira da cantora explorou este lado, em músicas, apresentações, shows, videoclipes, dentre outros, e que estes construtos respondem as próprias estruturas do mercado e de consumo, para servir como subsídio a criação de interesse pela cantora e se solidificam como uma estetização de padrões vigentes e muitas vezes inalcançáveis.

Esses quesitos parecem ser verbalizados pela mídia e compactuados pelos entrevistados, que atribuem estas características à cantora e a definem desta forma. O contrato de comunicação é entendido nesta troca, mostra que há determinada construção e legitimação. Há legitimação de padrões, assim com também apontou a Pesquisa da Escala de Likert.

A palavra *Vulgar* também foi evocada e pode ser remetida a exploração de elementos sexuais na carreira da cantora. Pela análise semântica das palavras, alguns entrevistados assimilam aquilo que veem a vulgaridade o que pode representar determinada banalização. Pode-se entender, que esta representação é oposta a representação *Sensualidade*, o que demonstra dois níveis diferentes de interpretação, reforçando que os indivíduos possuem suas próprias interpretações daquilo que recebem como conteúdo midiático.

A *Fama* também é referenciada, podendo ser considerada como uma característica importante da cantora, por ser a condição da fama algo que diferencia das pessoas comuns e

atribui *status*. Sendo assim representada, podemos então entender sua própria condição de celebridade e a fama como característica própria de Britney Spears.

Outro fator importante é a evocação dos *Nomes de músicas* da cantora nos elementos periféricos, demonstrando que seu trabalho como cantora é lembrado de uma forma mais profunda, pois os entrevistados conheciam algumas suas músicas. Este termo pode ser associado á popularidade do seu trabalho como artista musical. A palavra *Dança* também foi evocada e remete a carreira musical de Britney Spears, que por muito tempo foi referenciada pela mídia como uma boa dançarina.

Outra palavra evocada é *Careca*, referenciada ao momento em que a cantora raspou a cabeça. Este é um dos fatos mais explorados midiaticamente de sua carreira, algo que obteve demasiada atenção dos veículos de comunicação. Outro elemento encontrado é a palavra *Loira*. A cantora usou durante muito tempo esta cor de cabelo, algo que pode ter se tornado uma referência em relação a ela. Assim, duas representações referente aos cabelos da cantora (ou a falta deles) remetem à um mesmo fator, que marcou a carreira da cantora de duas formas distintas.

Também está localizada na periferia *Álcool e Drogas*, que pode ser atribuído à cantora devido a grande exposição midiática envolvendo acusações de abuso no consumo destas substâncias. Aqui há uma diferença em relação à pesquisa com a Escala de Likert, pois anteriormente as pessoas não concordavam que o uso destas substâncias seriam a causa dos problemas da cantora.

Ainda nos elementos periféricos, mas com frequência mais baixa e designados pela letra C, encontram-se as palavras/expressões: *Ícone (ídola)*, *Diva*, *Sucesso*, *Superação*, *Mídia (Exposição/ Paparazzi)*, *Gorda*, *Rica*, *Talento*, *Carisma (Meiga)*, *Poder (Influência)*, *Outros artistas (Madonna/ Christina Aguilera/Lady Gaga/ Justin)*, *Não dança*, *Maternidade e Fabricada*

Observa-se que Britney Spears é referenciada por expressões que remetem a uma carreira musical bem sucedida, tais como *Ídola*, *Diva* e *Sucesso*, *Poder* e *Talento*. A palavra *Superação* pode indicar que, para parte das pessoas, os problemas por ela enfrentados já foram superados. A evocação desta palavra nos elementos periféricos nos aponta a função de regulação destes elementos, que se refere à evolução das representações (ABRIC, 1998). Isto pode dizer que, periféricamente muitas pessoas já relacionam a *Superação* da cantora em relação aos seus problemas, fato que pode apontar um processo evolutivo das representações alocadas nos elementos periféricos, pois estas têm como característica a flexibilidade.

As evocações entoam a alta exposição midiática que a cantora recebe e o quanto isso é percebido pela sociedade, como, por exemplo, pela evocação da palavra *Mídia*. Há também a evocação da palavra *Gorda*, algo que remete ao próprio período em que a cantora era apontada por estar fora de sua forma física.

A palavra evocada *Rica* remete a um *status* financeiro, que de certa forma (não generalizável) se relaciona com a condição de celebridade. Outro termo evocado foi *Carisma*, algo que pode ser relacionado à espontaneidade e a empatia. O carisma pode ser uma característica dos líderes de opinião e das celebridades, tendo em vista que o reconhecimento do público também se evidencia por este fator. Também foram evocados *Outros Artistas*, que em determinados momentos tiveram alguma relação com a cantora, Justin Timberlake que foi namorado de Britney Spears, Christina Aguilera e Lady Gaga que já foram apontadas como rivais.

A expressão *Não dança*, foi evocada na periferia, contrapondo com a palavra *Dança*, que obteve maior frequência, demonstrando o nível de diferenciação na interpretação dos entrevistados. A palavra *Maternidade* também foi evocada, referente aos filhos da cantora, que já estiveram envolvidos em polêmicas de sua carreira, como a perda da guarda destes, como também mostraram as representações midiáticas. A evocação da palavra *Fabricada* evidencia a cantora como um produto de uma indústria feito para consumo.

Os elementos periféricos com evocação mais baixa, designados no quadro pela letra D, são: *Americana (sonho americano)*, *Canta bem*, *Fútil*, *Nostalgia*, *Humildade*, *Ousadia*, *Recordista*, *Tímida*, *Brega*, *Criatividade*, *Hermafrodita*, *Leave Britney Alone*, *Disney*, *Moda*, *Crossroads*, *Mulher*, *Refrigerante*, *Starbucks*, e *Lésbica*.

Nesta série de palavras encontram-se *Americana (sonho americano)*, que apontam a nacionalidade da cantora, bem como o fato de ela viver o American Dream, termo expresso pelo escritor estadunidense James Truslow Adams em referência a vida nos Estados Unidos repleta de oportunidades e prosperidade. Aqui também se identifica a idealização da vida de uma celebridade.

Também evocadas as expressões *Canta bem*, *Recordista*, *Criatividade* que referenciam características da cantora. A palavra *Fútil* pode apontar uma referência à superficialidade e a palavra *Starbucks* pode ser referenciada pelas inúmeras vezes em que a cantora é flagrada por fotógrafos frequentando lojas da franquia de café.

As palavras *Mulher*, *Hermafrodita* e *Lésbica* podem se referir a questões relacionadas à condição sexual e de gênero. A *Nostalgia* ao passado, podendo levar ao entendimento que alguns entrevistados podem ter se lembrar do passado referente à cantora e

isto lhes causa esta sensação. Há também a palavra *Tímida*, que pode ser pensada como um padrão comportamental em que as pessoas pouco exprimem seus pensamentos, por receio da reação alheia. Esta evocação se contrapõe com outra palavra evocada *Ousadia*, que representa coragem e atrevimento na tomada de decisões e atitudes. A evocação da palavra *Humilde* pode ser associada à modéstia.

Também é evocada a palavra *Disney*, e evidencia o início da carreira da cantora no canal de televisão. A expressão *Leave Britney Alone*, refere-se a um vídeo gravado por um fã e colocado na internet, pedindo que as pessoas e a mídia deixassem Britney Spears em paz, durante o período conturbado de sua vida. Outra palavra é *Refrigerante*, que pode ser remetida aos comerciais que a cantora gravou para a marca de refrigerante, Pepsi. A palavra *Crossroads*, refere-se a um filme protagonizado pela cantora no ano de 2002.

Foi evocada a palavra *Moda*, que contrapõe a evocação da palavra *Brega*. Como apontaram as representações midiáticas, Britney Spears foi influente em determinados tipos de roupa e forma física, o que pode ser visto como estar na moda, ao mesmo tempo em que, por diversas vezes, foi eleita como uma celebridade mal vestida. Aqui observamos que ao mesmo tempo em que ela dita um padrão, é considerada como antiquada.

Os resultados evidenciam que a cantora Britney Spears é conhecida por inúmeros fatores. A quantidade, diversidade e amplitude de palavras demonstram que toda a divulgação midiática existente dos fatos de sua carreira (sejam bons ou ruins) possuem determinado grau de absorção pela sociedade e diferentes níveis de interpretação. Ao serem indagados, sobressaem os fatores ruins e as contradições são observadas, de uma evocação em relação à outra.

A alta frequência encontrada em *Polêmica/ Decadência/ Confusão* demonstra que, apesar de ser uma cantora famosa, Britney Spears também é lembrada pelo período conturbado de sua carreira e mesmo pelas polêmicas criadas antes das confusões. Como exemplo, as questões relacionadas à virgindade, traição e alta conotação sexual de seu trabalho, que podem ser observadas nas representações midiáticas. As polêmicas fazem parte de sua carreira e isso é assimilado pelo público.

Ainda assim, é a evocação *Música/Cantora* que possui a maior frequência pelos entrevistados, o que evidencia, portanto, que suas polêmicas dividem espaço com sua carreira artística, e que o sucesso é algo existente e lembrado. De fato, é a música quem tornou a cantora Britney Spears famosa, mas não é possível desvincular o interesse que a mídia e as pessoas tem em relação à ela, de vida conturbada. O papel da mídia demonstra uma exploração da vida da cantora, com ênfase nos problemas e isto pode reforçar para que as

representações sociais vinculadas a estes fatos tenham se ancorado e objetivado socialmente, podendo ser um reflexo do pensamento social. Neste ponto, representações midiáticas e representações sociais se encontram e tangem.

As evocações referentes à *Música/Cantora* demonstram a resistência do núcleo central, pela concretude de uma representação que define a cantora. Bem como a evocação *Polêmica/ Decadência/ Confusão*, se considerarmos que a vida da cantora sempre foi tratada pela mídia com um discurso que busca atrair o público. Ambas as representações se mostram vigentes.

Nas representações sociais da cantora também são encontradas palavras e expressões que reforçam a questão dos padrões disseminados midiaticamente. Assim, a *Beleza* se encontra como uma representação da cantora, retomando ao fator de que as celebridades detêm e disseminam um padrão de beleza, algo que também foi identificado na pesquisa com Escala de Likert.

Com isso, temos que as representações sociais da cantora Britney Spears refletem aquilo que é publicado pela mídia, em um processo de dependência mútua. O resultado da Pesquisa de Evocações se relaciona com a pesquisa com Escala de Likert, quando ambos resultados apontam a identidade da cantora relacionada à música.

A produção de discursos midiáticos é feita por indivíduos e seres sociais e carregam suas interpretações, e logo, as representações sociais que construíram e aderiram durante sua vida. O público que consome a informação é quem interpreta a partir de suas próprias representações aquilo que é veiculado. O sentido destas publicações não expressa uma autoridade de quem escreve, mas é produzido pela leitura (BARTHES, 1994 apud PAULA, 1998). Ou seja, os grupos sociais determinam também compõem aquilo que os indivíduos tomam como verdade ao interpretar as informações que recebem dos meios.

[...] as provas da verdade, ou, melhor dizendo, da veracidade de uma informação são, igualmente, da ordem do imaginário, isto é, baseadas nas representações de um grupo social quanto ao que pode garantir o que é dito (CHARAUDEAU, 2006, p. 55).

Sendo assim, a mídia não inventa (necessariamente) ou impõe nada as pessoas. As publicações podem já estar seguindo uma tendência de pensamento que perpassa a sociedade. O que de fato existe é uma potencialização de fatos, que corresponde às lógicas mercadológicas e para isso é necessário entreter o público, a fim de atraí-lo.

A contrariedade, encontrada em algumas evocações como, por exemplo, *Gorda e Magra, Dança e Não dança*, pode ser identificada pela própria dupla funcionalidade do

núcleo central e sistema periférico e pela possibilidade de uma movimentação dos elementos periféricos. Ademais, estas diferenças também podem mostrar como as interpretações variam, de pessoa para pessoa.

A variedade e a diversidade das representações demonstram que não é possível definir algo em uma única palavra, sendo assim nossas representações referenciam palavras a fim dar significado à algo. Outra questão a ser pensada é que, os elementos do sistema periférico podem sim estar em processo de mudança, vez que, observam-se inúmeras palavras com semânticas diferentes, antônimas e representações diversificadas.

É identificada uma Zona Muda que se estrutura de forma velada. A pesquisa revela que as pessoas falam diretamente aquilo que pensam sobre a cantora, mesmo se tratando de coisas negativas, mas quando saem da pressão normativa o índice de expressões negativas é de fato maior. É possível que por ser uma celebridade e uma figura pública, cuja mídia expõe as pessoas não se incomodam, nem se sentem em situação de pressão ao expressar sua opinião sobre a cantora Britney Spears, pois quando falam por si, também evocam palavras ruins. Existe uma liberdade de julgamento, que talvez possa se explicar pela proximidade (criada pela mídia) que a sociedade tem em relação a uma celebridade.

As pressões normativas parecem não existir, mas não podem ser desconsideradas e as respostas não devem ser generalizadas. Muitas respostas tratam abertamente, tanto na primeira questão, quanto na terceira, e as respostas se assemelham. Entretanto, em outras, o que se observa é que as pessoas falam mais coisas negativas, fora da pressão normativa, ou seja, na questão 3.

Os meios de comunicação, ao reduzir as condições de espaço e tempo na propagação das notícias, também podem estar delegando maior proximidade entre as pessoas e as celebridades midiáticas e isto pode permitir uma liberdade para falar ou emitir a opinião sobre elas.

3.6.1 A Ordem de Importância das Representações

Após elencar os termos e palavras, os entrevistados colocaram em ordem de importância. A hierarquização permite entender como os sujeitos ordenam cognitivamente as representações. Os elementos desta casa integram a chamada Zona de Contraste, sendo

enunciados por uma quantidade menor de sujeitos, os quais, por sua vez, referem-nos como muito importantes (ABRIC, 2003 apud OLIVEIRA; LESSA, 2007).

De modo geral, o que foi considerado mais importante pelos entrevistados foram fatores ligados a *Música* e a *Polêmica*. Retomando a afirmação de que as representações sociais da cantora Britney Spears estão ligadas a sua música e as questões polêmicas.

A hierarquização das evocações leva à compreensão que, assim como quantitativamente as representações mais evocadas foram a *Música* e a *Polêmica*, é também a isto ao que se dá mais importância. Isto permite entender que, de um universo de representações sociais identificadas, as pessoas identificam a cantora diretamente a música, que é a forma como ela entrou na mídia e um dos meios pelos quais se tornou famosa e as Polêmicas, que deram muita evidência a cantora nos meios de comunicação.

Neste sentido, cabe pensar também que esta ordem de importância dos entrevistados, parece se relacionar também com a ordem de importância midiática e a tematização que os meios de comunicação fazem, definido pelo fenômeno da Agenda Setting. Ou seja, aquilo que é importante para os entrevistados, pode consentir com aquilo que a mídia oferece como importante em suas publicações. Assim, observa-se novamente que entre as publicações midiáticas e as representações sociais identificadas dos entrevistados, pode haver um contrato de comunicação evidente.

3.6.2 O Consenso e o Dissenso nas Representações

Doise (2002), afirma que as produções culturais e ideológicas da sociedade ou de um grupo dão significação ao comportamento e suporte as diferenciações sociais. Sendo assim, as representações identificadas na Pesquisa de Evocações fazem parte desta significação, por entender o comportamento dos entrevistados ao se referir à cantora, a partir da ideologia a qual se reportam. As definições do autor, ao apontar que as representações sociais são princípios que organizam as relações simbólicas dos indivíduos para com os grupos, permitem entender a própria relação que os indivíduos possuem em relação à que a mídia possui. Para o autor a convergência dos indivíduos leva-os a buscar o consenso nestas relações.

No instrumento de coleta, a frase indutora “Quais as 5 palavras ou expressões que você acha que as pessoas diriam ao ouvir o nome da cantora Britney Spears” buscava

identificar a Zona Muda das representações, mas também nos permitem observar se há um consenso dentro destas.

Fora da pressão normativa os entrevistados indicam mais palavras relacionadas a fatores ruins, fato que não deve ser desconsiderado, mas as representações sociais da cantora nos apontam que a determinado grau de consenso entre aquilo que dizem pensar e aquilo que deslocam para o pensamento de outras pessoas. Ou seja, em ambas as induções foram evocadas palavras com semântica similares.

Se compararmos as respostas da frase indutora “Relacione as 5 primeiras palavras ou expressões que lhe vem a mente quando você ouve o nome da cantora Britney Spears” com as respostas da frase indutora “Quais as 5 palavras ou expressões que você acha que as pessoas diriam ao ouvir o nome da cantora Britney Spears”, observamos a existência de um consenso nas respostas identificadas.

Há um consenso entre os indivíduos e o grupo social, pois as repostas que buscam a opinião dos entrevistados e a resposta que buscam identificar o que os entrevistados acham que outras pessoas pensam apontam representações similares. Assim, os entrevistados parecem querer aproximar-se daquilo que julgam como mais próximo aos grupos sociais aos quais pertencem. Como nos aponta a Teoria da Identidade Social, percebemos aqui o reconhecimento e a filiação dos entrevistados, em relação ao autoconceito, verbalizado através das palavras/ expressões evocadas. Ao assimilar as representações do grupo a suas representações, os entrevistados podem estar também atuando em um processo de promoção do grupo, ao qual julga pertencer (mudança social). Além disso, ao associar suas representações as representações dos grupos, pelo processo de *comparação* (TAJFEL, 1981 apud CONSTANTINO, online), os entrevistados se colocam na condição de normalidade, em relação àquilo que pensam.

A existência de um consenso pode demonstrar outra questão relacionada ao controle que os meios de comunicação possuem: a Espiral do Silêncio. A teoria aponta que os indivíduos seguem as opiniões e comportamentos que pensam ser da maioria, mas ao se manifestarem anonimamente demonstram suas verdadeiras opiniões (NERY; TEMER, 2009). Ao saírem da pressão normativa proposta pela questão 3 do questionário, as pessoas parecem manter uma opinião similar, algo que pode nos mostrar um nível de consenso dos grupos, mas não expressam algo diferente, ao apropriarem-se da condição de anonimato. Logo, entendemos que pela perspectiva da Espiral do Silêncio, os entrevistados seguem aquilo que acreditam ser a opinião dos grupos aos quais pertencem e em alguns casos demonstram opiniões diferentes.

Assim, pelas representações entendemos que as interpretações dos entrevistados em relação à cantora demonstram a existência um contrato de comunicação em relação às publicações midiáticas, ao passo que os meios de comunicação ao expor fatos relacionados a cantora instigam as pessoas a pensarem sobre ela e, logo, a formar uma opinião e ancorar e objetivar suas representações sociais. Estas representações sociais nascem a partir de fatores, relacionados com as próprias relações sociais e as instituições (incluindo a própria mídia) que fizeram parte da formação do indivíduo, que permitem a interpretação dos fatos. Portanto, a mídia não influencia necessariamente a percepção dos indivíduos, mas faz parte da ancoragem e objetivação de suas representações e fornece a estes sobre aquilo que devem pensar.

Os entrevistados dão importância aos fatores relacionados à Música e a Polêmica, dando consonância entre a frequência das evocações e aquilo que as pessoas acreditam que os outros pensam. Desta forma, para os entrevistados aquilo que foi mais evocado, também foi considerado como mais importante e há um consenso entre aquilo que pensam e aquilo que acham que os outros pensam. Estes dados dão indícios de que os entrevistados demonstram desejo de proximidade com os grupos aos quais pertencem, com base na identidade que está consternada em um reconhecimento do “nós” e ao comportamento coletivo. Ou seja, o conceito que os indivíduos fazem de si, se refletem em suas opiniões, e este conceito se origina do sentimento de pertencimento a um grupo.

Consideramos a existência do contrato de comunicação, identificado em vários momentos, pela observação de um diálogo que se faz entre os conteúdos midiáticos e a fala dos entrevistados. O contrato se legitima pela troca, que na pesquisa identificamos através de influências mútuas, entre mídia e sociedade, dando escopo para a construção de um processo e sentido social, que tem como principal característica a interatividade entre os entrevistados e os meios de comunicação e o papel de efetivar as interpretações e significações cotidianas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A comunicação, assim como todos os processos que envolvem os sujeitos e suas relações intergrupais e sociais, deve, em princípio, ser interpretada mediante seus aspectos psicológicos. Pensando na comunicação midiática, temos que esta possui poder de envolver a sociedade de forma abrangente, credível de largo alcance. Esses são fatores que devem ser levados em conta ao se pensar os processos sociais. O deslumbre pelos veículos midiáticos configura um processo em que os indivíduos desejam estar na mídia. As realizações e os sonhos parecem ser encontrados quando se cruza a fronteira que há entre quem está na mídia e quem é anônimo.

As celebridades são figuras midiáticas que possuem na sociedade um lugar de respaldo e reconhecimento. A presença nos veículos de comunicação lhes garante isso e também as coloca em um processo no qual são passíveis aos julgamentos da opinião pública. Esta opinião carrega consigo as representações sociais dos sujeitos. Por este fator, aqueles que são célebres tornam-se também pessoas com as quais os indivíduos comuns desejam se parecer. O desejo de estar na mídia é o desejo de ser célebre, portanto, é necessário pensar e entender como se constroem e quais são as representações sociais destas celebridades, a partir da comunicação midiática.

A dinâmica social, a partir das explicações oriundas da Psicologia Social, nos permite pensar o funcionamento dos meios de comunicação ao estabelecer uma linha de discussão que permeia o papel da mídia como vetor e potencializador das representações sociais. Também é possível entender que os veículos de comunicação se reportam em relação às celebridades, em razão de discursos que possuem credibilidade na sociedade, ancorando e objetivado estas representações sociais.

Também é inegável o papel central da mídia na sociedade, pois esta atua na construção e reprodução de sentidos, através de seus discursos. Vivemos em uma era midiaticizada, em que a mídia pode alcançar (em larga escala) e influenciar os indivíduos e suas escolhas. Há uma relação de credibilidade e interdependência entre o meio social e os meios de comunicação midiática.

Outro fator diz respeito àquilo que se constitui como o senso comum (saber social, adquirido com convívio e as experiências sociais dos sujeitos) encontrado na praticidade das representações sociais e que também pode redundar os discursos da mídia. A produção

mediática pode contribuir para a efetivação deste senso comum, e logo, das representações sociais.

As representações sociais tratam justamente de algo que se constrói socialmente, das identificações dos sujeitos, de sua forma de interpretar o mundo, pois nascem das experiências cotidianas e das relações pessoais. Por esta perspectiva, entende-se que as pessoas, por muitas vezes e movidas por motivos diversos, não exprimem aquilo que realmente pensam. Estes elementos não revelados compõem a Zona Muda destas representações sociais e há uma busca em entender e descobrir o que pertence a esta zona.

Esta pesquisa se propôs a descobrir e pensar as representações sociais da cantora Britney Spears, por entendê-la como uma celebridade que é altamente exposta e constantemente reportada nos veículos de comunicação. Por este viés, também buscou pensar entender a relação da mídia com as representações sociais.

O objetivo geral era é identificar as representações sociais da cantora Britney Spears. Os específicos buscavam pensar na relação entre a sociedade, as celebridades e a mídia, entender a relação da mídia com a formação de representações sociais e analisar as representações midiáticas da cantora Britney Spears. Para atingi-los, a metodologia abrangeu métodos teóricos e empíricos que embasassem e dessem força para o desenvolvimento da pesquisa. Desta forma, consideramos que os objetivos da pesquisa foram alcançados e apresentaram resultados válidos.

O uso de uma pessoa famosa como objeto, teve justamente o intuito de refletir como os indivíduos se reportam em relação aquilo que é pautado nos veículos de comunicação e como eles compactuam com o que leem. A identificação da Zona Muda nesta pesquisa procurou entender se em relação a uma pessoa célebre, os indivíduos também deixam de emitir em seu discurso aquilo que realmente pensam.

A produção de discursos publicados midiaticamente é feita por indivíduos e seres sociais e carregam suas interpretações, e logo, as representações sociais que construíram e aderiram durante sua vida. E o público que consome a informação é quem interpreta (a partir de suas próprias representações) aquilo que é veiculado, por isso é importante entender sua opinião.

Os resultados apontam que, abertamente as pessoas expressam aquilo que pensam sobre a celebridade Britney Spears. A cantora foi associada a inúmeras palavras, dentre as quais, pertencem ao núcleo central das representações sociais: *Música/Cantora/Pop, Polêmica/ Decadência/Confusão, Louca, Playback*. Este resultado apontou a possibilidade de existência de um contrato de comunicação, visto que as representações sociais e midiáticas

assemelham-se, ou seja, os entrevistados parecem estar reproduzindo, compreendendo e interpretando os conteúdos midiáticos, em razão daquilo que Giglione (1983) define como um discurso regular. Entendemos esta regularidade do discurso como uma constância que decorre de certo ajuste e que garante o contrato, sem necessariamente entender as condições em que se efetiva como de dominação, mas sim de interatividade. Como define Braga (2000), a interatividade, neste sentido, aponta que as interações sociais são consequência, e até uma resposta, aos conteúdos midiáticos.

A problemática inicial aliou-se as pesquisas teórica e empírica, que nos mostraram que em relação a cantora e celebridade Britney Spears pode haver um contrato de comunicação, explicado pela semelhança e regularidade entre determinadas representações midiáticas e representações sociais. Ao mesmo tempo, as pesquisas também nos mostram níveis de interpretação que se diferenciam, pela dualidade de representações sociais evocadas e as contradições midiáticas.

Ao passo em que a cantora foi demasiadamente apontada por situações de polêmica e confusões, os mesmos meios de comunicação reforçavam em seus discursos o sucesso na indústria musical, o quanto sua vida era idealizada e como muitas pessoas desejavam ser como ela.

Com isso, temos que as representações sociais da cantora Britney Spears refletem aquilo que é publicado pela mídia, em um processo mútuo de dependência e colaboração. Ainda nestas representações encontramos a beleza, a sensualidade e a cor do cabelo da cantora, nos mostrando que as celebridades ditam padrões que podemos, ou não, seguir.

Outra questão é que, os elementos periféricos parecem estar em um processo de mudança, de certa forma, podemos considerar o poder da mídia como parte disto. Entretanto, a representação social com maior frequência foi *Cantora/Música/Pop*, o que comprova a rigidez do núcleo central e que os meios de comunicação não alteraram esta representação.

Pela pesquisa que fez uso da Escala de Likert, percebemos que a identidade de Britney Spears ainda está centrada no seu sucesso como cantora e também em seu padrão de beleza. Se comparada à Pesquisa de Evocações, temos que, embora as pessoas reconheçam e associem à cantora as polêmicas e a decadência, muitos não atribuem estes problemas à fama e ao uso de álcool e drogas. Já as representações midiáticas demonstram a exaltação e a potencialização de características associadas à cantora, no sentido em que a mídia se mostra em um papel que busca atrair audiência fazendo uso destes artifícios.

A imagem da cantora se mostra contraditória e composta por elementos que atraem o público e criam interesse. De certa forma, a exposição midiática pode instigar a reação das

peças a respeito de determinado objeto e as reações já podem ser consideradas um fator de interatividade. As pesquisas revelam a existência de um contrato de comunicação, ao mesmo tempo em que podem comprovar o quanto à mídia não (necessariamente) impõe opiniões e pensamentos à sociedade, embora defina por suas pautas sobre aquilo que as pessoas devem pensar como aponta a Teoria da Agenda Setting.

A comunicação através de seu poder de potencializar fenômenos e acontecimentos trabalha no papel da atribuição de sentidos, em um ciclo infundável, pois aqueles que produzem os discursos midiáticos são indivíduos e seres sociais, assim como quem os consome. É pela mídia que as celebridades tornam-se figuras populares e expostas e se convertem em indivíduos passíveis de julgamento por parte da sociedade. As informações midiáticas vêm da sociedade e se voltam para ela, em um processo de interações e interpretações perduráveis.

As Teorias da Comunicação discutem fenômenos da mídia na sociedade, e é impossível dissociar a Comunicação Social da Psicologia. Ambas as áreas do conhecimento avançam na compreensão da sociedade e concebem explicações que se completam e possibilitaram o desvelar desta pesquisa. A expectativa é a de poder contribuir com as pesquisas voltadas para a linha de pensamento que une Psicologia e Comunicação, acreditando que há muito que se desenvolver, devido à abrangência e a velocidade em que os fenômenos da comunicação avançam dentro da sociedade. Além disso, pensando especificamente em Relações Públicas, é necessário o entendimento do comportamento social em relação aos meios de comunicação e entender que o trabalho da área envolve e é dependente deste processo.

REFERÊNCIAS

ABRIC, J.C. A Abordagem Estrutural das Representações Sociais. In: MOREIRA A. S. e OLIVEIRA, P. & D. C. (Orgs.), **Estudos interdisciplinares de representação social**. Goiânia: AB, 1998, p. 27-38.

_____. O estudo experimental das Representações Sociais. In: JODELET, D. (Org.) **As Representações Sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001, p. 155-171

_____. A zona muda das representações sociais. In: Oliveira D. C. & CAMPOS, P. H. **Representações Sociais, uma teoria sem fronteiras**. Rio de Janeiro. Museu da República. 2005. p. 22-34

A Revanche De Britney Spears. **Revista Bravo**. Estados Unidos, 2008. Disponível em: < <http://www.x-britney.com/britney/revistas/2008-janeiro-bravo/> > Acesso em: 4 out. 2013, 21h.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, LDA, 2010.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Rio de Janeiro; Lisboa: Elfos: Edições 70, 1995.

BONOMO, M.; SOUZA, Lídio de; MELOTTI, G.; PALMONARI, A.. Princípios organizadores das representações sociais de rural e cidade. **Revista Sociedade e Estado** (UnB. Impresso), v. 28, p. 91-118, 2013.

BRAGA, Claudomilson Fernandes; CAMPOS, Pedro Humberto Faria. **Representações sociais, situações potencialmente comunicativas e conflito: o caso da reserva indígena Raposa Serra do Sol (2005-2009)**. Curitiba: Appris, 2012.

BRAGA, Claudomilson Fernandes; TUZZO, Simone Antoniaci. **Assessoria de Comunicação para Profissionais Liberais: a opinião dos clientes**. Revista Esferas, Ano 1, nº 1, Julho-Dezembro de 2012.

BRAGA, Claudomilson Fernandes; CAMPOS, Pedro Humberto Faria; TUZZO, Simone Antoniaci. **Representações Sociais e Comunicação: A Identidade do Indígena na Mídia Impressa**. Anais do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região. Campo Grande, 2012.

BRAGA, José Luiz. **Interação & Recepção**. In: 9º Encontro Nacional da Compós, 2000, Porto Alegre. Anais do 9º Encontro Nacional da Compós. Porto Alegre: PUC/RS, 2000. v. 1. p. 1-16.

BRANDALISE, L. T. **Modelos de Medição de Percepção e Comportamento** - Uma Revisão, 2005.

Britney Está Crescendo. **Teen**. Estados Unidos, 2000. Disponível em: <<http://www.x-britney.com/britney/revistas/2000-julho-teen/>> Acesso em: 4 out. 2013, 21h.

Britney Spears faz playback durante 1h30 em show em São Paulo. **Último Segundo**. Brasil, 2011. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/musica/britney-spears-faz-playback-durante-1h30-em-show-em-sao-paulo/n1597374857659.html>> Acesso em: 7 out. 2013, 22h.

Britney Hold On. **Revista Allure**. Estados Unidos, 2007. Disponível em: <<http://www.x-britney.com/britney/revistas/2007-setembro-allure/>> Acesso em: 4 out. 2013, 21h.

Britney: Não É Aquela Inocente. **Revista Cleo**. Estados Unidos, 2002. Disponível em: <<http://www.x-britney.com/britney/revistas/2002-janeiro-cleo/>> Acesso em: 4 out. 2013, 21h.

Britney Solta os cachorros. **Revista Blender**. Estados Unidos, 2004. Disponível em: <<http://www.x-britney.com/britney/revistas/2004-janeiro-blender/>> Acesso em: 4 out. 2013, 21h.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. México, D.F.: Editora Grijalbo, 1995.

CHARAUDEAU, Patrick. O contrato de comunicação na sala de aula. In: **Inter-Ação**, Goiânia, v. 37, n. 1, p. 1-14, jan./jun. 2012.

_____. **Le discours d'information médiatique: La construction du miroir social**. Noisy-le-grand: Nathan, 1997.

COELHO, Maria Cláudia. **A experiência da fama: individualismo e comunicação de massa**. Rio de Janeiro: FGV, 1999.

CONSTANTINO, Tânia. **Identidade Social – Categorização, Identidade e Comparação**. Disponível em: <http://nomeiodapsicologiaedasociologia.blogspot.com.br/2009/03/blog-post.html>. Acesso em: 01 nov. 2013, 22h.

CUNHA, Luísa Margarida Antunes da. **Modelos Rasch e Escalas de Likert e Thurstone na medição de atitudes**. [dissertação de mestrado]. Lisboa: Universidade de Lisboa Faculdade de Ciências, 2007.

DALMONTE, EF. **Pensar o discurso no webjornalismo: temporalidade, paratexto e comunidades de experiência** [online]. Salvador: EDUFBA, 2009, 256 p. ISBN 978-85-232-0589-8.

DOISE, Willem. Da psicologia social à psicologia societal. São Paulo, **Revista Psicologia: Teoria e Pesquisa**, vol.18, n.1, p.027-035, Abr, 2002.

_____. Atitudes e Representação Social. In: JODELET, D. (Org.) **As Representações Sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001, p.187-203.

DUARTE, Jorge, BARROS Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica” da midiaticização. **Revista Matrizes**, nº 2, p.89-105. São Paulo: ECA/USP, 2008.

_____. A midiaticização produz mais incompletudes do que as completudes pretendidas, e é bom que seja assim. Instituto Unisinos, **Revista de São Leopoldo**. Edição 289, 13 abr 2009. Entrevista concedida à Graziela Wolfart. Acesso em: 28 abr. 2013, 20h. Disponível em: <http://goo.gl/uNCi9>

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

_____. **O desmanche da cultura**. São Paulo. Nobel, 1997.

FERRARI, Márcio. Uma ajuda à natureza. **Revista Veja**, Rio de Janeiro, ed. 1613, p. 54. 1 set. 1999.

FIGUEIREDO, Livia Marques Ferrari de. TUZZO, Simone Antoniaci. **Célebre sociedade**. Goiânia: Kelps, 2011.

FLICK, Uwe. **Introdução a Pesquisa Qualitativa**. 3ª Ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FLORES, J. **Analisis de datos cualitativos** – Aplicaciones a la investigación educativa. Barcelona: PPU, 1994

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GOMES A. M. T; OLIVEIRA D. C. Estudo da estrutura da representação social da autonomia profissional em enfermagem. **Revista Escola de Enfermagem da USP** [periódico na Internet], São Paulo, v. 39 n° 2, p-145-153, 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/reeusp/v39n2/04.pdf>. Acesso em: 09 jul, 2013, 10h.

GUARESCHI, Pedrinho A. **Comunicação & Poder: A presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina**. 10ª Ed. Petrópolis: Vozes, 1987.

Ingênuas e virgens? Ou experientes e sexy? Prestes a lançar novo disco, Britney Spears se diz com um pé de cada lado. **Revista Capricho**. Estados Unidos, 2001. Disponível em: <<http://www.x-britney.com/britney/revistas/2001-outubro-capricho/>> Acesso em: 4 out. 2013, 21h.

Já esta dando dó. **Revista Veja**, Ed. 1999, p.102, 2007.

JODELET, Denise. **As representações sociais**. Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru (SP): EDUSC, 2001.

MAHEIRIE, K. **Constituição do sujeito, subjetividade e identidade**. Interações (Universidade São Marcos), São Paulo/SP, v. VII, n.13, p. 31-44, 2002.

Mas quem está reclamando? Uma visão da nem sempre glamurosa vida da superstar mais comentada. **Seventeen**. Estados Unidos, 2001. Disponível em: <<http://www.x-britney.com/britney/revistas/2001-dezembro-seventeen/>> Acesso em: 7 jun. 2013, 20h.

MARTINS, Sérgio. Santa do pau oco. **Revista Veja**, Rio de Janeiro, Ed. 1674, p. 161. 8 de nov. 2000.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: MakroBooks, 2010.

MENIN, M. S. S. **Representação Social e Estereótipo:** A Zona Muda das Representações Sociais. São Paulo, Psicologia: Teoria e Pesquisa, v. 22, n. 1, p. 043-052, 2006.

MENIN, M. S. S. **O aspecto normativo das representações sociais:** comparando concepções. Cuiabá, Revista Educação Pública, v. 6, nº 30 p. 121-135, 2007.

MORIGI, V. J. **Teoria Social e Comunicação:** Representações Sociais, Produção de Sentidos e Construção Dos Imaginários Midiáticos. Revista E-Compos, v. 1, nº 1, 2004.

MORIN, Edgar. **As estrelas:** mito e sedução no cinema. 3 ed, Goiânia: Jose Olympio, 1989.

MOSCOVICI, S. & DOISE, W. **Dissensões e consenso:** uma teoria geral das decisões coletivas. Coimbra: Horizonte de Psicologia (Tradução de M. Fernanda Jesuíno), 1991.

_____. **Conflict & Consensus:** A general theory of collective decisions. (W.D. Halls, Trans.). Thousand Oaks: SAGE Publications, 1994.

_____. **Dissensions et consensus.** Une théorie générale des décisions collectives. Paris : Presses universitaires de France, 1992.

MOSCOVICI, Serge. **Representações Sociais.** Investigações em Psicologia Social. 4 ed, Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

NASCIMENTO-SCHULZE, C. M.; CAMARGO, B. V. **Psicologia social:** representações sociais e métodos. Temas em Psicologia da SBP, Santa Catarina, v. 8, nº 3, p.281-299, 2000.

NERY, V. C. A; TEMER, A. C. R. P. **Para entender as Teorias da Comunicação.** 2ª ed. Uberlândia: Aspectus, 2009.

O Caminho Para Ruína. **Blender Magazine.** Estados Unidos, 2008. Disponível em: <<http://www.x-britney.com/britney/revistas/2008-marco-blender/>> Acesso em: 7 jun 2013, 20h.

OLIVEIRA, Márcio de. **O Conceito De Representações Coletivas:** Uma Trajetória Da Divisão Do Trabalho Às Formas Elementares. Debates do NER, v. 13, p. 67-94, 2012.

OLIVEIRA D. C.; COSTA T. L. **A zona muda das representações sociais sobre o portador de HIV/AIDS:** elementos normativos e contranormativos do pensamento social. *Psicologia Teoria e Prática*, Brasília, p. 73-91, 2007.

Patrulha do Umbigo. **Revista Veja**, Rio de Janeiro, Ed. 1714, p. 94. 22 ago, 2001.

PENA, Felipe. **A vida é um show.** Celebridades e heróis no espetáculo da mídia. 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pena-felipe-vida-show.pdf>

PERUZZOLO, Adair. **Teoria da Comunicação Social**, 2006.

POYARES, Walter. **Imagem Pública:** Glória para uns, ruína para outros. São Paulo: Globo, 1997.

QUIVY, R.; CAMPENHOUDT, L. **Manual de investigação em ciências sociais**, Lisboa: Gradiva, 1992.

RATEAU, Patrick. **Teoria da Representação Social.** Tradução: Claudia Helena Alvarenga. In: Van Lange, P.A.M.; Kroglanski, A. W.; Higgins, E. T. (Org.). *Handbook Of theories of social psycholog*, v.2. Londres: SAGE, 2012.p.477-497. Título original: *Social Representation Theory*. Tradução não publicada. Disponível em: <http://www.mazzotti.pro.br/styled/downloads-4/files/trad-rateau003amolinerguimelliabric.pdf>> Acesso em: 28 nov, 2013, 20h

ROCHA, Everardo P. Guimarães. **A sociedade do sonho:** comunicação, cultura e consumo, Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

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

Seu ensaio mais sexy! Sua entrevista mais reveladora! **CG.** Estados Unidos, 2003. Disponível em: <http://www.x-britney.com/britney/revistas/2003-novembro-gq-inglaterra/>> Acesso em: 7 jun 2013, 20h.

SFEZ, Lucien. **Crítica da Comunicação.** 4ª ed. São Paulo: Loyola, 1994.

SILVA, M. A. S. M. e. **Sobre a Análise do Discurso.** *Revista de Psicologia da UNESP*, São Paulo, v. 4, nº 1, 16-40, 2005.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SIMÕES, P. G.. **A mídia e a construção das celebridades:** uma abordagem praxiológica. Logos (UERJ. Impresso), v. 31, p. 64-76, 2009.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura:** a comunicação e seus produtos. Petrópolis: Vozes, 1996.

SPINK, M. J. P. **As Representações Sociais como Formas de Conhecimento.** Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, p. 300-308, 1993.

_____. **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano:** aproximações teóricas e metodológicas. 3 ed. São Paulo: Cortez, 2004.

STERNS, Peter N. **A infância.** São Paulo: Editora Contexto, 2006

THOMPSON, John B. **O escândalo político:** poder e visibilidade na era da mídia. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **A nova visibilidade.** Revista Matrizes, São Paulo, v. 1, nº 2, p. 15-38, 2008.

TUZZO, Simone Antoniacci. **Deslumbramento Coletivo:** Opinião Pública, mídia e universidade. São Paulo: Annablume, 2005.

WAGNER, Wolfgang. **Sócio-Gênese e Características das Representações Sociais.** In: MOREIRA A. S. e OLIVEIRA, P. & D. C. (Orgs.), Estudos interdisciplinares de representação social. Goiânia: AB, 1998, p. 3-25.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Questionário/Formulário utilizado na Pesquisa

Pesquisa sobre a cantora Britney Spears

1- Relacione as 5 primeiras palavras ou expressões que lhe vem a mente quando você ouve o nome da cantora Britney Spears:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

2- Ordene as palavras ou expressões da questão anterior por ordem de importância:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

3 - Quais as 5 palavras ou expressões que você acha que as pessoas diriam ao ouvir o nome da cantora Britney Spears:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

A partir da escala abaixo e das expressões apresentadas indique o seu grau de concordância ou discordância, levando em consideração que o número 1 significa que você discorda completamente e o número 5 você concorda completamente. Sobre a cantora Britney Spears:

4- Cantora pop norte americana com sucesso em todo o mundo

1 () 2 () 3 () 4 () 5 ()

5- O envolvimento com álcool e drogas coloca a cantora em situação de decadência

1 () 2 () 3 () 4 () 5 ()

6- Mesmo envolvida em escândalos, a cantora ainda se sobressai no mundo da música

1 () 2 () 3 () 4 () 5 ()

7- É típico das celebridades se envolverem em confusão

1 () 2 () 3 () 4 () 5 ()

8- Muito do que se diz na mídia em relação à cantora é resultado do que é publicado na própria mídia

1 () 2 () 3 () 4 () 5 ()

9- A cantora possui um padrão de beleza que muitas pessoas desejam alcançar

1 () 2 () 3 () 4 () 5 ()

10- As pessoas acreditam no que é pautado sobre a cantora nos meios de comunicação

1 () 2 () 3 () 4 () 5 ()

ANEXOS

ANEXO A – Matéria publicada em Setembro de 2007 pela Revista Allure

Britney Hold On

Com seu primeiro single, Britney Jean Spears, de Louisiana, redefiniu o que significa ser uma pop star. Mas nada está tão fácil ultimamente em seu caótico mundo meticulosamente documentado.

O que eu faria se eu estivesse com 25 anos, fosse mundialmente famosa, inimaginavelmente rica, e ninguém pudesse se quer dizer não para mim? Primeiramente, eu dormiria com Dick Cheney (é o meu mundo, seja bem-vindo a ele). Então eu pegaria os tutores secretos dos meus filhos e me mudaria para a Inglaterra, compraria um castelo, instalaria aquecedor, ar condicionado e tudo seria Wireless, e iria recepcionar todos os estudantes, inventores, políticos e comediantes que queriam me conhecer. Emma Thompson seria minha melhor amiga. Eu faria ótimas festas. Eu provavelmente também beberia muito.

Eu tive muito tempo para refletir sobre essa pergunta. Quatro dias para ser preciso. Esse é o tempo que eu estive esperando por Britney Spears vir me ver. Eu estava no Sunset Towers em West Hollywood, pronto para dirigir sua entrevista de retorno. Todos estávamos muito ansiosos.

Eu admito que não entendia muito bem o controle que ela tinha sobre a imaginação pública. Spears é uma tremenda dançarina, com modestos talentos musicais; Ela é como a garota mais fofa da escola mais fofa de Fofolândia, EUA. É uma aparência que não se encaixa muito bem com sua idade. Mas é o que garotas querem ser, e é o que atrai homens de meia idade em todos lugares: garotas de 10 anos querem ser ela e homens de 40 anos querem fazer com ela. Isso criou a mulher que vendeu mais de 31 milhões de cópias de álbuns nos Estados Unidos, e fez dela, com menos de um quarto de século, a oitava cantora que mais vendeu na história da América. Entretanto, de alguma forma isso não foi o suficiente. Quando o raio de criatividade definiu, abrindo caminho para os bebês e para o completamente previsível marido, que era Kevin Federline, ela sempre pode contar com os mais leais depreciadores, os tabloides. De todo dinheiro que ela fez na indústria musical, aposto que é insignificante perto do que ela rendeu para Us Weekly, People e o National Enquirer. Sério, eles não poderiam ter inventado uma vaca que desse mais dinheiro. A maior celebridade do planeta anda com os pés descalços no posto de gasolina! A maior celebridade mostra sua calcinha ao sair do carro —

Ah, Espere! Ela não está de calcinhas!!! Cada ferida, cada quilo ganho ou perdido, cada momento cambaleante: registrado para sempre.

De maneira engraçada, com minhas versões das notícias, reinventei a princesa pop, eu queria ajudar. Muitos querem. Segunda à noite, me hospedei no hotel. Minha entrevista com Britney estava marcada na casa que ela está alugando às 13h na terça-feira. Às 12h15 de terça, eu estava num táxi, quase lá, quando uma ligação do publicitário chegou. Britney foi atrasada por um trabalho importante no estúdio de música e não poderia me encontrar. E amanhã? Claro, o trabalho em primeiro plano. Eu estaria lá no dia seguinte. Os paparazzi encontraram ela poucas horas depois no salão fazendo as unhas (rs). Naquela noite me encontrei com meu tio, o ator Barry Newman, para jantar. Meu tio não aprova essa nova geração de estrelinhas (apesar dele ter namorado com algumas delas). “Na minha época ninguém nunca perderia um compromisso como esse, não importa o quão importante a pessoa fosse. Nós tínhamos respeito.” Claro, este era o homem que no auge do movimento feminista gostava de falar aos repórteres que mulheres deveriam ser pés descalças e grávidas, então talvez respeito seja um termo relativo para ele. Entretanto, ele estava certo. Outro dia, outra crise. Algo haver com a batalha pela custódia com Federline. Lá estava tsuris — ou de qualquer forma a versão Louisiana dela. Eu podia ficar mais um dia?

Eu fiquei pensando na conversa que eu tive com Moby uns dias atrás. Moby produziu uma música para o álbum dela de 2003, *In The Zone*, chamada *Early Mornin*. Ele me disse que ela era amável e mais educada do que as pessoas achavam. Ela também estava preocupada de uma maneira que ele não pode entender. Ele me deu uma pergunta para fazer: Qual sua cidade preferida no mundo? “Descreva a festa perfeita, descreva seu dia perfeito. Quando se tem uma criança de quatro anos destrocada não se pergunta ‘o que está errado?’ Você diz: Aqui um lápis de cera, desenhe algo legal!” Então eu esperei, e mandei e-mails. Amigos mandaram e-mails dizendo o que achavam. Meu amigo Spencer estava levando seu filho de 8 anos para ver *Crossroads*, o primeiro filme dela. E não eram apenas pessoas que eu conhecia. Todos jornalheiros, todos taxistas em LA pareciam saber uma história de Britney. Eu comecei a pensar em todas essas histórias como “fococas modificadas”, já que a maioria aconteceu com um amigo de um amigo de um amigo que encontrou com ela na reabilitação. E de acordo com um homem, cujo amigo aparentemente tinha um bar de strip tease, Britney era uma frequentadora assídua. As histórias me deixaram mais triste. Contudo, enquanto eu estava no hotel, Britney estava no Neiman Marcus em Beverly Hills com um ajudante para compras, gastando 32,849 dólares. Eu comi uma ótima salada no hotel por 25 pratas.

Essa não foi a primeira vez que eu tentei uma entrevista com Britney. Entre 2000 eu fui escolhida para entrevistar ela com um artigo vetado pelos publicitários dela. Nossa

entrevista aconteceu pelo celular enquanto ela estava dirigindo pela avenida de LA. “Eu não dirijo muito bem.” Ela confessou, em resposta a vários sons vindo do carro dela. Depois de muita prosa eu descobri as cores favoritas dela (azul e rosa bebê), o tipo de comida que ela mais gosta (sorvete, cachorro quente, galinha, almôndegas) e o que ela estava lendo no momento (horóscopos). Eu perguntei o que ela achava da fama dela. Todo mundo pensa em você como uma “não humana” eu só quero ser uma garota normal, não um modelo a ser seguido, exceto para minha irmãzinha. Mas, não posso me preocupar com a opinião dos outros sobre mim, senão eu enlouqueceria. Ela estava perto de fazer 18 anos. Eu perguntei em quem ela votaria na sua primeira eleição presidencial. “Meu papai e minha mamãe são legais, em quem eles votarem eu votarei também.”

Em 28 de junho de 2007, depois de seus pais e seu empresário a forçarem a entrar em reabilitação sem maiores explicações, ela entregou uma carta publicamente à sua mãe, pedindo para ela se manter afastada dos seus filhos. Em West Hollywood, eu pedi uma limusine para me levar a um ensaio fotográfico em Santa Mônica, para uma nova fragrância de Britney Spears, *Believe*. A entrevista estava marcada para às 12h, mas só começou 3h depois. Um representante da Elizabeth Arden gritou comigo e com o publicitário. Aparentemente ele não estava informado sobre a entrevista, e às 5h do ensaio fotográfico estavam custando 400 mil dólares(!) Eu sugeri que conversássemos enquanto ela estava fazendo o cabelo e a maquiagem; ele sugeriu que eu desse o fora. Então eu fui; Eu estava começando a curtir a variedade de saladas que existem em Los Angeles. Convidei o motorista da limusine para almoçar comigo — estarrecido, ele recusou. Quatro horas depois eu voltei ao estúdio querendo ter certeza que estaria lá assim que o ensaio acabasse. Eu estava com medo que uma cansada e irritada Britney recusasse. Não deveria ter me preocupado, ela já tinha ido embora. De acordo com as fontes, ela saiu chorando muito, a sessão fotográfica inacabada. Mas os representantes dela continuam dizendo que ela terminou mais cedo. Eu não queria mais pensar no cara que gritou comigo.

Mas tudo não estava perdido, fiquei sabendo que Britney queira muito me dar um tempo de toda atenção dela, e seu publicitário me disse para encontrar com ela no Four Seasons Hotel. Talvez, sentindo ter perdido uma oportunidade por ter recusado minha inapropriada proposta de almoço, durante a viagem de 45 minutos eu descobri que: a) Ele (o motorista) não acreditava que ninguém nascesse gay. b) Que ele não era gay, e c) Ele já dirigiu para Britney várias vezes. Ela era rude. Nós fomos para os portões onde meu editor da Allure ligou. Britney não iria aparecer. Aparentemente, o publicitário de Britney estava muito humilhado para me ligar mais uma vez. Pensei em chamar o motorista da limusine para jantar, pensei melhor, desisti.

Na revista, havia uma conversa sobre ficar mais um dia. Em casa, havia uma conversa sobre divórcio. É, eu decidi ir para casa. Meu avião era às 10h da manhã. Entrei no quarto do hotel, e fui para o computador. Meu amigo, NYC psicoterapeuta, Jane Greer, me ligou.

“O fato dela não ter aparecido mostra o quão despreparada ela está neste ponto. Obviamente, eu nunca tratei dela, mas ela deveria parar esse seu mundo se tomasse a medicação apropriada.” Greer, que tem um número de pacientes bipolares, não acredita que a reabilitação resolveu todos os problemas.

“Ela provavelmente tem uma desordem bipolar. Os episódios maníacos de impulsividade, e perda de controle — as fotos, a cabeça raspada, bater no carro de fotógrafos com um guarda chuva — é o que vemos. Parte do comportamento maníaco é a fuga da realidade e a raiva. Pessoas maníacas ficam irritadas com pessoas que tentam e tiram dela do mundo ‘imaginário’ — como sua mãe por exemplo — introduzindo qualquer elemento de realidade em sua vida.”

“O que o público não vê são os episódios depressivos, onde beber é uma tentativa de se medicar — de fazer ela se sentir melhor, e manter os demônios à distância”.

Isso faz sentido para mim. E isso também faz mais sentido: aí está uma garota que quer uma vida normal, com amor genuíno e aceitação genuína. Mas desde que ela era muito nova, Spears teve, na maior parte do tempo, fama. O que te confunde? O que te faz lamentar? Spears deve também estar gritando: Eu quero o seu amor, mas você vai continuar me amando se eu ficar bêbada? Você me amou quando eu era fofa, você me amou quando eu era bonita, você me amou quando eu disse que era virgem.

E agora, você me ama?

ANEXO B – Matéria publicada pela Revista Cleo em 2002

Britney: Não É Aquela Inocente

A coisa que mais chama atenção em Britney Spears não é a sua famosa barriga, e também não é o seu abdômen torneado, ou a sua farda de ...*Baby One More Time*. É como os seus olhos castanhos são. Eles são grandes e escuros, e ficam perplexos quando você faz uma pergunta e ela não entende.

No seu último álbum, que foi dado o nome de "Britney", ela causou muito ao dizer que não é mais uma menina. Mas ela não acha que é uma mulher ainda, também. A sua imagem de inocente de um minuto, e a próxima imagem sexy, fazem parte do jogo?

É difícil acreditar que ela foi esquecida pela fálica simbologia de uma cobra que se apresentou no MTV Awards. Ou — *Oops* — ela não fazia idéia de que o nível de testosterona poderia subir em uma escala global quando apareceu. Se a afirmação de castidade é verdadeira, o seu namorado do grupo N' Sync, Justin Timberlake, deve estar subindo pelas paredes.

Até mesmo pessoalmente, ela tem a confiança que precisa. Britney pode começar falando toda tímida, como se estivesse cochichando, e depois soltar uma gargalhada bem alta. Ela sempre apimenta as suas respostas com “Você sabe?” e “sinceramente!” com o sotaque de Louisiana, e dificilmente pára para poder respirar. Sabe, é serio. Apenas para escutar as nossas perguntas.

A direção da sua música mudou?

Bem, é um pouco mais Hip-Hop e com influências do R&B, definitivamente. É mais a minha reflexão e quem sou.

Você co-escreveu algumas das músicas no seu último álbum. Isso foi um novo desafio? Foi muito diferente. Normalmente eu vou ao estúdio e as músicas já estão prontas. Mas foi uma coisa legal porque o produtor e eu podemos sentar e discutir, e ver o que podemos criar juntos. Algumas vezes a gente nem tinha uma concepção da música ou qualquer outra coisa. Nós apenas começamos tocando musicalmente e era tipo, “Oh, isso é legal vamos fazer isso”, você sabe?

Você é uma das jovens mulheres do mundo mais rica. Com o que você gasta o seu dinheiro? Roupas! Eu amo Dolce & Gabbana e Versace, mas sinceramente? Eu gosto de gastar meu

dinheiro com as coisas do Shopping. Eu gosto de ir à Urban Outfitters e Abercrombie & Fitch, eu amo a Lush, porque nós não a temos aqui nos Estados Unidos.

Você compra suas próprias roupas ou você têm estilistas?

Muitas das vezes eu vou comprar com os meus estilistas antes de lançar um novo álbum ou uma turnê, assim eles podem ter uma idéia do que eu gosto. E então eles vão fazer as compras pra mim, pois eu não tenho tempo para fazer isso. Então eles sabem o meu estilo e eles aparecem com, tipo, um monte de coisas diferentes que eles sabem que eu vou gostar, e então eu escolho.

O que a sua mãe acha dos estilos de algumas das suas roupas?

Eu nunca usaria alguma coisa que faria minha mãe se sentir desconfortável, entende? Então mostrar apenas a minha barriga está tudo bem pra ela.

Você parece ter uma imagem dupla – inocente, a queridinha da América e a megera rude. Qual dessas duas é a verdadeira Britney?

Nós todos temos lados diferentes, entende? Eu penso assim, quando eu estou no palco, pessoalmente, é a minha hora de me expressar e ir aos lugares aonde eu normalmente não iria, sabe. Acontece a mesma coisa com os atores quando eles fazem um filme. É apenas entusiasmante. Honestamente, na vida real, quando eu estou com muitas pessoas, eu sou um pouco tímida. Eu não falo muito, então eu acho que provavelmente está é a verdadeira Britney, mas quando eu estou nos palcos essa é a hora de fazer a minha performance.

Irrita você quando cantoras como Christina, Mandy e Jessica são rotuladas como clones de Britney — ou você se sente lisonjeada?

Eu realmente não as escuto sendo chamadas dessa forma, mas eu acho que lisonjeada, entende? Eles dizem isso porque todas nós somos jovens e essas coisas. Talvez seja porque nós temos a mesma cor de cabelo ou qualquer outra coisa. Mas todas nós temos o nosso próprio e único estilo de som. Eu conheci todas elas e todas nós demos um “Oi”, bem rápido. Christina e eu costumávamos ser ótimas amigas quando nós fazíamos parte do The Mickey Mouse Club e ela me ligou recentemente e nós íamos tentar ficar juntas e tal. Nós temos estado ocupadas, mas os nossos programas estão ficando um pouco mais tranquilos. Você tem algum segredo de beleza?

Sinceramente, apenas dormir e descansar muito, você sabe? E sempre tiro uma soneca. Se eu posso, durante a gravação de um vídeo eu sempre tiro um cochilo. Eu posso deitar em um colchão ou em qualquer coisa. É sério, eu posso. Mas você quer saber de uma coisa? Eu acho que eu estou crescendo porque o meu irmão mais velho chegou a um ponto, quando ele tinha a minha idade, que ele dormia o tempo todo.

A batida de carro em que você e Justin foram “mortos” faz você pensar sobre a morte? Eu achei que foi um pouco cruel, você sabe? Minha família tem tentado estar em contato comigo todo dia e eles estavam ficando loucos. Meu namorado estava tentando ficar em contato comigo e as coisas estavam esquisitas, entende? Tem muita coisa acontecendo e mais tarde você percebe que qualquer coisa pode ocorrer, qualquer dia, entende? Então você deve aproveitar todos os momentos.

Com que frequência você vê o Justin?

Nós tentamos não ficar três semanas sem nos ver, e quando a gente não está junto, nós tentamos saber um do outro o máximo que pudemos.

Você acha que o casamento está nos planos?

Eu amaria ficar com ele para sempre, mas eu não sei se ele conseguiria me suportar. [risadas] Eu sou um pouco temperamental às vezes. Eu sou de Sagitário. Temperamento muito difícil, muito independente e eu gosto de ter liberdade. Ele é de Aquário e ele gosta dessa liberdade também, e ele é muito cabeça dura...então é legal.

Você se sente como se tivessem roubado sua infância toda?

Sinceramente, eu vivi uma infância normal, sério, eu saí da escola quando estava no último ano e foi quando eu comecei a frequentar a Universidade de Nebraska [ela estava registrada em um programa de educação em casa]. E eu tinha, tipo, 16 anos na época. Então antes disso, tipo, sério, eu comecei o programa, eu fiz tudo, sabe. Mas eu estou muito feliz fazendo isso. Eu ainda vou para casa e saio com meus amigos. Eu ainda faço coisas normais. Eu não estava muito interessada na escola. Eu fiz direitinho, como você sabe, mas eu ficava muito entediada na escola.

A relação com seus amigos mudou depois que você se tornou famosa? Não. Eu estou sempre com meus amigos quando eu posso. Honestamente, nós saímos para um bar ou qualquer coisa. Meus amigos em casa não me vêem como Britney Spears, a estrela — eles me vêem como, sei lá... Britney Spears, a garota de Kentwood, Louisiana que trabalha na barraca da avó vendendo peixe.

Você já pensou em simplesmente pegar o dinheiro e descansar?

Bom, eu sei que poderia fazer isso amanhã, mas eu gosto do que faço, sabe? É legal. Honestamente é. Tem muito trabalho duro às vezes. Mas sabe, contanto que eu possa ver meu namorado às vezes... Sério! Sabe, eu me acalmo. Eu pego as coisas ao meu redor que me deixam feliz. E eu estou bem e, sabe, de verdade...

O que você vai fazer depois que sua carreira pop acabar?

Eu nem penso nisso. Eu vivo o momento. Eu não sei, você sabe? Eu definitivamente tenho uma visão de eu e meu marido e meus filhos em nossa piscina e coisas assim. Mas eu sei que a música sempre será parte de mim, seja compondo, produzindo ou cantando no palco.

O que você achou da blusa da Madonna em homenagem a Britney? Eu achei que foi muito fofo. Eu vesti uma das blusas dela dos anos 80. Eu comecei isso e eu acho que ela me viu e então vestiu uma em homenagem.

Você ficou chateada quando as pessoas sugeriram que Madonna vestiu a dela ironicamente? Como assim?

Madonna quis fazer uma piada com isso?

[fica em silêncio] Eu acho que ela declarou que isso foi genuíno. Ela disse que, sabe, ela gostava de mim em uma entrevista e dedicou uma música do show dela para mim. Aquilo foi muito legal.

Existem bonecas da Britney, e seu rosto está em um monte de propagandas. Você já se sentiu mais como Britney, o produto do que como a pessoa?

Não muito. Eu digo, isso é uma coisa que vai paralelo ao que eu faço, e se isso vai colocar um sorriso no rosto das pessoas, então essa é a minha missão.

Quem você acha que poderia te interpretar em um filme sobre a sua vida? Primeiramente, eu nunca queria ter um filme sobre a minha vida, eu nunca seria convencida assim! Eu não estou tão interessada nisso também, mas se isso viesse a acontecer, deixe-me ver... Eu gosto da garota que fez Traffic (Erika Christensen).

Você fica impressionada com as pessoas interessadas em você?

Sim, eu acho que é fascinante. Você não ficaria? É meio, sabe, bizarro, que às vezes que eles te achem tão interessante.

Se você fosse a entrevistadora, que pergunta você faria para si mesma? Nenhuma, eu só conversaria e seria legal.

ANEXO C – Matéria publicada pelo site Último Segundo em novembro de 2011

Britney Spears faz playback durante 1h30 em show em São Paulo

Cantora só usou a própria voz para conversar com a plateia de 30 mil pessoas no Anhembi

Britney Spears subiu ao palco da Arena Anhembi nesta sexta (18). Falou algumas palavras ao público, distribuiu sorrisos, dançou com um fã, trocou várias vezes de roupa. Mas não cantou. Não que isso seja alguma novidade: até os admiradores mais ardorosos da artista admitem que ela faz playback.

Em sua defesa, os fãs dizem que a prática é comum na música pop. É verdade. Mas alguém que não cante em nenhum momento sequer do show, como Britney fez em São Paulo, é raridade. As únicas vezes em que se ouviu a voz de verdade da artista foram nas conversas com a plateia.

Essas rápidas palavras trocadas com o público deram outro argumento a favor do playback. Afinal, se Britney conseguiu soar esganiçada, talvez não cantar seja mesmo uma decisão acertada.

Outra justificativa dos fãs para o playback é que é difícil para qualquer pessoa cantar enquanto dança. Mais uma vez, é verdade. Mas o problema é que, na maior parte do show, a dança de Britney se resume a andar de um lado para outro do palco. A coreografia exige bem pouco dela.

Por que pagar até R\$ 600 (preço de um ingresso da pista premium) para ver uma cantora que não canta? A explicação é simples: Britney é uma celebridade. E o que o público quer de uma celebridade, mais do que possíveis amostras de talento, é a sensação de proximidade.

O importante é estar perto do ídolo (ou nem tão perto, no caso de quem comprou ingresso para a pista comum). Esse fenômeno, é óbvio, é norma nos shows de vários artistas. Mas o normal é que essa proximidade seja apenas um dos vários atrativos de uma apresentação. No caso de Britney, é o único.

Em todo o caso, foi o suficiente para deixar satisfeitas as 30 mil pessoas que ocuparam a Arena Anhembi nesta fria noite de sexta-feira. Após a apresentação, ouvia-se conversas aqui e ali sobre o playback, mas sem indignação ou muito menos revolta. Um comentário ouvido de passagem resumiu a impressão geral: "você esperava o que, que ela cantasse?".

A apresentação começou às 22h em ponto. Britney apareceu vestida de branco, "cantando" "Hold It Against Me", faixa de seu mais recente disco, "Femme Fatale" (também o nome do show). O público, animadíssimo, cantou (sem aspas) com ela todas as músicas desse primeiro bloco, que terminou com "Piece of Me".

O segundo bloco foi o mais fraco da noite, e nem o recurso de trazer um fã ao palco para ficar sentado enquanto a cantora dançava em seu redor conseguiu animar. As coisas melhoraram no terceiro bloco, que trouxe Britney usando um figurino egípcio e cantando "Gimme More".

No quarto bloco, a artista apareceu vestida de motoqueira para cantar o seu primeiro sucesso, "...Baby One More Time". Um pouco depois, foi a vez de outro hit, "I'm a Slave 4 U", talvez a música mais aplaudida da noite. Após "Womanizer", o show terminou. Mas Britney, obviamente, ainda voltou para o bis. Foram só mais duas canções, "Toxic" e "Til the World Ends". Após 1h30 de playback, o show estava encerrado.

ANEXO D – Matéria publicada pela Revista Blender em 2004

Britney solta os cachorros!

Britney Spears odeia ser entrevistada. Pensa que Christina Aguilera está fora do jogo. Diz que não acredita em ninguém quando se trata de sua música. “Eu não sou mais aquela merda falsa”, ela diz nessa surpreendente Blender.

“Eu não acredito que a Christina disse isso sobre mim”, Britney Spears sussurra.

Na edição de dezembro de Blender, Christina Aguilera tirou um tempo para falar sobre Spears. Começou com Aguilera reclamando sobre como Spears havia recebido toda a atenção do Beijo — ambas as integrantes do Clube do Mickey tocaram os lábios de Madonna durante o MTV Video Music Awards, mas todas as reportagens eram sobre Spears. Aguilera estava especialmente chateada pelo fato de as câmeras da MTV terem cortado do beijo dela para a reação chateada de Justin Timberlake.

“Eu nem havia notado isso”, Spears diz quando os comentários de Aguilera voltam para ela. Ela faz sua cara de Shirley Temple e diz modestamente, “Me desculpe”.

Mas então Blender lê o próximo comentário de Aguilera: quando ela encontrou Spears pela última vez recentemente, ela disse, ela parecia “uma garotinha perdida que precisa de um guia”.

Spears fica chocada com essa declaração; os olhos arregalados. “Isso é engraçado”, ela diz, sem expressar nervosismo, “porque faz dois anos que eu não a vejo, e aí ela chega em mim em um clube na frente de todas essas pessoas e tenta colocar a língua dela na minha garganta! Eu falei, ‘Quem é você?’...”

Spears, visivelmente furiosa com a declaração de Aguilera, continua: “Eu digo, ‘É bom te ver’, e ela diz, ‘Bem, você não está sendo sincera comigo.’ Eu falei, ‘Bom, Christina. Qual é a sua definição de sinceridade? Chegar em garotas e beijá-las depois de não encontrar com elas por dois anos?’ Uma garota perdida? Eu acho que provavelmente é o contrário.”

Você pode perceber que metade de Spears sabe que ela não deveria estar dizendo isso, mas os comentários pouco-amigáveis de Aguilera claramente incomodaram. Ela para e se desculpa, e então, incapaz de resistir, desabafo pela última vez: “Quando alguém é rude com você tantas vezes, é tipo, ‘Sabe de uma coisa, Christina? Eu não sou mais aquela merda falsa. Você dá medo e eu sinto como se estivesse no escuro quando estou perto de você, então eu preciso acabar isso aqui agora.’”

O desabafo é, por um lado, um alívio.

Porque Britney Spears finalmente disse uma coisa que ela realmente queria dizer.

Até esse ponto em nossa entrevista, Spears manteve o auto-controle como uma pedra de gelo. Usando batom e sem expressão, ela entrou na sala, mascarando chiclete, sentou-se, colocou os pés na mesa e olhou a distância por um tempo. Brusco, você poderia dizer. O tipo de entrada que te faz pensar, isso vai ser difícil.

E realmente foi. Até o desabafo de Christina, Spears havia respondido as perguntas educadamente, apesar de nervosa às vezes. Em algumas vezes ela nem respondia, ou dizia, “O que você quer saber?” Ou, rudemente, “Essa é uma pergunta pessoal”. Seguido de silêncio.

Você pergunta quantos cigarros ela fuma por dia. Ela diz rapidamente, “Nove milhões”.

Nove milhões, hum? Você deve ter pulmões de aço.

“É.” E depois, “Eu não sei mesmo. Me desculpe se soa um pouco amargo”, ela diz em sua melhor voz de pedido de perdão, “mas eu fiz um milhão de entrevistas, e é exatamente a mesma pergunta toda vez”. Ela pára e respira. “Já terminamos?”

Nós nem havíamos chegado aos 20 minutos a esse ponto.

Mas então, você entende a pressão que Spears sente.

Ela tem sido uma entertainer profissional por exatamente metade de sua vida. Em quatro anos, ela vendeu mais de 50 milhões de cópias no mundo todo. Ela é a primeira artista feminina em carreira solo a ter seus três primeiros álbuns estreando no topo das paradas. E o mais importante, ela tem sido simultaneamente sido um ídolo e um alvo de maus-comentários devido ao extraordinário poder sexual que ela possui sobre crianças e adultos. Ninguém desde Elvis Presley, usando nada mais que cintura, batidas e um guarda-roupas secreto, deixou tantos americanos tão desconfortáveis. Tudo desde seus seios até sua virgindade tem sido examinado minuciosamente. E ela só tem 21 anos de idade.

Seu mecanismo de sobrevivência tem sido construir um duro exoesqueleto. Ela admite que tem um truque para fugir dentro de si mesma. Ela tem, ela diz, “um jeito muito bom de escapar em minha cabeça. Eu sempre fiz isso. Se não fosse assim, eu já teria ficado louca”.

Mas nós também estamos na era em que os adolescentes que venderam milhões nos anos 90 estão ficando mais velhos. Eles cresceram, e estão ansiosos para nos mostrar como mudaram. O antigo namorado de Spears, Justin Timberlake, foi espetacular com o seu diferentemente adorável álbum, *Justified*. E ninguém conseguiu enterrar a imagem de garotinha-perdida mais deliberadamente — ou com mais sucesso — do que sua antiga rival, Christina Aguilera.

Spears começou seu próprio processo de crescimento em público com seu terceiro álbum, *Britney* (2001), que prometia uma Britney mais sensual, mais adulta, com faixas

como *I'm a Slave 4 U*. Foi direto para o número 1, mas foi o CD dela que vendeu menos. Como uma cantora pop pós-adolescência, ela ainda tem muito a provar.

Seu novo álbum, *In The Zone*, vem em um ponto crítico de sua carreira. Ela trabalhou nele por mais tempo que em qualquer outro trabalho. Depois de completar sua turnê para o *Britney*, ela estava exausta. Sua relação de longo-prazo com Timberlake havia terminado. Ela anunciou que entraria em um “hiato”.

“Bem, na verdade, eu só disse que queria duas ou três semanas de folga”, ela esclarece. “E o mundo inteiro dizia, ‘Oh meu Deus, ela está acabada...’”

Por apenas duas ou três semanas, ela se indulgiu: massagens, comendo morangos e chocolate e assistindo *Steel Magnolias* e *America's Sweethearts* com as amigas. Depois ela começou a se preparar para criar o *In The Zone*. Pelo início de 2003, Spears estava testando novas músicas, levando-as a clubes como o Show, em New York — o local que inspirou o nome de sua nova música produzida por Moby, *Early Mornin'*. Ela se tornou uma frequentadora de nightclubs no ano passado. Apesar de os tabloides publicarem histórias de suas bebedeiras desregradas, ela insiste que eles exageraram. “Eu só bebo dois ou três drinques agora e naquela época. Eu não gosto muito de beber”, ela diz cautelosamente. “Normalmente quando eu estou em um clube, eu estou meio que trabalhando, acreditem ou não. Eu geralmente escrevo uma música, vou lá e coloco nos auto-falantes.”

Mas *In The Zone* é diferente do que veio antes — pela primeira vez, ela co-escreveu a maior parte das faixas: oito de 13. “Eu já estava escrevendo músicas quando estava em turnê pelo mundo”, ela diz. “A única coisa que era assustadora para mim é que eu não sabia se elas eram boas.”

Você acredita em pessoas que te dizem que elas são boas?

“Não. Você não pode acreditar em ninguém”, ela diz. “Você tem que seguir seus sentimentos.”

As músicas em *In The Zone* são sexy, ocasionalmente lascivas. Em *Showdown*, ela murmura, “Eu não quero realmente ser uma tentação / Mas você poderia abrir meu zíper, por favor?” Algumas faixas como *Early Mornin'* retratam sua busca por homens na pista de dança (um cenário que ela insiste ser puramente imaginário).

Apesar do apelo sexual, ela está visivelmente mais confortável cantando sobre sexo do que falando sobre ele.

“Eu nunca falo com ninguém sobre minha vida sexual”, ela diz desinteressadamente.

Se *In The Zone* tem um tema, é o despertar de Spears para sua sexualidade como uma mulher solteira.

“Sim”, ela concorda, “mas eu acho que foi feito saborosamente. Eu não acredito em projeção de você mesmo em um jeito sujo. Mas eu gosto de fazer isso porque eu não tive isso por algum tempo. Eu estava meio obcecada por um momento. As pessoas conversam sobre isso o tempo todo quando elas não têm...”

Não têm o quê?

“Sexualidade em suas vidas.”

Em outras palavras, a foto que ela tem ao lado da cama não é de nenhum gostosão, mas do Mickey, o cachorro dela. “Oh meu Deus! Mickey. Ele é tão fofo!”, ela fala com uma voz fina. A vida de mulher solteira nunca foi tão graficamente explorada como em *Touch of My Hand*. “Um outro dia sem um amante”, ela sussurra, “cada vez mais eu entendo o toque da minha mão”. É sobre Britney sendo ela mesma e, hum, se tocando.

De onde veio isso?

“Humm. Bem, eu não sei. É uma ideia inteligente, porque não existe nenhuma música sobre masturbação.” [Nota do Editor: tecnicamente falando, existem várias — veja no quadro abaixo “Toque Uma!”.]

E masturbação é algo que todo mundo faz?

“Sim”, ela diz, bocejando como se repentinamente tivesse cansado do assunto.

Você se preocupa com a reação que uma música assim irá receber?

“Como assim?”, ela diz rapidamente, com raiva. “Juntar pessoas para falar sobre masturbação? É por isso que eu fiz a música.”

É mesmo?

“Bem, se eles não gostam, não escutem.” Ela estoura em uma explosão de risos.

No sábado, Spears está nos estúdios da NBC em New York para aparecer como convidada musical no *Saturday Night Live*.

Spears corajosamente passa por uma esquete baseada no Beijo, com o comediante no SNL, Lorne Michaels, tentando persuadir, mostrando interesse sexual, ela e Halle Berry a tocarem os lábios uma da outra.

“Eu já dei aquele beijo na Madonna no VMA”, Spears responde, como está no script. “Eu sinto que isso já está ultrapassado.”

Fora do ar, Spears finge estar chocada com a reação ao Beijo.

“É grande demais. Tipo, droga. Tantas garotas beijam umas às outras. Qual é o grande problema? Eu não entendi. Eu honestamente estou tão ocupada com as minhas coisas, eu não presto muita atenção na magnitude das coisas até alguém chegar e dizer, ‘Aquilo foi um grande problema.’”

Missy Elliott disse, “Nós todos sabíamos que Madonna faria algo assim — mas Britney? Foi como ver uma freira beijando um rapper.”

“Ela acha que eu sou uma freira?” Spears debocha nervosa. “É tão estranho como o nosso universo funciona. Uma parte do mundo acha que eu sou, tipo, uma fofa. E a outra parte do mundo acha que eu sou essa virgem sexy. Eu não entendo isso.”

Ainda assim, o contraste claramente faz a marca Britney Spears ser tão poderosa. Tem estado lá desde o início, quando ela mesma escolheu sua roupa de colegial para seu clipe ...*Baby One More Time*. Ela aparece genuinamente confusa quando mães a atacam por encorajar suas filhas a parecerem sexy. Recentemente, numa conferência de violência doméstica, a primeira dama de Maryland, Kendel Ehrlich, disse, “De verdade, se eu tivesse a oportunidade de dar um tiro em Britney Spears, eu acho que daria.” (Ela se desculpou pelo comentário mais tarde.) O que você diria para alguém que diz algo assim?

“Eu diria para relaxar. Eu não sou responsável pelos filhos deles. A única pessoa com quem eu me preocupo é a minha irmãzinha, e é isso. Eu não estou aqui para agradar nenhuma outra família, só a minha.” Ela pausa. “Eu não sei. Eu acho bom que as crianças se expressem.”

Você achou estranho quando você estava sendo entrevistada sobre o Beijo no CNN por Tucker Carlson de gravata-borboleta?

Spears está completamente sem expressão. Ela faz isso muito. “Oh”, ela se lembra repentinamente. “O cara esquisito? Ele era muito sofisticado. Era tipo, ‘Vá pegar um Valium.’ Abençoe o coração dele. Ele estava muito interessado na entrevista, um pouco demais.”

No pequeno palco do SNL, Spears e os dançarinos se apresentam com o primeiro single do *In The Zone*, a colaboração de Madonna, *Me Against The Music*.

Dançando e cantando, Spears está em casa. Ela transborda confiança cantando e dançando. Dentro de poucos segundos, seu chapéu brilhante cai, bagunçando seu cabelo loiro, mas Spears não erra um passo. Quando a música chega aos versos de Madonna, ela não consegue deixar de cantar ao longo das palavras. Ela está visivelmente lisonjeada em ter Madonna como convidada em seu novo álbum.

Spears tem sido fã de Madonna por anos. Na primeira vez que as duas se encontraram, Spears disse desjeitosamente: “Eu acho que devo te abraçar”. “Eu estava meio deplorável”, ela diz, rindo da memória. “Eu não sabia o que dizer. Eu mal posso acreditar que ela esteja no CD.” Não é só que ela esteja no CD; Madonna escreveu o verso espontaneamente. “Eu só pedi a ela que fizesse uma coisinha”, Spears diz, “mas ela realmente se dedicou. Ela fez muita coisa.”

Spears estava em um quarto de hotel em Boston quando a gravação chegou. Quando ela ouviu o verso que Madonna havia adicionado à música, ela estava, ela diz, “mais que surpresa”. Ela chorou.

“Ei Britney / Você diz que quer perder o controle / Venha até aqui; Eu tenho algo para te mostrar...”

A letra poderia ser Madonna generosamente passando o reinado ao novo talento. Mas também poderia soar como uma provocação da velha guarda à novata nervosa. É a hora de perder o controle.

“Se você se acha tão sexy / É melhor me mostrar o que você tem...”

Nos bastidores, Spears não sai com as estrelas. Ela permanece em sua própria área confortável. Ela prefere sair com as amigas. Elas recentemente, ela diz, descobriram os narguilés. O favorito de Spears é o tabaco sabor morango. “Eu nem sabia que existiam coisas como narguilé até duas semanas atrás”, ela diz.

Ela pára abruptamente e pergunta: “Narguilé não é uma erva, é?”

Não.

Ela parece aliviada.

Spears se distanciou de sua criação Batista durante a Nova Fase, auto-terapêutica. Ela lê livros como Peter Maurer: *É Meu Caminho, Um Guia de Átomos, Física e Experiência Humana Para Leigos* (pouco de Física, mas muito de Budismo) e livros de relaxamento e realização pessoal como *O Poder do Agora*, de Eckhart Tolle. No pulso, ela usa a mesma pulseira vermelha da Kabbalah que Madonna usa. “Ela serve para afastar o mal e pessoas te julgando e constantemente te jogando o Olho Mau” < ;q>, Spears diz. “Uma vez que ela recebe tudo o que podia receber, ela cai.”

Ela passa o dedo nela. “Ela deveria cair a cada seis meses. A minha cai todo dia”, ela diz calmamente.

A segunda música que Spears canta no SNL é *Everytime*.

Não é a melhor balada dela, mas a letra, sobre um rompimento, é certamente tocante. Ela canta: “Eu tento acreditar que você está aqui / É o único jeito eu vejo claramente / O que eu fiz? Você parece seguir adiante sem dificuldades.” É uma música para um amor perdido que ela quer de volta. “Eu devo ter te feito chorar / Por favor, me perdoe / Minha fraqueza causou sua dor / E essa música é o meu pedido de desculpas...”

Circula um rumor de que Spears e Justin Timberlake teriam rompido porque ela supostamente teria o traído com o coreógrafo Wade Robson. Timberlake cantou sobre o rompimento

em *Never Again* e *Cry Me a River*, que culpava Spears pelo que aconteceu. “Você não tem que dizer o que fez”, ele cantou. “Eu já sei — eu descobri por ele.”

Você é uma compositora auto-biográfica?

“Eu escrevo sobre mim mesma e minhas experiências, mas não até o ponto onde é tão pessoal que eu me sinta auto-explorada.”

Mas *Everytime* parece ser sobre seu ex.

“Umm”, ela diz, e depois pausa.

É?

Ela responde desinteressadamente: “Essa é uma pergunta pessoal.”

Então você não está dizendo que não é sobre Justin — você só não quer responder por que é pessoal?

Ela concorda sem abrir os lábios: “Mmm”.

Depois disso se segue o tipo de pausa desconfortável que você espera que Spears preencha. Mas é claro que ela não faz isso.

Quatro dias depois do SNL, estamos enclausurados em uma pequena sala de reuniões em Trum Towers, em Manhattan. Nossa entrevista vai especialmente bem.

Você sabe quanto dinheiro tem?

“Eu não sei”, ela diz exasperada. “Eu sei quanto dinheiro eu tenho no meu fundo de garantia, mas isso é uma pergunta pessoal.”

Nós não estamos te pedindo para ser exata. Só diga, você é o tipo de pessoa que fica de olho no dinheiro? Você sabe quanto custa um litro de leite?

“Não sei — \$4,50?”

Durante o seu tão falado hiato, quando Christina e Justin lançaram seus álbuns e ambos tiveram bons resultados, uma parte de você não ficou pensando: “Droga, eu não tenho nada sendo lançado”?

“Eu tive meu momento. Eu tive meu tempo. Eu acho que é inspirador quando Shakira ou Avril Lavigne fazem alguma coisa. Gwen Stefani. Madonna. Nós somos todas artistas verdadeiras. Nós só estamos aqui como modelos tentando levar um pouco de luz ao mundo. É simplesmente isso.”

Então você nunca sofreu acessos de paranoia?

“Do que você está falando?”, ela diz, repentinamente irritada. “Eu não estou entendendo de onde você tirou isso.”

Você ouviu falar que os soldados americanos encontraram uma foto sua em uma parede dentro de um dos palácios de Saddam Hussein no Iraque?

“Encontraram? Isso é assustador.” Ela pega uma garrafa de água. “E daí?” ela pergunta de repente, suspeitando que Blender está tentando encontrar algo de ruim nela.

Na época dos atentados de 11 de setembro, você foi citada como uma das razões das pessoas serem hostis com a América. Você foi alegada de representar a imoralidade e a hegemonia da cultura americana.

“Que diabos você está falando?”

Você já ouviu isso?

“Essa entrevista”, ela diz, “está profunda demais”.

Pausa.

Como você está começando a promover seu novo CD, você tem meses de entrevistas pela frente. Vai ser difícil, não vai?

“Sim, vai.”

Como você pensa que irá enfrentar isso?

Repentinamente, por um segundo, o gelo derrete. Ela relaxa com uma explosão repentina de risos. “Oh, eu não sei. Deus”, ela diz. “Eu malho à noite e faço boxe, e isso alivia muito o stress. Eu amo fazer boxe.”

E presume-se que você imagina estar batendo em jornalista toda vez que usa um saco de areia?

“Não!” Ela ri novamente. “Me desculpe. Eu estou sendo meio rude agora”, ela diz. “E eu me sinto mal por dizer aquelas coisas sobre Christina... mas é que existem coisas um pouco sombrias aí.”

Mais tarde, nós vamos ao Gotham Hall de New York, onde Spears está ensaiando para um especial do ABC. Quando ela chega, ela é levada para frente das câmeras para uma entrevista ao E! que foi encaixada dentro da turbulenta agenda de promoção.

Mais cedo, Spears havia insistido que dessa vez, ela não quer realmente esperar o tipo de mega-estrelato que ela aproveitou uma vez. Alguém acredita em uma popstar quando ela diz isso? Embora, talvez, Spears realmente queira dizer isso.

“Sabe”, ela diz, “agora eu não estou no ponto onde eu quero vender 50 milhões de cópias. Eu estive lá. Está feito. Eu só quero que as pessoas curtam a música”. Ela pausa para tomar fôlego. “Embora fosse legal ir direto para o número 1.”

ANEXO E – Matéria publicada pela revista Seventeen em dezembro de 2002

Mas quem está reclamando? Uma visão da nem sempre glamurosa vida da superstar mais comentada

Você quer odiá-la. Você simplesmente odeia. Afinal de contas, você tem algum amigo que: (a)namora um superstar universal; (b)tem uma casa multimilionária; (c)anda por aí com um guarda-costas que mais parece um urso; (d)merece um show pay-per-view no HBO com uma presença especial da Cher?

Se você respondeu que sim para qualquer uma das alternativas, nós provavelmente não acreditamos em você. A vida de Britney Spears é a mais encantadora que uma garota de 19 anos poderia ter. Mas mesmo com o barulho da multidão cercando-a a cada passo, Britney parece ser bem modesta apesar da fama — provavelmente resultado da vida em Kentwood, Louisiana. Na barulhenta cidade de *Nova York*, onde a provocante do pop havia acabado de terminar sua sessão de fotos para a capa da Seventeen, ela e sua equipe de meia-duzia de pessoas estão agrupadas ao redor de uma TV, assistindo — pela primeira vez — o clipe de *I'm A Slave 4 U*. Enquanto ela se vê no vídeo caminhando sensualmente entre um mar de dançarinos suados em uma cena que pode ser somente descrita como uma orgia, Britney parece chocada com a própria audácia. Ela deixa escapar um gritinho, que como todas as coisas de Brit, é parte da excitação feminina, parte da sedução que interessa os garotos.

Enquanto Britney pode ainda estar surpresa pela própria coragem, nós não estamos. Vamos lá, essa é a mulher que respondeu aos rumores pelo seu “crescimento repentino” aparecendo no Saturday Night Live em um sutiã mecânico programado para mexer seus seios em diferentes direções, e que dividiu o palco com uma cobra viva no MTV Video Music Awards *de 2001!*

Estamos felizes que ela tenha um senso de humor, porque nós estivemos com ela durante um dia nublado (manhã no The Rosie O'Donnell Show e noite em nossa sessão de fotos, antes de Britney se dirigir ao aeroporto para um voo de 28 horas para a Austrália), nós concluímos que não é tão fácil ser Britney. Não acredita em nós? Veja as evidências.

Ela não tem medo de ser chamada daquela palavra com B (Bitch / Vadia) — e nós não estamos falando de “babe” (fofa).

Você percebe depois de minutos de tê-la conhecido, que Britney tem opinião sobre tudo em si, do cabelo (ela o queria perfeito hoje) até de quais músicas tocariam durante o ensaio para a revista (o primeiro CD de Alicia Keys e o último da Macy Gray). E em seu novo CD, Britney,

a estrela está definitivamente chamando o sucesso. “É que eu não queria mais cantar aquele mesmo tipo de música”, Britney diz, enquanto uma maquiadora espalha sombra escura liberalmente em suas pálpebras. “Eu provavelmente sempre vou ser um cantora pop porque eu adoro dançar e cantar, mas quando a gravadora me perguntou o que eu gostaria de fazer musicalmente, eu decidi trabalhar com alguns produtores diferentes – só pra ver no que daria.”

O resultado da sessão de gravação pode ser conferido na mais ambiciosa coleção de músicas de Britney. Há o single produzido por Neptunes, *Slave*; o R&B vaza em *Lonely*; uma versão quente de *I Love Rock & Roll* de Joan Jett; e a impressionante *What It's Like To Be Me*, co-escrita pelo cara, Justin Timberlake, e o quente coreógrafo Wade Robson. Talvez a faixa que mais expresse ao atual estado de mente de Britney seja *Overprotected*, escrita por ela mesma, uma balada que revela sua ascensão à idade adulta; na letra, ela afirma, “Diga olá à garota que sou eu, eu acredito em aproveitar oportunidades... estou tão cansada das pessoas me dizendo como ser.”

“É muito terapeutico para mim poder escrever e dizer o que sinto, mas é um pouco assustador se colocar para fora dessa maneira”, diz Britney, que escreveu cinco das doze novas canções. E aqueles que querem moldá-la dentro de suas visões do ultimato que a princesa do pop encontrou, aquela Britney não é fácil de se convencer: “Nesse mundo, você tem de se expressar se você quer que as coisas estejam certas, então é isso o que eu faço. Se eu tiver que ser assertiva, então eu vou ser.”

Ela é uma prisioneira da fama

A garota não pode sequer andar na rua sem causar uma confusão! “Eu raramente saio”, diz Britney. “Talvez em uma ocasião muito especial, como depois do MTV Awards. Havia um monte de gente no meu quarto de hotel e depois nós fomos dançar em um clube até quatro ou cinco da manhã. Eu adoraria sair mais, mas com todas as coisas que eu tenho para fazer, eu preciso descansar.”

A vida é solitária no topo

O trabalho cansativo de Britney impede que ela passe o tempo que gostaria de passar com a família (irmã, Jamie Lynn, 9; irmão, Bryan, 24; sua mãe/melhor amiga, Lynn; e seu pai, Jamie). “Eu disse à minha mãe que esse ano eu realmente precisava passar mais tempo com minha irmã”, Britney diz. “Estou feliz porque Jamie Lynn vai estar comigo na estrada durante a turnê. Nós contratamos um tutor para ela, e os dançarinos vão dar aulas a ela três vezes por semana.” Então, será que vai haver outro membro da família Spears do topo das paradas? “Jamie Lynn tem uma voz impressionante, é incrível!”, diz Britney. “Ela é muito, muito

talentosa — e ela sabe disso. Ela provavelmente tem uma personalidade para estar nesse mundo melhor do que a que eu tenho. Ela é uma Senhora Diva. Eu vou apoiá-la cem por cento se ela decidir que quer fazer isso.”

Todos esperam que ela esteja perfeita o tempo todo

Até Britney Spears tem seus momentos ruins — apesar do fato de que ela é loucamente linda. Para a sessão fotográfica de hoje, ela chega com um top minúsculo e um jeans cintura-baixa que tem uma fofa borboleta pregada na parte de trás e expõem um pouco de sua calcinha púrpura. Ela não parece muito diferente daquela garota loira popular em qualquer escola, exceto pelo fato de que os dentes de Britney são de um branco ofuscante e seu abdome pode ser qualificado como a oitava maravilha do mundo. Então, a vida deve ser perfeita para ela, certo? “Eu fico insegura o tempo todo. Eu fico mesmo. Mesmo. Tipo muito!”, ela insiste. “Como uma celebridade, as pessoas esperam que você seja e aja de uma certa maneira. Se eu não me sinto bonita um dia e eu estou em algum lugar fora, eu às vezes sinto que as pessoas estão olhando para mim desapontadas como, ‘Oh, essa é a Britney’.” Ela também é rápida rebaixando sua beleza natural. “Qualquer uma poderia ficar bonita com os artistas excelentes com quem eu trabalho”, ela diz.

Justin beija outras garotas... e Britney tem de assistir.

Namorar com um dos solteiros mais cobiçados da América não é sempre um mar de rosas. De verdade! A agenda de Britney e Justin não permite que os dois passem muito tempo juntos, o que pode ser bem duro. Pior ainda é assistir o seu namorado ocupado na frente das câmeras com outra mulher. “Eu só vi um dos cliques dele, e ele está beijando outra garota. Meu coração”, ela diz, apertando o coração dramaticamente. “Eu quase morri. Eu não consigo assistir aquilo, mesmo sabendo que é só atuação. É muito, muito difícil ver o cara que você ama beijando outra pessoa.”

E quando o primeiro filme, *Crossroads*, sair nesse inverno, Justin vai ter que saber lidar com Britney na tela aos beijos com o novato Richard Voll. A atriz iniciante — que interpreta Lucy, uma boa filha que se vê em uma viagem pelas estradas com as amigas — estava tão insegura sobre fazer a cena de amor do filme que inicialmente pediu uma dublê antes de relutantemente ir adiante com o projeto. “Eu não tive nenhum sentimento — nada.” Britney diz sobre o beijo. “Mas você faz parecer tão real, como se realmente você estivesse sentindo aquilo”, ela diz. “Eu li em algum lugar que eu queria tirar minha blusa para a cena. Não! Não!”, ela diz em tom de desaprovação. “Eu não queria sequer beijar o cara. Sério. Isso é tão constrangedor!”

Constrangimento é uma emoção que ela não tem muito mais com Justin, de quem ela é conhecida desde que tinha 11 anos de idade. Eles se conheceram como colegas no Clube do Mickey, e se assumiram como casal oficialmente em setembro do último ano (recentemente Justin chegou a gritar “eu te amo!” para ela do palco no MTV Awards). Mas será que Britney se preocupa com o fato de que já que conheceu Justin ainda tão jovem, ela não terá a chance de namorar outros garotos? “Eu acho que mentalizar é muito triste. Eu fui criada de uma forma que achar seu amor quando você é bem jovem e ficar com essa pessoa para sempre é normal”, diz a romântica antiquada. “Eu queria que as pessoas seguissem esse modelo. Eu acredito mesmo que uma vez que você acha seu amor verdadeiro, você fica com aquela pessoa para sempre.”

Outro desejo de Britney é que as pessoas parem de falar de sua vida pessoal. Você pode culpá-la? A questão da virgindade praticamente se tornou um debate nacional! Nesses dias, ela sabiamente não está falando. “Lidar com isso não é tão difícil”, ela diz. “Se os reporteres me perguntam alguma coisa da qual eu não queira falar, eu simplesmente digo que não é da conta deles.”

Apesar disso, Britney e Justin estão bem sólidos, três rumores não verdadeiros: eles não estão noivos; eles não gravaram um dueto juntos; e J, como ela gosta de chamá-lo, não mora com ela em sua nova casa. “Nós não estamos realmente dividindo a casa. Nós não estamos realmente lá ao mesmo tempo.”

Ela tem de provar que não é a Mariah

Vamos esclarecer: muitos músicos tentaram fazer uma ponta em filmes, e nem sempre com os melhores resultados (pense em Mariah Carey em *Glitter*). Mas Britney abraçou o desafio. “Eu sei que posso não ter feito o papel perfeitamente. É o meu primeiro filme — eu não sabia o que estava fazendo! Foi uma experiência na qual eu aprendi,” ela diz. Se Britney encontrar seu caminho (como ela normalmente faz) essa não será a última vez que nós a veremos nas telonas. “Eu sei exatamente o que quero fazer da próxima vez. Eu quero desafiar a mim mesma. Eu quero fazer uma personagem que seja totalmente diferente de mim — uma em que eu esteja fora de mim.” ET, por favor ligue para a Srta. Spears.

Talvez, se nós pudessemos trocar de lugar com Britney por uma semana, nós iríamos querer voltar para aquela nossa vidinha normal quando chegasse o domingo. Mas seria uma viagem e tanto!

BRITNEY DE VOLTA

Em 10 de setembro de 2001, um dia antes dos atentados terroristas, Britney Spears estava em um estúdio em *Nova York* sendo fotografada para nossa capa. Assim que a sessão terminou, ela foi levada ao aeroporto para fazer um vôo noturno para a Austrália. Por sorte, Britney fez isso fora da cidade em segurança. No dia seguinte, o mundo estava mudado para sempre.

“Eu soube da tragédia assim que saí do avião na Austrália”, Britney diz à *Seventeen*. “A aeromoça nos disse as notícias e nos levou a uma sala reservada onde nós pudemos assistir o CNN. Eu fiquei devastada com as palavras. Meu irmão vive em Nova York e eu estava muito preocupada até que ouvi da minha mãe que ele estava bem.”

Foi difícil para Britney estar a milhares de quilômetros distante dos entes queridos diante de tal traumática situação. “Minha fé me levou adiante”, ela diz. “Eu me conformei em estar tão longe rezando e ligando para casa.”

Depois da tragédia, Britney decidiu doar um dólar de cada ingresso vendido para os shows de sua próxima turnê para as crianças perdidas pelo ataque nos postos de polícia e bombeiros. “Meus pensamentos e condolências estão no mesmo nível dos outros cidadãos que perderam suas famílias e amigos”, diz a cantora, que voltou aos Estados Unidos para ficar com a família. Britney também está criando uma divisão especial para essas crianças na Britney Spears Foundation, trabalhando arte durante o acampamento de verão. “Uma das coisas boas de ser uma celebridade é que você pode usar as palavras e obter resultados”, ela diz.

ANEXO F – Matéria publicada pela Revista Capricho em outubro de 2001

Ingênua e virgem? Ou experiente e sexy? Prestes a lançar novo disco, Britney Spears se diz com um pé de cada lado

Britney Spears não é mais a mesma. Calma, ela está muito melhor. No novo disco, *Britney*, que sai no dia 6 de novembro, ela se aliou a produtores mais ousados, se rendeu ao hip-hop. Aumentou o gingado nas músicas e escreveu várias letras. Além de tudo isso, o disco traz uma balada que faz parte da trilha do primeiro filme dela, *Not a Girl*, previsto para estrear no Brasil em abril. Perto de completar 20 anos, com mais de 37 milhões de discos vendidos, Britney não mudou à toa. Ela não quer mais ser tratada como menininha, assumiu um lado supersensual e segue apaixonadíssima por Justin Timberlake, com quem namora há dois anos — ela firma que ainda é virgem.

O tempo que têm juntos, Britney e Justin passam na casa dela, uma mansão de 3 milhões de dólares em Hollywood Hill, Los Angeles. Pra esta entrevista exclusiva à CAPRICHÔ, num hotel cinco-estrelas de Miami Beach, Britney chegou vestida com um tomara-que-caia rosa e lilás, uma minissaia de camurça lilás e uma bota bege de cano alto. Gentil e sorridente, não perdeu o controle da situação em nenhum momento — falou com segurança sobre o novo disco, o primeiro filme, a experiência de cantar com Michael Jackson, o namoro e os planos para o futuro.

Você vai lançar seu terceiro disco. Está se sentindo pressionada a chegar o topo das paradas, quebrar recordes de venda?

Sabe que não? Eu decidi fazer este álbum com a mente aberta, algo totalmente novo. Ele é bem diferente dos dois primeiros discos, tem mais influência do hip-hop, do R&B e a colaboração de gente fantástica. Fomos para o estúdio e nos divertimos, sem esquentar a cabeça.

Você é autora ou co-autora de cinco músicas do disco. Justin co-produziu e fez vocais numa canção. Como foi isso?

Foi muito legal a participação do Justin, ele é ótimo nos vocais. Eu criei músicas que têm a ver comigo e com a maioria dos meus fãs. É legal ter uma cosia dentro do coração e poder dividi-la com o público.

Você se sentiu confiante escrevendo como se sente no palco?

Eu estava em nervosa no início e me sinto mesmo mais segura cantando do que escrevendo. Todo mundo pode escrever uma música, só que nem todo mundo pode fazer uma música que

se torne um sucesso. A inspiração vem de todas as formas e é por isso que eu quero continuar escrevendo as minhas letras.

Você fez uma parceria com a Dido em *Not a Girl, Not Yet a Woman*. A letra é sobre você? É. E acho que muitas garotas vão se identificar com ela. Minha definição de menina é alguém que ainda não experimentou muitas coisas na vida, é ingênua e tem bastante a aprender. Já uma mulher tem aquela sabedoria necessária. Estou bem no meio dessas duas fases [risos].

O primeiro single do álbum é *I'm a Slave 4 U*. Você é uma escrava da música? Sou uma escrava completa da música. Vivo para ela. Adoro cantar, dançar e ir a clubes.

Em dezembro vocês fazem 20 anos. Muda alguma coisa?

Gravar este disco me fez ver como sou superprotegida pelas pessoas que me cercam. Sei que fazem tudo porque gostam de mim. Mas não quero que me tratem como uma menininha pelo resto da vida, eles precisam me deixar crescer. Estou mais no controle. Tudo melhorou depois que comecei a mostrar minha opinião e a tomar decisões.

Você diz isso em relação à sua família ou às pessoas que a cercam profissionalmente? Primeiramente às pessoas que me cercam no trabalho. Uma música do disco, *Overprotected*, expressa justamente esse sentimento.

Você vive dizendo que não quer servir de modelo para ninguém. É muita pressão ver as garotas a fim de ser Britney Spears?

Não quero servir de modelo pelo seguinte: no palco, sou uma coisa, fora dele sou comum, como você ou qualquer uma das fãs. Tento ser uma pessoa legal, mas cometo erros. Quero inspirar, e não ser copiada.

Mas você não é uma pessoa comum: é linda, tem um corpo invejável, faz sucesso, tem uma mansão em Hollywood Hill, dirige Porches e namora Justin Timberlake! Até eu, que já passei há tempos da adolescência, queria ser como você. [Risos] Poxa, obrigada, legal você dizer isso. Sou mesmo abençoada!

Você acabou de fazer seu primeiro filme. Sobre o que é a história? É sobre três amigas de infância muito próximas que se afastam com o tempo. Quando terminam o colégio, decidem fazer uma viagem de carro até Los Angeles, para reavaliar suas vidas e tentar fortalecer de novo a amizade. É um filme para garotas. Tem uma história de amor, mas é mais sobre um filme sobre amigas.

E será que vão chamar de você de a nova Susan Sarandon [a atriz preferida de Britney]? [Rindo muito] É meu primeiro filme e talvez eu devesse ter feito um papel menor. Foi um grande passo. Mas acho que, se Deus nos abre uma porta, temos que entrar e seguir adiante.

Rezo para que seja uma boa experiência e um aprendizado. Mas ainda acho que sou melhor como cantora. Tenho muito o que aprender como atriz!

Quando esteve no Brasil, você comprou uma calça Gang, de cintura bem baixa... Você já usou?

Ah, sim. Já usei mais de uma vez e recebi muitos elogios!

E como foi atuar com aquela cobra albina enorme no VMA, o prêmio da MTV americana? Não deu medo?

Honestamente, o ensaio para o show não foi nada bom, porque as pessoas falavam: “Britney faça intimidade com a cobra”. Não entendiam que eu não queria ter intimidade nenhuma com aquela cobra! Ela ficava no meu pescoço e às vezes colocava a cara bem pertinho do meu rosto, com aquela lingüinha de fora, olhando para mim... Eu ficava tão assustada que tinha que tirar o bicho correndo do meu pescoço. Cheguei a ter urticária de tanto medo! Mas, quando entrei no palco, concentrei e fui adiante. Só garanto que não foi nada fácil!

Foi menos assustador participar do show de 30 anos de carreira de Michael Jackson? Uau, foi o máximo. Ele é meu ídolo e, quando ligou me convidando, nem acreditei! Na hora disse: claro!

As pessoas falam sempre dos seus dois lados: a garotinha virgem e a jovem sexy. Você vê contradição na sua imagem?

Eu acho que todo mundo tem dois lados. Seria chato e monótono ter um só. Quanto ao meu lado sexy, é como o seu. Quando sai à noite, você gosta de se produzir, caprichar no batom, vertir alguma roupa sensual. É o que acontece comigo quando subo no palco. Já no trabalho, durante o dia, você anda mais comportada menos produzida. Faz parte da vida ter diferentes emoções.

Como está o namoro com Justin?

É um namoro difícil, porque eu e Justin viajamos muito. Colocamos um limite: a gente não fica mais de três semanas sem se ver. Graças a Deus ele teve uns dias de folga e passamos um bom tempo juntos. Minha relação com ele é ótima, nem consigo expressar em palavras.

Você está muito apaixonada?

Totalmente!

Vocês não têm briguinhas?

Ah, sim, temos briguinhas como todo mundo. E ele é sempre o primeiro a pedir desculpas, a dizer que estava errado. Eu sou a mais difícil!

O que vocês curtem fazer quando estão sozinhos?

Assistimos a filmes em casa, com um pote de sorvete. A gente gosta de malhar junto, por exemplo, de fazer coisas simples, curtir a companhia um do outro.

Quem é mais ciumento?

Não somos ciumentos, nem eu nem ele. A não ser quando uma fã tenta beijar o Justin, coloca a língua para fora, bem na minha frente... Mas não é bem ciúme, eu tenho é pena de quem faz isso, acho nojento, ridículo.

Entre os presentes que Justin deu a você, qual o seu preferido?

Este crucifixo [ela mostra uma correntinha prateada na pescoço com um crucifixo de madrepérola bem simples]. Não era meu aniversário, nenhuma data especial... Ele simplesmente chegou com um presente, sem motivo. Achei lindo!

Você diz que não pensa em casar agora. Mas e no futuro, tem vontade de casar? Justin é o cara?

Com certeza! Eu planejo me casar e ter filhos.

Como você lida com toda essas curiosidade, uns apostando que você já perdeu a virgindade, outros defendendo você?

Se eu pudesse voltar no tempo, jamais teria tocado no assunto. Preferia nunca ter falado sobre isso em público, é só o que posso dizer.

Você tem uma irmã de 10 anos, a Jamie. Você apoiaria se ela decidisse seguir seus passos? Claro! Minha irmã tem uma voz incrível, mas não pensa nisso ainda. Ela está mais interessada em curtir a infância. Mas se quiser cantar um dia, dou 100% de apoio.

Como é a relação com sua mãe?

A gente se vê bastante e ela é muito presente na minha vida. Ela está comigo aqui em Miami agora. Também passamos finais de semana juntas, quando estou em Hollywood. Um comercial da Pepsi foi tirado dos cinemas americanos porque ear muito feliz num momento em que o clima no país é muito triste por causa dos atentados.

O ataque terrorista teve mais conseqüências no seu trabalho?

Sim, tivemos que modificar a minha agenda, cancelar algumas viagens de divulgação [inclusive ao Brasil, que seria no final de setembro]. A gente chega numa etapa da carreira que tem que fazer algo. Por isso decidi ajudar com uma porcentagem da venda dos ingressos dos shows 1 dólar de cada ingresso vendido será doado Às famílias das vítimas do desabamento do World Trade Center]. Me considero abençoada e agradeço muito! Acredito que Deus, às vezes, tem planos maiores para as pessoas. E se eu tenho fama, é bom que eu possa usar isso de uma forma positiva, para ajudar quem precisa.

ANEXO G – Matéria publicada pela Revista Blender em março de 2008

O Caminho Para Ruína

Luzes de Natal se dependuram de três galhos em frente ao **Raffles D’Ermitage**, o hotel de Beverly Hills onde Britney Spears dormiu ontem — e onde os paparazzi que vivem de olho nela agora esperam. Apesar de ela ter uma mansão em LA, ela às vezes dorme em hotéis porque, especula-se, suas despensas em casa são vazias: ela gosta de pedir serviço de quarto. Spears é a única celebridade no mundo a ser vigiada por fotógrafos 24 horas por dia, um tipo de vigilância geralmente reservada a prisioneiros e suicidas. Alguns no grupo principal de 15 ou mais fotógrafos que se auto-intitulam “paps dela” passam essas horas online, conversando com mulheres por conexões wireless de laptops. Alguns fumam maconha. Felix, o líder de equipe da X17, a agência de paparazzi mais próxima a Britney, de vez em quando olha em seu telefone para procurar mensagens de Sam Lufti, confidente e empresário de Spears desde o verão passado. Felix lê em voz alta: “ela está lá dentro”.

“Britney é dinheiro”, diz outro fotógrafo da X17, ao lado de sua BMW comprada com fotos da Britney. Alguém conta a história do dia em que eles a seguiram metade do caminho até Lãs Vegas. Ela pegou comida pra viagem no Taco Bell numa parada no meio deserto. Em seguida ela deu meia-volta com o carro e voltou pra casa. “Britney é louca”, diverte-se outro. Estamos esperando desde as 10h da manhã, e a emoção às 20h39, quando dois seguranças do hotel aparecem na entrada da garagem, é libidinosa: quando a Mercedes SL65 AMG 612-cavalos de Britney dispara para a rua, vira a oeste na Burton Way e sobe a Foothill Road, é a doce perseguição.

Britney dirige como um coelho sendo perseguido no campo. Seguida por 15 carros, ela faz sinal para a direita e vira à esquerda. Pula para uma faixa de virada à esquerda e vira à direita. Na Wilshire Boulevard, reduz de 50 milhas por hora para 15, em seguida faz um “U” ilegal no meio do tráfego. O motorista da frente murmura, “Vadia”. Em seguida ele é cortado por uma Mercedes SL500 dirigida por Adnan Ghalib, um paparazzo destemido que geralmente dirige na frente do grupo.

Se a Britney se escondeu o dia todo e seus “paps” não tiraram fotos, eles torcem por um farol vermelho no topo da Coldwater Canyon, o último cruzamento antes da casa dela. Hoje eles têm sorte. Britney pára; Ghalib entra com sua Benz na faixa, estaciona com tudo e a turma se amontoa em volta do carro dela por menos de um minuto.

Assim cercada, Britney, na mesma roupa que usou ontem, não olha para os fotógrafos e se foca num ponto no ar em frente ao seu nariz, mexendo devagar a cabeça em volta do pescoço, enquanto cliques e flashes iluminam seus movimentos como um estroboscópio. Ela parece estar gostando, e está encurralada. Até seu carro parece rendido: um farol está quebrado há semanas, e ela ainda está dirigindo no estepe usado para trocar o pneu que ela furou em outubro (os paps trocaram para ela).

Quando o farol muda pra verde, os paparazzi correm de volta para seus carros, Britney vira à direita, acelera e eles a deixam ir. O carro branco some na escuridão, adentrando a Mulholland em direção ao condomínio fechado onde ela mora.

A caça a Britney parece um videogame onde, a todo o momento, você jura que vai morrer; e ainda assim, apesar de todo o perigo, nada o mata. Mesmo os fotógrafos que fazem isso todos os dias admitem que sentem medo. Um cinegrafista da X17 avisa, “Alguém vai se machucar, cara”. Sem avisar, ele finge segurar em uma mão a câmera e com a outra discar num celular — explicando que o vídeo de uma morte acidental não pode ser vendido legalmente, a não ser que quem a filmou possa provar que estava ligando para o serviço de emergência ao mesmo tempo. Obviamente ele já pensou em tudo. Não há como não perguntar: o vídeo da morte de Britney seria o prêmio máximo? “Isso seria horrível”, diz ele. “Não, não. Ninguém quer isso”.

A POPSTAR

Além dos Frappuccinos da Starbucks, o passatempo principal da Britney hoje é a atenção dos paparazzi, que alimentam a insaciável sede do público por detalhes de suas peripécias. Britney tem sido um símbolo de fascinação desde sua estréia em 1999, quando ela era tudo que uma garota devia, e não devia, ser. A Mouseketeer virgem, cristã e sulista vinda de uma cidade pequena, de 17 anos, virou uma superstar — Lolita, Cinderela e Elvis Presley em uma só — ao usar um uniforme escolar e dançar nos corredores de um colégio no clipe de “...Baby One More Time”, seu primeiro single. A imagem de Britney foi uma obra-prima do pop, construída nas músicas e clipes através da união provocativa de inocência e experiência. Ela se transformou numa vencedora do Grammy quando, como nenhuma outra cantora, emplacou quatro álbuns consecutivos (que, juntos, venderem 75 milhões de cópias) em primeiro lugar. Hoje, porém, ela se transformou na essência primordial da celebridade, e quase ninguém — nem mesmo Britney — parece interessado em sua

música. Para promover seu álbum *Blackout*, de 2007, Britney fez exatamente uma entrevista por telefone, que durou sete minutos.

Desastres, não música, se transformaram em seu produto. Steve Lunt, o executivo da A&R que a guiou na maior parte de sua carreira, está pasmo com a implosão. “É muito triste ver o que acontece na vida dela”, diz ele. “Ela sempre foi responsável e focada. A pessoa mais silenciosamente ambiciosa que você poderia conhecer. Mas quando você perde seu foco, é muito difícil reencontrá-lo”. De repente, Lunt acrescenta, “Não se sabe onde isso vai parar”.

Por ora, está fora dos trilhos. Nos últimos 18 meses, suas transgressões, provadas e alegadas, passaram de quase todas da história do pop. Comparada a Britney Spears, Courtney Love é a Miss Boas Maneiras. Depois que deixou seu marido Kevin Federline no final de 2006, ela mostrou sua vagina, raspou a cabeça, atacou um paparazzo fisicamente e foi para a reabilitação (duas vezes). Ela foi acusada de bater o carro e fugir, efetivamente declarada uma mãe ruim pelo Estado da Califórnia e abandonada pelos seus advogados (de novo, duas vezes). Ela fez a mais desastrosa performance de sua carreira no Video Music Awards da MTV, foi mandada embora por sua firma de empresários e se livrou de quase todos que fizeram papéis importantes nos seus primeiros 25 anos de vida. Ela passa muitos dias no que Ben Evansted, o paparazzo que tirou as mais famosas fotos de seus genitais, chama de “longas corridas a lugar nenhum”, pontuadas por paradas em postos de gasolina, salões de bronzeamento, farmácias, lojas de bichos de estimação e restaurantes de fast-food. Em dezembro, a revista *OK!* alegadamente pagou US\$ 1 milhão por uma entrevista com a mãe de Britney, Lynne, e sua irmã, Jamie Lynn, que aos 16 anos anunciou que estava grávida. Quando os “paps” perguntaram a Britney o que ela achava da notícia, ela inadvertidamente revelou seu grau de alienação em relação à sua família: com um muxoxo e uma risadinha, ela disse, “minha irmã não está grávida!”.

Se ainda restava algum limite entre sua vida pública e a privada, sumiu logo antes do Natal, quando ela passou a noite num hotel com Adnan Ghalib, o paparazzo que trabalha para uma pequena agência chamada Finalpixx. A Síndrome de Estocolmo auto-criada por Britney pareceu estar consumada. E então, quando as coisas pareciam não poder ficar piores, a polícia foi chamada para a casa de Britney quando ela se recusou a entregar seus dois filhos depois de sua visita, em 3 de janeiro. Depois de uma negociação de três horas, ela foi amarrada a uma maca e levada de ambulância ao Cedars-Sinai Medical Centre. No dia seguinte, ela perdeu todos os direitos de visitação e custódia de seus filhos.

Lindsay é uma peso-pena, Paris é um membro da Liga Júnior, comparadas a Britney. Sua bagunça virou tragédia. Onde as coisas saíram errado? Muitos desinformados

culpam o abuso de drogas pelos problemas dela, uma teoria que ganhou força quando o juiz de sua batalha de custódia escreveu “uso contínuo, freqüente e habitual de substâncias controladas e álcool”.

Mas em séries de entrevistas com seus antigos amigos e sócios, uma visão mais completa de suas agonias toma forma. Um colaborador que a ajudou a se preparar para a performance de setembro no VMA diz, “Existe obviamente um problema de abuso de substâncias... mas mesmo se, hipoteticamente, ela saiu na noite anterior ao VMA, cheirou cocaína e em seguida tomou um Xanax para se acalmar e depois ficou bêbada antes do show — mesmo se ela tivesse feito isso — nem isso explicaria a performance. Ela não teria feito aquilo mesmo com auto-sabotagem” (Spears não respondeu aos pedidos de entrevista da Blender).

Britney já teve uma equipe de alta qualidade de relações-públicas, empresários, advogados e gerenciadores que rivalizava com o de qualquer outra estrela. Agora, ela basicamente reduziu esse quadro de funcionários a uma pessoa: Sam Lufti, um espertalhão de 33 anos de Hollywood com um passado duvidoso, alguns créditos como produtor de filmes de baixa verba e aparentemente nenhuma qualificação para seu posto atual. Um prominente antigo conselheiro de Britney acredita que Lufti “tem o potencial de causar enormes problemas, de afundá-la mais ainda e a explorar de forma duradoura”.

Como todas as estrelas mirins, Britney Spears foi explorada, em graus variados, desde que sua carreira começou — tanto que esse parece ser o tipo de relacionamento com que ela se sente mais à vontade. “Ela foi mastigada por essa nova cultura de celebridades e depois cuspidada, então é difícil não sentir empatia por ela”, diz Michael Hirschorn, Vice-Presidente Executivo da VH1. “Ela realmente se transformou num rato de laboratório”. Enquanto seus problemas incluem abuso de substâncias, a pressão do escrutínio público e uma dificuldade para entender que ações têm conseqüências, muitos dos que estiveram próximos a ela através dos anos concordam que seu problema mais básico é algo diferente. “O buraco é mais embaixo”, diz Melinda Bell, que fazia parte do seu grupo de empresários. “É algo que tem a ver com amor”.

A NOIVA

“Tão engraçada quanto merda”, diz um antigo executivo da Jive, quando perguntado o que ele achou da decisão de Britney, numa noite em Las Vegas em 2004, quando decidiu casar com um amigo de infância de Kentwood, Jason Alexander. “Ela não liga os pontos às vezes”, ele explica. “Todo mundo pensa que você só pode fazer essas coisas quando está

bêbado ou em outro nível. Britney pode fazer essas coisas estando muito sóbria”. O casamento foi anulado 55 horas depois, e Alexander vendeu para um tablóide a descrição de uma suposta picante noite de núpcias.

Mais tarde naquele ano, quando Spears teve uma ficada de uma noite com o dançarino de reserva chamado Kevin Federline (apelidado de Vara de Carne devido a sua virilidade), “entrou numa pausa de três dias em um Hotel de Beverly Hills”, de acordo com um amigo da família de Federline. “Tudo que eles fizeram foi sexo e pedir serviço de quarto.” Posteriormente, “ele chamou seu irmão Chris, tipo, ‘Você não vai acreditar na bunda que eu tracei’”, e, o amigo disse, se barganhou do fato de não terem usado camisinha.

Britney convidou Kevin para acompanhá-la em sua turnê promocional na Inglaterra, e apesar de ele não ter passaporte, um foi rapidamente providenciado. No vôo pra casa, eles ficaram noivos, e ela comprou pra si mesma um anel de noivado no valor de \$50,000. O romance de Britney com Kevin também intensificou o affair dela com os paparazzis. Duas fantasias de amor – com um homem, e com o público – se juntaram quando ela levou Kevin para a praia durante uma tarde para mostrar ao mundo seu novo namorado. O número de fotógrafos seguindo Britney dobrou depois de Kevin entrou em cena, e o preço de uma foto ‘premiada’ com ela subiu em mais de 500%.

Ela era rica e famosa. Ele era, como ela mesma disse, “normal”. Ela disse amar isso nele, mas a disparidade causou problemas desde o começo. A solução de Britney? Equalizar seus status estrelando juntos um reality show. Contra todos os conselhos, Britney insistiu, e o resultado, Britney & Kevin: Chaotic da UPN, rendeu cinco episódios.

“Eu sabia que isso seria ruim para ela”, disse uma fonte que estava envolvida no contrato. “Mas eu pensei, Foda-se! Vai fazer muito dinheiro.”

“Chaotic destruiu a imagem que nós trabalhamos cuidadosamente para criar”, disse um dos conselheiros dela na época, que se opôs ao projeto. “Ela pensava que se mostrasse tudo ao mundo, todos a amariam por causa disso. O que isso fez, instantaneamente, foi transformá-la em um lixo branco – e isso não é o que ela é. Ela é melhor que isso. Foi criado um apetite por essa garota selvagem e louca e também foi criado um espiral onde nada pode satisfazer esse apetite.” Chaotic, uma mistura desmoralizadora de piadas podres, sessões de conversas tolas, e noites de sexo compulsivo, foram em sua maior parte filmadas por Britney e Kevin com câmeras de mão. É pornográfico sem mostrar a pele, cheirando a um não reconhecível desespero de pessoas que se tornaram coisas, até mesmo para si mesmas.

Em um quarto de hotel, Kevin pergunta, “Como você se sente?”

Britney: “Ótima.”

Kevin: “Porque você se sente ótima?”

Britney: “O sexo é ótimo.”

Kevin: “O que mais é ótimo? É só o sexo?”

E então corta para uma entrevista onde Britney explica como ela superou obstáculos de intimidade com Kevin: “Eu não sou muito boa com somente sendo íntima com o outro, e eu acho que ter uma câmera lá me ajudou, ao invés de ser somente eu e ele.”

A MAMÃE

O casal teve dois filhos (Sean Preston, agora com 2, e Jayden James,¹; Federline tem duas outras crianças, com a atriz Shar Jackson). “Ela tinha essa fantasia de ser uma esposa e mãe, então tudo aconteceu rápido”, diz um ex empresário, que não ficou espantado com o fato de a relação entre Britney e Kevin rapidamente desceu pelo ralo. Kevin descrevia das mudanças selvagens de humor de Britney e das brigas, chamando-a de “bipolar” – explosões às vezes provocada pelas horas que ela passava vendo a lista de ‘mulheres’ amigas na página do marido no MySpace. Apesar de as fontes próximas ao casal dizerem que Kevin pulando a cerca e entrando em festas de penetra, sua experiência com a paternidade fez dele um esposo mais doméstico. “Ele era o Senhor Mãe”, trocando fraldas, e acordando cedo para fazer o café da manhã, diz um amigo.

O serviço de bem-estar das crianças da Califórnia visitou a casa do casal cerca de duas vezes devido a relatos de negligência, apoiados por fotos e vídeos de paparazzi. Para colocar tudo a limpo, Britney se sentou para uma chorosa entrevista para o Dateline NBC com Matt Lauer. Ela fez seu próprio cabelo e maquiagem, vestiu uma roupa barata, mastigou chiclete aborrecida durante toda a entrevista e falou o quanto ela adorava cuidar da casa. Ela estava tentando mostrar ao mundo que ela era uma garota normal e que seus recentes erros maternos – quase derrubou Sean fora de um hotel, dirigir com ele no colo ao invés de no assento apropriado no carro – foram um azar aumentados pelos implacáveis olhos do público. Mas a entrevista, um desastre em relações públicas, só a fez parecer mais distante da realidade.

Naquele outono, Britney chamou seu antigo empresário Larry Rudolph para Nova Iorque para um encontro. (Os dois cortaram laços por volta do Chaotic). Quando ele apareceu, ela anunciou que estava se separando de Kevin e queria recontratar Rudolph e voltar ao trabalho. Apesar de suas melhores intenções, no entanto, sua disciplina decaiu, e com a aproximação do dia de Ação de Graças, ela entrou uma hedonista, flamejante lágrima pelos clubs de Hollywood com sua nova amiga Paris Hilton.

No último Valentine Day, ciclo íntimo da família e amigos se juntaram para persuadir Britney para procurar ajudar por abuso de substância, e ela voou com Rudolph para uma clínica de reabilitação em Antigua. No dia seguinte ela saiu, retornou para Los Angeles, raspou sua cabeça, atacou o carro de um paparazzo com um guarda-chuva e passou cinco dias selvagem antes de entrar voluntariamente para a reabilitação na clínica Promises, em Malibu. Ela ficou por somente 30 dias no programa do centro, que programava 45, e retornou para casa em março.

Britney encerrou seu tratamento na reabilitação cedo “porque isso seria admitir, frente ao mundo inteiro, que ela tinha problemas. Essa seria a única coisa que ela não faria”, diz uma das companhias mais próximas a Britney nesse tempo, deixando-se levar um pouco pela frustração. “Tem alguém no planeta, exceto Britney Spears, que não consegue ver que Britney tem um problema? Depois disso, ela colocou sua família, literalmente todos, para longe (dela).” Então, Britney estava disposta a relevar toda e qualquer relação íntima que ela teve ao invés de admitir para uma abstrata massa do “público” de que sua vida era uma porcaria – mesmo que todo mundo soubesse que sua vida era uma porcaria “Essa não seria uma interpretação irracional da situação.”

Com o processo do divórcio rolando durante junho de acordo com acordo pré-nupcial de Britney e Kevin, os dois concordavam por uma custódia compartilhada das crianças. O advogado de Kevin, Mark Vincent Kaplan, mudou a determinação financeira, que estava de acordo com o pré-nupcial: uma bolada que diziam ser no valor de \$1 milhão. Em setembro, Britney concordou em dar a Kevin \$20,000 dólares por mês pelo resto de sua vida.

No mesmo dia em que Britney fez essa concessão, Kaplan entrou com o pedido de mudança na custódia. O tribunal rapidamente colheu testemunhos do errático comportamento de Britney, indo para o histórico de Merdas de Celebidades Estúpidas (dirigindo sem uma licença válida), com histórias Freudianas descabeladas de um ex-segurança sobre “a nudez da Sra. Spears, uso de drogas e problemas envolvendo a segurança das crianças, após a reabilitação”. Em semanas, o Comissionário do Tribunal Superior de Los Angeles, Scott Gordon, temporariamente suspendeu a custódia física de Britney com as crianças. Ele ordenou que ela entrasse em uma avaliação sobre drogas, comparecer a aulas para pais, proibiu-a de consumir álcool 12 horas antes de assumir a custódia física das crianças, e deu uma pateticamente rudimentar lista de cuidados que se deve ter quando está com as crianças: “Cada parte está restrita de fazer considerações que atinjam a outra parte e sua família ou conhecidos, direta ou indiretamente, para as crianças, e de deixar qualquer outra pessoa fazer o mesmo”.

Aqui, a relação entre o tribunal da Califórnia e o tribunal canguru da fofoca da internet se tornou um redemoinho bizarro. Uma semana antes de o Comissário Gordon suspender os direitos de custódia de Britney, ele havia declarado que a criança “só pode ser transferida em um veículo apropriado e registrado, que deve ser dirigido somente por um proprietário assegurado que tenha uma licença válida”. Dois dias depois, o TMZ.com postou uma foto de Britney, que ainda não tinha licença válida, dirigindo com a criança em Malibu. No dia seguinte, o advogado de Federline convenceu o juiz a suspender os direitos de custódia.

Essa não foi, de jeito nenhum, a única violação de ordens do tribunal de Britney. Ela não compareceu a testes de drogas e a aulas de pais e foi vista bebendo álcool faltando menos de 12 horas para ver os filhos. (TMZ deu a prova disso postando um vídeo dela em uma boate.) Mas a partir desse ponto, o infinito circuito de regeneração entre seu mau comportamento e a cobertura on-line desses fatos foi selada. TMZ e X17OnLine publicaram vídeos de Britney, gravados nos meses correntes a suspensão da custódia, mostrando-a atravessando sinais vermelhos e passando por cima de pés de paparazzis. Ela bateu em outro paparazzo com seu carro, lamentando, “desculpe, desculpe, desculpe”, em uma voz de bebê; então, quando ela não viu como sair de uma garagem, olhou com olhar de súplica para os paparazzi, e eles vieram em seu socorro. Eles abasteciam seu carro, guiavam ela todos os dias diante da confusão nas janelas dos drive-throught dos fast-foods e até pagavam a sua conta. Não sem razão, ela parecia não ver razões para pagar suas próprias contas. Ela jogava o jogo que eles esperavam que ela jogasse. Em um posto de gasolina em Van Nuys, ela roubou um isqueiro de \$1,39 e saiu andando normalmente, olhando para as câmeras e dizendo: “Eu roubei algo! Oh, eu sou mau. Ohhh!”

De todas as agências de paparazzis, a X17 cresceu durante o último ano como uma das que tem a mais próxima relação com Britney. Brandy Navarre, que é dona da X17 junto com seu marido, François, conta a história do dia em que Britney foi a um salão de bronzeamento e disse ao seu segurança, “Chame a X17 para mim.” Ela entrou em uma sala privada e começou a dar pra gente uma mensagem que ela queria que fosse mostrada a seus fãs. Ela modificou sua voz com sotaque sulista, e basicamente disse que foi sua mãe e Larry Rudolph que a forçaram a entrar na reabilitação, mas que ela nunca foi viciada em drogas ou álcool. Ela sabia que colocaríamos no Web Site sem edição nenhuma.”

Navarre também se barganhou do fato de terem a primeira entrevista com Sam Lufti: “Nós fomos os primeiros a dizer seu nome e a dizer quem ele era.” Navarre inicialmente recebeu mensagens como “pseudônimo engraçado”, e então, “fora do céu”, ela diz, “Sam

começou a dizer coisas que os TMZ e as Us Weekly do mundo matariam para saber”. Lufti se tornou a garganta profunda da X17.

O HOMEM ALADO

Quando Sam Lufti conheceu Britney ano passado, os dois tinham transições determinadas. Ela começou a se distanciar de pessoas com quem tinha relacionamento há algum tempo; ele vinha de uma ordem de restrição de contato com Danny Haines, um homem de 29 anos de Orange Country que foi seu amigo muito próximo.

Havia pelo menos outras duas ordens de restrição contra Lufti. Documentos dos casos mostravam seu temperamento agressivo. Este último caso, entretanto, faz termos perguntas mais profundas e inquietantes sobre o caráter de Lufti, e sobre seu relacionamento com Britney.

Danny Haines, que falou exclusivamente com a Blender, conheceu Sam Lufti através do MySpace no outono de 2005. Haines estava passando por um momento difícil quando eles se conheceram, ele diz. O resumo da situação lembra um pouco a de Britney: Sua vida profissional estava sem rumo, a relação com sua família e outros amigos estava um fracasso e ele tinha alguns segredos que ele não queria que ninguém soubesse.

Lufti se divertiu com isso. Ele disse ser amigo de celebridades como Kate Beckinsale e Roseanne Barr, e ele parecia conhecer todos os seguranças das boates de Los Angeles. Com Lufti, Haines diz, “parecia que você poderia descumprir as leis.”

A diversão deles foi abastecida por um tempo, com conversas confessionais onde Haines descrevia sua insatisfatória e distante relação com a família. Lufti acumulava com seus próprios fundos – ele cresceu em uma firme e unida família em Woodland Hills, Califórnia, onde sua mãe é dona de vários postos de gasolina – parecendo ideal em comparação com a de Haines.

Haines disse que Lufti queria saber de tudo sobre ele – todo segredo, todo problema, – e Haines concordou. Parecia que nada chocava Lufti, até mesmo quando Haines, que é hétero, contou a ele sobre algumas fotos pornôis no estilo gay que tinha feito para um fotógrafo que conheceu na internet. Haines se lembra da noite em que Lufti se ofereceu para ajeitar sua vida: “Ele disse, ‘Eu posso te ajudar. Eu posso ajudar seus pais. Mas você precisa ser honesto comigo. Se você estiver mentindo para mim sobre qualquer coisa, eu vou saber.’”

Para o ego fraturado de Haines, os conhecimentos sociais de Lufti e sua inteligência emocional eram magnéticas. Ele encorajou Haines a “enfrentar a si mesmo” e ao mesmo

tempo trabalhou para se tornar indispensável para ele. Lufti se fez de agradável para a família de Haines por conta própria, agindo meio que como um conselheiro informal.

Hainess diz que a relação deles não era romântica ou sexual, mas Lufti era mais um invejoso do que um amante. Ele poderia apoiar num dia e viciante no outro, deixando mensagens de voz com mudanças extremas como “Você é um filho da puta imprestável” indo para “Eu te amo, cara. Eu te amo até a morte.” Lufti reservava a maior parte de sua energia para mensagens ameaçadoras e extorsão. “Todo mundo te odeia”, ele escreveu para Haines, sugerindo que Haines simplesmente se matasse. “Sério mesmo, pílulas para dormir, MUITAS delas...” (Lufti se negou a comentar a história.)

Quando Haines finalmente cortou a relação, Lufti o humilhou. Ele mandou e-mail para todos da família, amigos do trabalho e chefes, que continha fotos de Haines sem roupa. Então mandou mensagens de texto e ligava incansavelmente dizendo a Haines que ele esperava que sua irmã fosse “estuprada até a morte”, de acordo com um documento do tribunal. Em um e-mail sobre a mãe de Haines (“aquela vadia Mórmon”), Lufti escreve, “Eu espero que o Satã devore a carne e os ossos dela”, e diz que mal pode esperar o dia em que ele vai “mijar no túmulo dela.”

Esse tipo de comunicação fez Haines procurar por uma ordem de restrição, que também protege sua mãe de ter contato com Lufti. Poucos meses depois, Haines diz que Lufti chamou seu cunhado para dizer que conheceu uma celebridade que queria que Haines soubesse. Depois, Haines viu fotografias de Sam com Spears nos tablóides. Nessas fotos, Lufti estava vestindo uma camiseta que delineava o corpo e um boné de baseball que ele havia roubado de Haines.

Haines, em que a relação com Lufti foi o objeto de comentário de alguns blogs obscuros depois de que outra ordem de restrição para Lufti foi emitida em dezembro, disse que substancialmente ele recebeu um e-mail no endereço da irmã de Lufti, em que ele lia um aviso: “Um dos seus amigos está escrevendo para uma revista sobre sua história com o meu irmão... Eu não acho que essa seja a coisa certa a ser feita.” O aviso veio com tom de ameaça: “Aquelas fotos e sua história não são tão positivas assim e eu tenho certeza que você também não quer que virem públicas.”

Informados dos detalhes da história de Haines com Lufti, Jamie e Lynne Spears, que se recusaram a comentar sobre Lufti para a reportagem, expressaram grande preocupação para a Blender sobre o ainda corrente envolvimento da filha com este homem. Eles encorajaram Haines a vir a público com a história.

“Se Sam não está fazendo nada de ruim com Britney, se ele não está com medo de ser exposto”, Haines pergunta, “porque a irmã dele diria, ‘Não fale sobre o meu irmão e seu passado?’”

A PIOR PESSOA DO MUNDO

Britney mostrou ao menos um vestígio de sanidade quando, no sábado, 5 de janeiro, ela supostamente ignorou o “Dr. Phil” McGraw, o terapeuta da TV que apareceu de surpresa no Cedars Sinai Medical Center, e então falou sobre sua visita para o Entertainment Tonight. Mas até mesmo ele teria algum progresso com Lufti, que, Haines diz, descreveu-se como um “conselheiro sem licença” na audiência no tribunal que deu a ele uma ordem de restrição. A simbologia entre estrelas e decadentes é uma atração antiga. A história raramente tem um final feliz (veja Anna Nicole Smith), e o talento sozinho não salva ninguém (veja Judy Garland). A história pessoal de Lufti adiciona um assustador elemento na péssima missão de tentar prever o destino de Britney.

Para vários observadores, o desfecho de Britney ganhou impulso para vir à tona. Uma rádio de Detroit anunciou, e depois cancelou, um concurso de “Quando Britney vai Se Suicidar”, convidando os ouvintes para acertar a data tendo como prêmio \$1,000. Com se tivesse com vergonha de dançar em cima do túmulo, Perez Hilton tripudiou que seu Web Site a maior visitação da sua história com mais de 10 milhões de acessos no dia em que a popstar foi hospitalizada: “Obrigado, Britney!”

Outras vozes parecem ter pensamentos melhores. Apenas algumas semanas antes da internação de janeiro, Bonnie Fuller, diretor editorial da American Media Inc., que publica a Star Magazine, disse a Blender que “todos querem que ela melhore”. Então, perguntando qual foi a capa de revista de Britney que mais vendeu, Fuller responde, “BRITNEY ATINGE O FUNDO DO POÇO foi uma das melhores”, aparentando falar sem ironia.

“Eu acho que ela perdeu a maior parte da simpatia dos seus fãs”, Fuller continua. “Ela cometeu a traição final com seus fãs, quando ficou parecendo que ela era uma péssima mãe. Isso é algo que até o mais fanático fã tem problema em aceitar. Você sempre quer pensar que seu ídolo é essencialmente bom. Eles têm um mal-entendido ou podem ser mal orientados, podem ser vítimas de vícios de que eles não conseguem controlar, mas basicamente são boas pessoas.”

Britney fez de si mesmo o combustível dos tablóides fazendo ela mesma ter uma imagem de má pessoa. Mais do que isso: a pior pessoa possível. Não existem, aparentemente,

limites para o número de razões pelo qual você pode odiá-la. Ela é irresponsável, preguiçosa, egoísta, arrogante, estúpida, relaxada e tão depravada quanto à maioria dos sub-humanos. (Paris Hilton a apelidou de “o animal”). Ela não se importa consigo mesma, e mesmo assim ainda pode fazer sexo com quem ela quiser. Ela revela suas próprias violações e convida você para uma orgia: “Eu não consigo me controlar / Eles querem mais / Então, eu vou dar mais a eles...” ela canta no Blackout.

Depois da catatônica performance de Britney com “Gimme More” no VMA, um pequeno vídeo chamado “Leave Britney Alone!” se tornou um grande hit no YouTube. Chris Crocker, um ator andrógono do Tennessee, aparece no meio de uma crise nervosa, uma solitária voz chorando em defesa dela. Foi uma resposta para um vídeo postado uma semana antes, intitulado “Afastem-se, odiadores de Britney!”: “Eu não gosto de Britney quando ela está brilhando... Eu gosto de Britney quando ela parece uma mendiga. Eu gosto de Britney com suas extensões capilares, quando a música dela tá tocando. Eu gosto de Britney quando sua vagina está aparecendo... Porque eu amo BRIT.NEY.OK? Não pela pessoa. A pessoa. Eu amo Britney por razões reais. Eu amo Britney por Britney.”

Crocker, naturalmente, fez sua fama no YouTube virar um contrato para um reality show. Não há como saber o quanto seu discurso foi sincero ou encenação. Apesar do sentimentalismo, como todos os fãs de celebridades, ele precisa de uma correção: Chris Crocker não pode amar a Britney real, porque ele não conhece a Britney real.

Até mesmo pessoas que realmente conhecem a Britney real não a reconhecem mais. Seu antigo empresário Johnny Wright diz, “Eu não estou apontando dedos, mas eu não acredito que um dia ela acordou e disse, ‘Eu não quero ninguém da minha família, ou qualquer um que eu conhecia, tenha contato comigo novamente.’”

As pessoas dizem que ela precisa ir pra reabilitação. Eu acho que ela só precisa de um amigo – alguém que não a venda para Hollywood, que não esteja procurando por pagamento. Alguém que ela confie para se erguer e arrebetar por ela.”

Quando Wright trabalhou com ela, Britney tinha uma assistente pessoal chamada Felicia Cullota. “Ela inicialmente foi uma amiga, e trabalhava por mixaria. Ela não tinha outro compromisso a não ser o bem-estar de Britney”, Wright diz.

Recently ele disse a ela, “Felicia, você precisa alcançá-la.” A resposta de Cullota veio em proporção ao isolamento de Britney, e um sinal do perigo. Ela disse: “Jonny, eles não me deixam entrar.”

ANEXO H – Matéria publicada pela Revista CG em novembro de 2003

SEU ENSAIO MAIS SEXY! SUA ENTREVISTA MAIS REVELADORA!

Eu tenho visto Britney Spears três vezes por semana nos últimos dez meses, e sempre eu estou vestindo nada mais do que uma blusa e um short esportivo. Os vídeos de Britney são um sucesso na minha academia, e eu tenho certeza que na sua também são, e assim no mundo todo. Eu ainda não consegui acabar trabalhos anteriores por causa da TV Fashion, Aerobics Oz Style e as informações que o Vh1 faz sobre ela: na academia no One Aldwych Holetel em London ...*Baby One More Time, Oops!...I Did It Again* fizeram tanto sucesso quanto o programa MTV Cribs. Eu não consigo imaginar que muitos dos homens de minha academia são consumidores dedicados dos CDs de Britney, mas a eles ela é tão famosa quanto Madonna, só que com 20 anos e mais sexy. Britney (denominada assim por causa de sua avó que veio da Inglaterra) é um próprio ícone sexual pós-moderno, uma contradição do perfeito anjo e uma menina promiscua, é como nós gostamos que nossos sexy symbols sejam, sejam eles Marilyn Monroe, Debbie Harry ou Elizabeth Hurley.

Nos últimos quatro anos ela vendeu mais discos que Madonna vendeu em dez anos, aproximadamente 50 milhões ao todo, e ela tem apenas 21 anos. Tão nova ela parecia destinada para o estrelato, participando de uma competição de talento com uma idade de seis anos, apresentando-se com o Mickey Mouse Clube, dando um pontapé-inicial na sua carreira. E então fez grandes Hits (grandes hits mesmo) com 16 anos.

O novo CD dela parece como uma tentativa de atrair uma audiência mais velha sem deixar os jovens que a amam, contendo, frases como estas ‘Não pare, nós estamos na metade do caminho’ e ‘Você poderia fechar meu zíper, por favor’. As músicas novas dela são sexuais, e exibe um novo nível de autoconsciência: elas têm sugestões de Donna Summer e Prince. A moça da Luisiana está trabalhando com produtores de peso, e também o álbum novo dela tem contribuições de Matrix (que já trabalhou com Avril Lavigne), Mirwais (Madonna), 7 Aurelias (Ashanti) e os Neptunes (todos).

Tendo passado tanto tempo assim com ela na academia, eu pensei que deveria a conhecer como pessoa. A GQ foi convidada para ir à New York para passar um dia com ela, assim eu pensei que seria rude dizer não ao convite. Como um editor, você pode se sentir às vezes como um agente de viagens glorificado, enquanto é enviado pra lugares como, AA Gill off to Rio Martin Deeson off Angola, e andar por aí com o Thom Yorke do Radiohead. Ela se tornou uma artista encantadora: fantasticamente sensual, engraçada e inteligente.

Muitos dos meus amigos morreram quando eu contei para eles como ela era. Mas lá você está: Britney é uma deusa sensual, e não há nada que alguém de vocês possa fazer.

Quanto desastrada você é?

“Uma vez eu derrubei um cappuccino em mim, eu fiquei bem depois.”

De quanto você precisa?

“De pouco...”

Seu CD novo parece bastante calculado para atrair a um mercado mais velho. Isso é verdade?

“Não foi feito para ser um CD adulto embora tenha aquele tato para isso. Foi mais acidental que qualquer coisa, mas eu entendo o que você quer dizer. Muitas pessoas agiram como ‘vamos escrever coisas ruins’, eu não sou assim, eu não gosto de coisas ruins.”

Os versos evidentemente são bem sexuais.

“Muitas músicas são sexuais, mas eu acho que quando você está sendo sexual e realmente colocando-se lá, não tem nada sagrado e não há nada sutil sobre isto. Isso é mais sensual do que sexual. É perverso, é meu ponto de vista. Muitas vezes você vê uma menina num vídeo e você pensa, ‘Deus, ela está parecendo tanto uma puta’, então você tem que ter certeza que você não é tão vulgar.”

Bem, você não se vê vulgar, mas muito de seus sucessos são baseados no fato de que você não só é apelante para pessoas de 20 anos, mas também para de 30 e 40. É preciso ter algum tipo de objetivo?

“Honestamente, eu não acho que isso tem algum objetivo. Quando eu escrevo uma música, eu não fico tipo, ‘Eu vou ter todos esses caras...’”

Mas você é uma mulher bonita...

“Bem, eu sempre fui... Não é que eu seja uma pessoa sexual, acho que sou uma pessoa bem espiritual e quando você está em contato com você mesmo, eu acho que isso é atraente. Quando alguém entra em uma sala e tenta parecer sexy, acredito que não acontece. Eu acho que você precisa se sentir confortável com si mesmo e quando você está em contato com seu lado sexual, isso é muito sensual. É claro que existe tempo e lugar para tudo. Eu não entro no quarto da minha mãe e converso sobre sexo com ela.”

Uma das coisas que se vê muito em você é sua confiança surpreendente. “Você quer que eu seja completamente honesta com você? De coração, quando eu estava no ensino médio, eu sempre fui uma pessoa confiante. Eu olho para trás e agora eu fico tipo, ‘Cara, eu realmente acredito em mim mesma’. Se eu tivesse que fazer tudo que eu fiz hoje, eu estaria realmente nervosa, porque eu penso que você fica mais inseguro o quanto mais famoso

“você é. Eu tive um período incômodo aproximadamente seis meses atrás quando eu realmente não me sentia assim, mas eu estou fora disto. Você tem que se sentir confiante. Eu me sinto melhor do que nunca e talvez eu tive que passar por toda essa insegurança para me sentir assim hoje.”

Você tem uma ideia muito definida de como você quer se projetar...
“Bem, você não pode se preocupar muito, você sabe. Eu fiz uma entrevista para uma revista outro dia e ela me fez parecer uma total idiota. Eu li a entrevista e eu tava tipo, ‘Eu nunca mais quero falar isso’, você entende? Então você só precisa ir lá, ser você mesmo e depois eles vão lá e falam o que eles querem falar, aqueles filhos da puta.”

Britney disse filha da puta! Você recebe muita crítica por causa modo que você veste.
“Em todos os dias da minha vida, eu visto o que gosto. Eu só ponho essa merda em mim. Eu não me importo se eu estou na lista do pior-vestido. Você tem que vestir como se sente.”

Suas roupas estão começando a refletir sua imagem adulta?
“A imagem? Inferno, não. Eu quero dizer, eu não vou sair por ai vestida como uma vovó ou algo assim.”

Como mulher, para você o quanto é importante ser atrativa para os homens?
“Eu acho que quando uma mulher realmente quer ter um namorado, isso mostra e parece tão estúpido. Elas agem tão ansiosas e é tipo ‘Eu vou enlouquecer você’. A única vez que você tem um relacionamento perfeito é quanto você se sente confortável com você mesmo e se sente bem sozinha. O cara não quer uma menina deixando ele nervoso e estando com ele por toda parte. Eu sempre fui uma criança levada, e eu sempre acabei sendo o homem nas minhas relações eu sei que soa realmente estranho, mas é muito duro eu deixar o homem ter o controle, impor aquele jeito. Isso às vezes pode não ser muito atrativo; Eu preciso trabalhar nisso.”

Quando foi a primeira vez que você percebeu que era uma Sex Symbol?
“Uma sex symbol, eu não sei, eu realmente não gosto de ser chamada de sex symbol!”

Vamos lá Britney, você é uma das mulheres mais sexy do mundo!

“Ah, meu Deus! Eu não acredito que você acabou de dizer isso!”

Vamos lá, você está sendo modesta. Não é tão ruim assim é?

“Eu acho que é tipo, me sinto lisonjeada.”

É, é bem amável.

“É, ok. Quando eu percebi? Provavelmente na primeira Rolling Stone, fotos tirada por David LaChapelle. Ele entrou na sala que eu estava e fez as fotos.”

Elas ficaram maravilhosas.

“Elas ficaram realmente muito legais, mas eu não sabia exatamente que diabos eu estava fazendo. E, para ser totalmente honesta com você, eu tinha 16 anos, então eu realmente não sabia. Eu estava de volta em meu quarto e eu estava usando meu pequeno suéter e ele falou tipo ‘Abaixe seu suéter um pouco mais’. A ideia toda era de eu estar com bonecas, e em minha mente ingênua estava eu como, ‘Aqui estão minhas bonecas!’ e agora eu olho atrás e eu fico tipo ‘Ai meu Deus, que diabos aconteceu?’ Mas ele fez um trabalho muito bom em me retratar daquela forma.”

Qual a concepção que as pessoas tem de você?
“Eu não sei o que as pessoas pensam sobre isso, mas muitas pessoas devem achar que eu estou nessa de diva, mas na verdade eu sou uma pessoa bem discreta.”

Quando foi a última vez que você teve um ataque de raiva?
“Outro dia, e eu não me importo em falar sobre isso... eu acho que tem lugar e hora pra você ficar nervoso.”

Você acha as pessoas gostaram do fato de que você não é obviamente tão inocente quanto eles pensaram?

“Até onde a coisa do sexo vai, eu realmente pensei que Justin [Timberlake] ia ser um que eu ia me casar assim eu fiz isso com ele, depois de três anos. E eu não acho que isso é uma coisa ruim. Você ainda pode ser uma pessoa agradável, e saudável e ainda sair de vez em quando. Só porque eu admiti ter feito sexo com uma pessoa isso não me faz ser uma pessoa ruim, me faz? Eu acho que eles [a imprensa] acharam até mesmo antes que eu fiz sexo que eu ia fazer isto um dia de qualquer maneira, assim eu realmente não penso que faz alguma diferença.”

Você está sendo mais sincera do que eu esperava.

“É porque eu preciso de terapia e falando com vocês eu ponho tudo isso pra fora.”

Boa resposta.

“Oh merda!”

E sobre filmes? Tem gente que diz que você fará mais, além de *Crossroads* que você participou no ano passado.

“Eu adoraria fazer outros filmes, mas todos os scripts que eu pego são chatos, todo script que eu pego... Todos estão tentando imitar *Legalmente Loira*; é tipo ‘Vamos pegar uma garota parecida e colocar ela num mundo totalmente diferente’. É tão clichê e não é o que eu quero.”

Como você controlou a fama sendo tão jovem?

“Eu não sei. Eu acho que a minha mãe me educou tão bem. Sério, quando eu tinha seis anos de idade eu estava cantando a toda hora. O amigo da minha mãe pensou que tinha alguma coisa errada comigo, porque eu não me calava.”

Como é ter que lidar com a atenção masculina?

“Eu não me ponho em situações onde não me sinto confortável. Se eu vou numa balada e lá tem um grupo de caras e eles começam a dizer coisas vulgares eu vou pra outro lugar.”

Você tem admiradores? Você deve ter...

“É, algumas vezes. Eles vão aos hotéis, e ai eu ando por lá e eles pedem seu autografo é bem amável.”

Amável, mas existe uma diferença entre ser amável e ficarem te vigiando.

“Tem algumas pessoas que eu vejo e eu fico tipo, ‘Ai meu Deus, você está me assustando agora’. É só olhar no olho delas que me faz pensar, ‘Fique longe de mim!’. Eu já vi muitas dessas pessoas, elas são estranhas.”

Você gasta muito?

“Não muito, eu tenho uma Mercedes SL500, e eu tenho só um navegador — eu acho que é assim que se chama. Eu não gasto muito, cara. Eu não gosto de marcas.”

Ah! Vamos lá.

“Não, eu estou falando sério. Outro dia eu estava com uma nova estilista e ela era tipo ‘Oh, a gente precisa ter aquele tal coleção pra você’, e eu atravessei a rua para uma loja pequena e comprei uma blusa de cinco dólares. Se eu vou para um evento e tenho que vestir essa roupa da Prada, merda, eu vou usar isso. Mas na vida cotidiana não gosto eu me sinto mal andando com isso. Eu acho que é estúpido quando você vê esses sujeitos com colares grandes, eu penso que isso é o fim do mundo. Quem eles pensam que são?”

O que você come?

“Merda, eu não sei. Eu gosto de sushi. Eu realmente sou muito estranha, eu como a mesma coisa todos os dias. Eu gosto do Nobu (um restaurante). O bacalhau que eles servem é a melhor comida do mundo.”

Livros?

“Mastery Of Love: A Pratical Guide To The Art Of Relationship de Don Miguel Ruiz, eu gosto muito desse. É uma ajuda espiritual esse livro. O Alquimista de Paulo Coelho também é um livro maravilhoso, eu estou na metade do livro.”

E sobre livros de crianças?

“Eu não lia muito quando eu era criança.”

Não? OK, nos conte sobre alguma roupa que reflete em você.

“Eu sempre me metia em problemas por causa das minhas roupas.”

Isso não me surpreende.

“Eu gostava de usar coisas loucas, eu sempre era mandada para casa por causa disso. Uma vez uma professora perdeu totalmente a calma comigo e eu estava tipo ‘Vai se foder!’.”

Você é uma boa mentirosa?

“Horrível. Quando eu minto, essa parte da minha mandíbula faz assim. [faz uma coisa engraçada com a boca dela] ela vai para o lado e eu nem percebo. Eu não consigo mentir.”

Ok, você tem certeza? O que faz quando você tem uma crise?

“Starbucks.”

Os anjos existem?

“Definitivamente. Eu tenho muitas histórias, eu não vou compartilhar com você porque as pessoas vão achar que eu sou louca, mas sim. Eles definitivamente existem.”

Conte uma.

“Não, elas são minhas histórias.”

Tudo bem faça como quiser se não houvesse nada pra se comer. Você comeria carne humana?

“Inferno, não!”

Veja, se você não comer, você irá morrer.

Não.”

Então você preferiria morrer?

“Eu preferiria morrer.”

Se você pudesse mudar uma coisa no seu corpo, o que seria?

“Meu nariz, meu cabelo, minhas unhas, meu cotovelo e meu dedo do pé.”

Ok, eu perguntei apenas uma, mas tudo bem. Você gosta de homens com pelos?

“Uhum, não no corpo todo. Eu não quero pelos na suas costas ou no seu peito. Eu gosto deles no rosto. Eu acho realmente muito sexy.”

O que é um sábado perfeito para você?

“Ir ao cinema com um cara que você realmente gosta, depois voltar pra casa e assistir mais filmes e comer sorvete, depois sentar junto e beijá-lo, ai ele vai embora. É tão ruim que eu quero isso agora.”

Você espera que eu acredite nisso?

“Sim, porque quando é seu primeiro encontro com o cara, você não pode ir para aquele lugar com ele. Eu acho que é mais secreto e especial se você só beija.”

Eu não acredito em você, mas que seja. Você mataria alguém?

“Inferno, não. Não, se alguém machucar minha irmãzinha, eu mataria ele instantaneamente, sem dúvidas sobre isso. Então sim. Eu acho que sim.”

Você tem 20 segundos para divulgar alguma coisa. Vai.

“Starbucks é muito bom.”

Se você pudesse se desculpar de alguma coisa, o que seria?

“Eu não desculpava porque eu acho que tudo acontece por uma razão e se eu cometi um erro eu não seria a pessoa que sou hoje. Então, eu não me desculpava por nada.”

Por nada? Bom pra você. Agora, existe uma diferença entre o inglês e o americano?

“Eu precisaria sair mais com ingleses para ter a resposta disso porque eu realmente não sei. Eu gosto do senso de humor inglês. É divertido ter em volta qualquer um que te faça rir. Isso deixa todo envolvimento um pouco mais divertido então eu acho muito legal que vocês façam assim.”

Ok, você é uma das solteiras mais cobiçadas do mundo. Então, qual a pior coisa que um cara pode fazer num encontro?

“Não me leve para um lugar muito legal. Eu sou muito fácil, sério.”

Starbucks, nós podemos te levar ao Starbucks.

“Honestamente a única dica que eu posso dar é ser você mesmo e ser divertido e me fazer rir.”

Quem eram seus modelos quando era mais jovem?

“Madonna. Hmmm, Ultimamente? Madonna.”

E Madonna é Madonna.

“Sim, ela era a única pessoa que eu me inspirava. Eu gosto de toda sua projeção; ela era sexy mas sem tentar muito. Muitos performers pensam que todo mundo está contra eles, então eles terminam colocando essa barreira. E eu estava, ‘Vá e seja você mesmo’. Madonna fez isso. Ela nem se importou. Não tem nenhuma mentira envolvida com ela.”

Você acha estranho que você tenha ficado no lugar dela nas afeições das pessoas?

“Eu não sei. Eu acho que Madonna era mais com coisas vulgares, ela era mais explícita. Essa é a coisa sobre a Madonna. Ela era completamente ela. É isso que a faz uma verdadeira estrela. Mas não é muito eu ir tão longe.”

Muitas pessoas inseguras não gostariam de nenhum comparação, mas você parece gostar disso.

“Sim, eu gosto disso, por que não? Merda, eu gosto de ser comparada a Madonna. Eu não tenho um grande ego, todo mundo sabe disso. Mas quando você é comparada com alguém que você sempre admirou, é natural você se sentir lisonjeada.”

Mas todos nós temos egos, o que seja que fazemos. O quão importante é a rivalidade?

“Corrupção? (ela confundiu rivalry com bribery)”

Rivalidade.

“Honestamente, eu não tenho rivalidade com ninguém. A imprensa faz você ter rivalidades

com as pessoas, mas para mim, quando eu vejo outros artistas fazendo coisas, isso seriamente me inspira. É tipo, ‘Ai meu Deus, é melhor eu fazer uma coisa legal agora’. Você entende o que eu estou dizendo?”

Sim, mas você está fazendo aquilo com a boca de novo.

“Estou?”

ANEXO I – Matéria publicada pela Revista Veja em 8 de novembro de 2000



Britney há dois anos, fazendo o tipo menina-moça (ao lado), e no atual modelito de pantera: recorde de vendas

Música

Santa do pau oco

Britney Spears aprendeu com Madonna: jura que é virgem, mas não pára de atçar

Antes de vender o seu primeiro milhão de CDs, a cantora americana Britney Spears era uma gracinha. Mais ou menos como a brasileira Sandy. Agora, porém, encontrou um outro modelo de comportamento: a libidínosa Madonna. Até nas vendas a moça de 18 anos tem imitado a veterana. Bonita e dona de algum talento, Britney se transformou num dos maiores fenômenos da música pop. Seu álbum *Oops!... I Did It Again* vendeu 7 milhões de cópias nos Estados Unidos — 1,3 milhão delas na semana de estréia. Sozinha, ela é responsável pelo crescimento de 5% da indústria fonográfica americana. Uma potência. Britney encarna atualmente uma lolita movida a dance music. Despeja letras que falam sobre paixões adolescentes, mas não dispensa o figurino ousado. Ou melhor, às vezes até dispensa. Em setembro, numa premiação da MTV, ela deixou crianças e adultos perplexos ao ensaiar um strip-tease. Tanta audácia também traz aborrecimentos. Há pouco, um milionário americano ofereceu 12 milhões de dólares para tirar a virgindade da cantora. O recado de Britney, que se orgulha de permanecer casta, foi curto e grosso: "Manda ele tomar uma ducha fria."

Apesar da pouca idade, Britney já tem dez anos de carreira. Aos 8 anos, ela fez testes para o *Clube do Mickey*. Passou na prova, mas era nova demais

para a função. Foi enviada a Nova York, onde teve aulas de canto, dança e arte dramática. Em 1993, ela finalmente fez sua estréia no programa da Disney. Entre seus companheiros estavam a atriz Keri Russell (do chatíssimo seriado *Felicity*) e dois integrantes da banda americana teen 'N Sync. O seriado terminou no ano seguinte, mas Britney não ficou desempregada. Ela caiu nas graças do produtor Eric Foster White, uma espécie de mecenas dos grupos juvenis. White soube lapidar os talentos naturais da pupila. Recrutou os serviços de um badalado produtor musical e colocou Britney para abrir as apresentações do grupo 'N Sync. Deu certo. *...Baby, One More Time*, disco de estréia da donzela, entrou direto no primeiro lugar da parada americana.

"Eu era mais bobinha" — A música produzida por Britney nada tem de extraordinária. O sucesso desse tipo de artista, no entanto, não deve ser encarado como o fim do mundo. Grupos juvenis sempre fizeram parte do universo pop. Quem não se lembra dos Menudos, que assombraram o Brasil na década de 80? Ou do New Kids on the Block, que foi glorificado pelas adolescentes no início dos anos 90? Britney, pelo menos, não é desafiada como eles. E conhece todo tipo de estratégia para se manter na mídia. A cantora já paquerou descaradamente o príncipe William, da Inglaterra, apenas para dizer que o rapaz não fazia o seu tipo. "Uma cartomante me disse que eu casaria com um rapaz moreno, e ele é loiro", esnobou. Colocou prótese de silicone nos seios especialmente para um ensaio da revista *Rolling Stone* e adora atestar sua virgindade nas diversas entrevistas que dá para o resto do mundo. Para provocação. "Ela é incrivelmente esperta para uma menina de 18 anos. Eu era muito mais bobinha", diz Madonna. Me enganava que eu gostei.



Nome verdadeiro:
Britney Jean Spears

Idade: 18 anos

Quantos discos vendeu no Brasil:
450 000

Quantos discos no resto do mundo:
20 milhões

Sérgio Martins

veja 8 de novembro, 2000 161

ANEXO J - Matéria publicada pela Revista Veja em 1º de setembro 1999

a tor Hugo Chávez está demolindo as n o apoio esmagador da opinião p- oposição chegam a ser surpreenden- residente do Supremo Tribunal. Ce- ar a aceitar a intervenção radical no i- colegas. O Supremo "cometeu sui- ", brados a julza. Parlamentares que icídio do Congresso, que na práti- ca foi dissolvido, se reanimaram com o exemplo e tentaram entrar na marra no prédio. Acabou em pancadaria.

Uma ajuda à natureza

As adolescentes americanas recorrem cada vez mais a implantes para aumentar os seios. Uma das inspiradoras da tendência é a cantora Britney Spears. O número de cirurgias em garotas com menos de 18 anos

1992	973
1996	1 172
1998	1 840

Fonte: Sociedade Americana de Cirurgias Plásticas

está hospedado em um servidor IBM RS4000. Um servidor de última geração, robusto e muito veloz, perfeito para trabalho.

O resultado: O site é um sucesso. Agora os fãs de todo o mundo podem saber tudo sobre o Gil. E o carnaval da Bahia ganhou muito com isso. Em 99 mais de 90.000 pessoas de 44 países podem assistir pela Internet, ao carnaval dos Filhos de Gandhi, diretamente de Salvador.

IBM e
uma solução e-business

Visite www.gilbertogil.com.br para se divertir em mais um e-business de sucesso da IBM. E, para descobrir tudo que um e-business pode fazer por sua empresa, clique na marca e-business da IBM.

ANEXO K - Matéria publicada pela Revista Veja agosto de 2001

Comportamento

PATRULHA DO UMBIGO

Escolas dos EUA controlam calça de cintura baixa

Instalada no Brasil há pelo menos cinco verões, a calça de cintura baixa demora a pegar nos Estados Unidos. Em compensação, agora que o modismo se propagou com força por lá, está causando um furor muito maior. Em vários sentidos. Como a tradição puritana da sociedade americana sempre encontra espaço para se renovar, as barriguinhas de fora estão deixando muitas mães e professoras loucas para desfechar uma patrulha. Perto da volta às aulas, na segunda semana de setembro, já há escolas que se preparam para impor limites à quantidade de área abdominal à mostra. "Vai estar em nossa primeira carta circular: 'Proibido exibir a barriga'", avisa Barbara Merchant, diretora de uma escola em Clinton, Estado de Maryland. Ao contrário do Brasil, onde o modismo renasceu nas ruas, nos Estados Unidos o processo se deu de cima para baixo. As grandes responsáveis pela renúncia americana às barriguinhas de fora são estrelas do show business, como Jennifer Lopez (dona de uma grife recém-lançada em que predomina a combinação de calças e saias lá embaixo com blusas lá em cima), Christina Aguilera e, principalmente, a musa teen Britney Spears, fervorosa adepta do umbigo de fora.

Quando esteve no Brasil para se apresentar no Rock in Rio, Britney ganhou, e aprovou, calças da marca carioca Gang, justíssimas e reduzidíssimas favoritas das meninas do funk. Na Gang, a altura da cintura da calça é quatro a cinco dedos abaixo do umbigo; a comportada média americana, por enquanto, fica em três. "Mas eles estão usando cada vez mais", afirma Sarta Dal Pozzo, estilista da Levi's brasileira, cujo jeans Super Low (fe-

chado por dois únicos e valorosos botões) serviu de inspiração para o Two Low, próximo e já cobijado lançamento da matriz americana. Cercadas de umbigos à vista por todos os lados, mães de adolescentes americanas arramaram tal escarcéu que a cadeia de lojas J.C. Penney teve de tirar do ar um comercial considerado ousado demais. No filme, uma mãe olhava para a filha apertada em um jeans mínimo, dizia "Você não pode ir à escola vestida assim" e, ato contínuo, baixava um pouco mais a cintura da calça. "A J.C. Penney respeita os valores que os pais passam aos filhos", penitenciou-se, contrita, a empresa em um comunicado. Na televisão, a calça sumiu. Nas lojas, porém, continua a vender feito água. Se o modismo persistir, como é extremamente provável, talvez a indústria da confecção venha a chegar ao estágio mais avançado das calças de cintura baixa: o da modelagem brasileira, em que o corte um pouco mais alto atrás e nas laterais, e bem mais baixo na frente, se ajusta melhor aos quadris e produz um caimento que as similares americanas ainda não têm.

A Levi's de dois botões, nacional, e Britney Spears, a musa inspiradora das americanas: furore



ANEXO L- Matéria publicada pela Revista Veja em março de 2007

Música

JÁ ESTÁ DANDO DÓ

Britney Spears se desfaz em público. O último rumor é o de que teria tentado o suicídio

Britney Spears nunca escondeu seu desejo de ser uma nova Madonna. A maneira da cantora de *Meir*, ela sonhava em lançar tendências, provocar polêmicas e virar referência na moda. Do afo de 80 milhões de discos vendidos, a artista americana a certa altura pareceu estar nesse caminho. Mas hoje sua carreira está mais parecida com a de Michael Jackson. E não pelo talento musical. Assim como ocorreu com o cantor, ela está demonstrando em público. Há evidências de alcoolismo, dependência química e descontrole emocional. Agora, fala-se até em suicídio. Na semana passada, noticiou-se que Britney teria tentado se enfiar numa clínica de reabilitação. Publicado num tabloide sensacionalista, esse episódio carece de confirmação. Mas não seria surpresa nenhuma se fosse verdade.

Celebridades muitas vezes usam o escândalo como uma ferramenta de marketing. Madonna, por muito tempo, alimentou-se disso. Depois que sua imagem casta foi para o espaço com a admissão de que já não era virgem, em 2003, pareceu ser esse o caminho que Britney trilharia. Ela caiu na esbômia e embarcou em casamentos furados, seguindo à risca o manual da celebridade desmiolada. Mas aos poucos foram surgindo indícios de que ela está mesmo doente. Um mês atrás, focou sobre suas farras ao lado da patri-



Britney no auge (à esq.) e careca, agredindo fotógrafos: deprimente

cinha Paris Hilton coexistiam com notícias deprimentes sobre internações em clínicas de reabilitação. No fim de fevereiro, ela raspol o cabelo com as próprias mãos e agrediu fotógrafos. Antes da suposta tentativa de suicídio, teria escrito na cabeça raspada o "número da besta", 666, e afirmado que era "um

blefe". São notícias cada vez mais deprimentes.

Britney amplia o rol dos artistas que despotaram muito jovens e não conseguiram lidar com a fama — Judy Garland, Karen Carpenter e o próprio Michael Jackson são nomes que se podem citar. Ela não consegue viver sem atenção e também é oprimida pelos holofotes. Por ainda a indústria das celebridades na qual ela está inserida trabalha num ritmo como nunca se viu. Está dando dó. ■

