

#FreeKesha: discussões acerca das brechas na lógica da indústria fonográfica *pop*¹

Eduardo RODRIGUES²

Thiago SOARES³

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

A *hashtag* #FreeKesha, de alto impacto e reconhecimento público, surgiu nas redes sociais através dos fãs da cantora Kesha quando ela iniciou uma luta judicial contra Dr. Luke, seu produtor musical. A cantora relatou que vinha sofrendo vários abusos mentais, físicos e morais pelo produtor, não conseguindo mais controlar sua carreira desde então. O que se torna interessante de observar nesse caso, é a oportunidade de analisar as brechas e rupturas que são expostas dentro da dinâmica da cultura *pop* (SOARES, 2013), permitindo que repensemos em toda a lógica que pauta essa indústria, mais precisamente na mecânica do mercado musical. O movimento #FreeKesha nos faz refletir sobre quem de fato é o artista e, portanto, tensiona debates sobre gênero, autenticidade, mercado e cultura.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura Pop; Indústria Musical; Kesha, Mídia.

INTRODUÇÃO

Pensar na cultura *pop* como uma prática de consumo é perceber uma vivência *pop* do cotidiano (SOARES, 2013) e, portanto, em um conjunto de relações ligados a produtos que pertençam ao *mainstream*, termo encarado por Frédéric Martel (2012) como uma condição de produtos culturais que visam um público amplo e por isso visitam muitas vezes o espaço-comum.

Na indústria fonográfica podemos antecipar alguns tipos de condutas *mainstreams* já esperados das suas produções, como a gestão de imagem de um artista que é frequentemente trabalhada em cima de canções “chicletes”, aparições públicas, lançamentos de videoclipes e apresentações ao vivo grandiosas, ou seja, acontecimentos que demandam um tipo de performance já esperada. Contudo, o processo de construção desses eventos ocorre nos bastidores, que vez ou outra é evidenciado em momentos de ruptura da narrativa midiática.

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Estudante de Graduação do 8º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do CAC-UFPE, e-mail: dudzardo@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Doutor e professor em comunicação do CAC-UFPE, e-mail: thikos@gmail.com

Em 2014, Kesha abriu um processo judicial contra Dr. Luke, o seu produtor musical, acusando-o de abusos mentais, físicos e emocionais que a impediram de dar continuidade a sua carreira. Esse acontecimento acaba por revelar uma quebra e assim possíveis ressignificações tanto para a cantora como para a estruturação da indústria *pop*, expondo uma mecânica de produção muitas vezes oculta do público geral que é orientado a consumir apenas o produto musical já finalizado. Ao se posicionar contra o seu produtor, reivindicando seu espaço autoral enquanto artista e moral enquanto mulher, percebemos através de Kesha a existência de uma tensão, uma fragilidade sistemática: afinal, até que ponto o papel do cantor é genuíno no mercado *mainstream*?

Sob a luz de autores que debatem cultura *pop* e mídia (JANOTTI; MARTEL; SOARES) e tecendo observações acerca da repercussão do #FreeKesha, *hashtag* criada pelos fãs da cantora que trouxe maior visibilidade ao caso, o presente artigo objetiva analisar o momento em que a artista assume um papel diferente na dinâmica *pop*, permitindo que sejam observados novos direcionamentos da sua gestão de imagem e de toda uma cadeia produtiva que a engloba.

WE R WHO WE R: KESHA DENTRO DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA

Torna-se necessário traçar um preâmbulo sobre a construção da imagem da cantora Kesha para entender qual valoração ela carrega. Por isso voltamos para 2010 quando Kesha Rose Sebert aos 23 anos conheceu o sucesso mundial sob o alter ego de Ke\$ha (posteriormente abandonando o cifrão no nome artístico) graças ao lançamento da canção *Tik Tok*, que liderou o topo da cobiçada parada musical norte-americana Billboard e foi o *single* mais vendido no mundo em 2010⁴. Foi com *Animal*, o seu álbum de estreia lançado no mesmo ano, que Kesha emplacou várias músicas de sucesso (*Blow*, *We R Who We R*, *Your Love Is My Drug*) e acabou ganhando muito destaque no cenário *pop*.

O desempenho de vendas da cantora merece ser evidenciado aqui porque faz parte da dinâmica da cultura *pop* se ancorar nas áreas do entretenimento para atingir objetivos comerciais (JANOTTI JR., 2007). Embora essa associação pareça conversar com a clássica e engessada ideia da indústria cultural de Adorno e Horkheimer (1985), em que se passou a criar arte com a finalidade de lucrar, não devemos limitar o conceito de música *pop* a uma noção puramente de mercado, uma vez que falamos de um campo

⁴ Estima-se que o *Tik Tok* tenha vendido mais de 12 milhões de cópias em 2010. Disponível em: <http://www.billboard.com/charts/year-end/2010/hot-100-songs> (acesso em 22/04/17).

que também permite aquisição de experiências positivas por ser um dos formatos mais poderosos que a sociedade dispõe para dialogar com o mundo:

A música popular massiva envolve complexas relações, e uma autonomia simbólica relativa, entre processos comerciais e criativos. Assim, mesmo reconhecendo a importância dos estudos que partem do campo econômico para tratar da música, não se deve reduzir as faixas gravadas a meros produtos econômicos (JANOTTI JR, 2007).

Se por um lado a sistemática *pop* se afilia a ideia de quantidade (Shuker, 1999 apud VALENTE, 2003), fazendo com que Kesha atinja números de venda e público expressivos, por outro é possível observar ideias de qualidade que reverberam tanto na sonoridade como na imagem da cantora. É o que Goodwin (1992) chama de embalagem midiática (*media imagery*), termo retrabalhado atualmente por Thiago Soares (2013) como o semblante midiático presente na narrativa intertextual de artistas *pop*, desde sua aparência até o que é discursado nas suas músicas. Utilizando essa premissa, Mozdenski (2016) divide os semblantes midiáticos em engajamento e personalidade e Kesha é uma figura que se encaixa em ambos os semblantes, pois sua autenticidade se constrói tanto através das “atitudes sinceras” (personalidade) como na afinidade pessoal dos fãs que enxergam nela uma forma de representação (engajamento).

Para compreender melhor como se dá a “roupagem” da cantora, estratégia criada para inseri-la em uma indústria bastante competitiva, descartável e cada vez mais exigente⁵, podemos notar a presença de signos que geram lembranças e associações (SANTAELLA, 2003) que são desdobrados na sua sonoridade, imagem e comportamento. Analisando os signos trabalhados por Kesha, percebemos que visualmente ela se apresenta como uma “criatura das festas”: as roupas surradas e rasgadas, o cabelo desgrenhado e o glitter viraram peças-chaves da sua composição estética assim como o comportamento rebelde e inconsequente visto nas suas performances e videoclipes. Sonoramente, suas músicas conversam com o gênero *electropop*: repletas de sintetizadores e batidas eletrônicas, inclusive com a sua voz alterada em certos momentos devido a técnica do *auto tune*⁶. Nas canções há uma

⁵ No ano de 2010, período em que Kesha despontou, notava-se um novo rumo experimentado pela indústria fonográfica. Nomes como Lady Gaga, Katy Perry e Rihanna vinham testando os limites da imagem e corpo, flertando com o estranho, o ousado e o diferente. Enquanto artistas como David Guetta, Taio Cruz e Black Eyed Peas tornavam o ritmo eletrônico (*electropop*) ainda mais presente nas pistas de dança e no topo das paradas musicais.

⁶ Uma forma de edição vocal que corrige imperfeições da voz eletronicamente. Disponível em: <http://www.theverge.com/2013/2/27/3964406/seduced-by-perfect-pitch-how-auto-tune-conquered-pop-music> (acesso em 22/04/17).

exploração frequente de temas que permeiam a diversão, a jovialidade e as festas⁷, garantindo-a a classificação de “*party animal*”⁸ como a intitula Becky Bain (2010) em um artigo no site Idolator.



Imagem 1 e 2: representações indumentárias e performáticas da cantora Kesha. Disponível em: <http://goo.gl/cvjfbT> e <http://goo.gl/OD8tid> (acesso em 22/04/17).

Tendo em mente a valoração que a cantora nos passa, o que demonstra ser mais gritante na sua identidade é a rebeldia atrelada ao “estilo jovem de ser”, Kesha quer ser vista como a típica garota festeira. Como ressalta Thiago Soares (2013), “a noção de *pop* está intrinsecamente ligada às ideias de lazer e de diversão”, ouvimos canções também como uma forma de passatempo, por isso torna-se válido dizer que Kesha evoca e potencializa uma das balizas mais primordiais da música *pop*, uma vez que em seus videoclipes, comportamentos, apresentações ao vivo e faixas, é reforçada a ideia de divertimento de forma bastante literal, tornando-a, portanto, um expoente do espírito hedônico *pop*.

WARRIOR: UMA ERA DE TURBULÊNCIAS

Depois de *Animal* e *Cannibal* venderem mais de 3 milhões de cópias⁹, respectivamente seu álbum de estreia e o *extended play* que o sucedeu, Kesha começou a trabalhar no seu segundo disco de estúdio. No fim de 2012 foi lançado *Warrior* (guerreira em tradução livre para o português), um álbum que carregava uma mensagem um pouco mais distante do universo das festas, procurando trazer uma Kesha mais *clean* que canta sobre a auto-aceitação e a superação de dificuldades, inclusive com menos

⁷ Trecho da música Tik Tok: “Don't stop, make it pop. DJ, blow my speakers up. Tonight, I'm-a fight, till we see the sunlight. Tik Tok on the clock. But the party don't stop, no”. Traduzido livremente para: “Não pare, vamos até explodir. DJ, exploda os autofalantes. Esta noite, eu vou a luta até vermos a luz do sol. Tic Tac no relógio, mas essa festa não para, não”.

⁸ Termo norte-americano que designa um adjetivo atribuído a alguém que gosta bastante de festas.

⁹ Disponível em: http://dbpedia.org/page/Kesha_discography (acesso em 22/04/17).

uso da técnica vocal do *auto tune* e com aproximações sonoras do gênero *rock*. A proposta aqui estava clara: visto que há um “desafio do segundo álbum, onde o artista precisa escolher entre repetir as fórmulas que deram certo ou arriscar algo totalmente novo” (TINTEL, 2013), a cantora estava tentando se reinventar para entregar um produto que ainda a validasse como relevante no mercado.

Todavia, os trâmites de divulgação do álbum começaram a desandar e Warrior vendeu 85 mil cópias na primeira semana, cerca de 60 mil cópias a menos que *Animal*, o álbum anterior. As músicas escolhidas para divulgação também não surtiram muito efeito comercial, fugindo do estimado topo das paradas. Além dos problemas de desempenho, alguns empecilhos internos começaram a aparecer quando a cantora deu entrevistas relatando que muitas ações da sua carreira eram decididas por “forças maiores”, como quando relatou a revista americana *Rolling Stone* que estava artisticamente insatisfeita e foi forçada pelo seu produtor a gravar e lançar *Die Young*, primeiro *single* de Warrior¹⁰. Em 2012, devido a um ataque em uma escola de Newtown nos Estados Unidos que deixou 26 crianças mortas, a faixa (traduzida livremente para o português como “morrer jovem”) foi retirada das rádios estadunidenses¹¹.

Em adição, no ano de 2014 Kesha se internou numa clínica de reabilitação, alegando ter um transtorno alimentar. Membros da sua família e amigos próximos deram depoimentos públicos alegando que os seus problemas de saúde e complicações da carreira eram consequências diretas da turbulenta relação com seu produtor. A partir daí o público, especialmente os fãs da cantora, e a mídia voltaram sua atenção para Dr. Luke, seu produtor musical desde o primeiro álbum e proprietário da gravadora *Kemosabe* que possui contrato com Kesha.

É muito comum darmos enfoque ao artista dentro da dinâmica midiática, as complicações enfrentadas por Kesha durante a promoção de *Warrior* recaem principalmente sobre sua imagem, porém é necessário entender que existem mecânicas que acontecem sem conhecimento público e muitas vezes fogem do alcance do próprio artista. Essas mecânicas são gerenciadas pelos chamados de “intermediários culturais” que têm o papel de “planejar uma apresentação em público de personalidades célebres que resultará num encanto permanente para uma plateia de fãs” (ROJEK, 2008 apud MONTEIRO, 2014). Essa é a função em comum de assessores, publicitários,

¹⁰ Disponível em: <http://www.rollingstone.com/music/news/ke-ha-clarifies-being-forced-to-sing-die-young-20121221> (acesso em 25/04/17).

¹¹ Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2012/12/musica-de-keha-e-ignorada-em-radios-apos-massacre-em-escola.html> (acesso em 25/04/17).

empresários, produtores, editores e muitos outros profissionais do meio artístico. Como muitas vezes um artista fecha dois tipos de contrato (MARTEL, 2012), com uma gravadora (*record company*), que cuidará do repertório das canções, e com uma editora (*publishing company*), que produzirá o artista divulgando seu trabalho, já é possível perceber o surgimento de interfaces de construção: uma música é um produto complexo que passa por estágios estratégicos.

No caso de Kesha (e de muitos outros cantores), a gravadora e a editora eram uma só entidade, Dr. Luke como proprietário da Kemosabe Records detinha tanto boa parte das decisões administrativas como publicitárias sobre o trabalho da cantora. Dessa forma, torna-se vital discutir também as funções desempenhadas por ele e o que significam para a dinâmica *pop*.

Dr. Luke, pseudônimo para Lukasz Sebastian Gottwald, é reconhecido por ter trabalhado com nomes célebres da indústria fonográfica como Britney Spears, Kelly Clarkson, Katy Perry, Avril Lavigne, Backstreet Boys e Miley Cyrus, produzindo músicas de alto reconhecimento e sucesso comercial. Em linhas gerais, cabia a ele enquanto produtor pavimentar “o caminho que leva ao envolvimento emocional entre o artista e o seu público” (MONTEIRO, 2014), através da estruturação sonora e/ou composição da canção. O interessante de se observar aqui é que essa tarefa pode ou não ser executada em parceria com o artista, que também assume o caráter de produtor musical, o que acaba por trazer mais propriedade e delimita um senso de autoria e veracidade mais forte. É por esse motivo que vários cantores fazem questão de dizer quando estão participando da produção das suas próprias faixas para atestar credibilidade ao seu trabalho.

Quando Kesha disse que não estava tendo espaço criativo nas decisões da sua carreira, enxergamos então um choque de expectativa, pois o esperado pelo grande público é que ela tenha participação efetiva em todas as etapas de produção de seus materiais, que suas músicas sejam genuínas. Nesse momento, um senso de legitimidade é colocado em jogo: seria tudo encenado? Kesha não era autêntica? Seria ela apenas uma fabricação? Muitos são os questionamentos levantados, e vale ressaltar que possuem alto grau de relevância quando tratamos de cultura *pop*. Basta olhar para a gênese do próprio termo (SOARES, 2013) que emerge de um cunho voltando ao popular, ao amplo. Afinal se falamos de uma cultura que atinge grande parte da população, de alguma forma unindo-a, então existem elementos ali que devem ser

analisados e questionados. Novos direcionamentos sobre fruição e cultura são colocados em pauta quando se discute produtos midiáticos.

Após a promoção do álbum *Warrior*, Kesha entrou em um hiato na carreira, não lançando nenhum material exclusivo. No fim de 2014 as tensões com Dr. Luke ganharam mais força quando a cantora resolveu processá-lo judicialmente sob acusações do produtor, além de impedir o progresso da sua carreira artística, ter lhe abusado fisicamente, psicologicamente e moralmente durante o tempo em que estavam trabalhando juntos. Dentre as denúncias, Kesha narrou vários episódios nos quais afirmava que Luke a criticava, ridicularizava, obrigava a tomar remédios para emagrecer e inclusive havia a dopado para violenta-la sexualmente. No processo, era solicitado que o acordo de criação de mais 6 álbuns exclusivos estabelecido pelos dois fosse quebrado. Em resposta, Luke também entrou com uma ação de defesa por difamação.

Agora com um processo judicial aberto, o caso de Kesha e Dr. Luke ganhou novas proporções: a cantora se autoproclama vítima, portanto, fortalecendo o seu semblante de engajamento através da empatia com o público (MOZDZENSKI, 2016). Dentro de uma indústria onde a definição de autoria ainda é uma problemática, Kesha também procura reconhecimento como dona de sua carreira, uma vez que havia co-escrito todas as músicas que lançou e estava se sentindo limitada, fortalecendo o seu semblante de personalidade através da competência enquanto artista (MOZDZENSKI, 2016).

#FREEKESHA: UM MOVIMENTO NÃO PLANEJADO

As revelações de Kesha e a abertura do processo potencializaram as atenções em volta do caso. Rapidamente surgiram reportagens e notícias nos mais famosos portais, assim como uma grande repercussão nas redes sociais. Os fãs, mobilizados pela situação, resolveram começar uma movimento para que o caso ganhasse visibilidade.

Primeiro, ainda em 2014, surgiu uma petição *online* que contou com mais de 293 mil assinaturas¹² endereçadas a Sony, empresa que detém os direitos sobre a Kemosabe Records, atual gravadora de Kesha que possui Dr. Luke como presidente. O nome da petição era Free Kesha, em tradução livre para o português como “liberte Kesha”. A

¹² Disponível em: <http://www.thepetitionsite.com/pt-br/646/007/918/freekesha-tell-sony-not-to-force-her-to-work-with-her-alleged-abuser/> (acesso em 25/04/17).

partir daí, vemos pequenas evidências do surgimento de um movimento feito exclusivamente pelos fãs que teve seu apogeu depois de uma audiência em fevereiro de 2016, na qual a justiça determinou que a quebra de contrato solicitada por Kesha era infundada, uma vez que o acordo formal estabelecido pela cantora e o produtor era algo típico da indústria musical. O processo ainda continuaria, mas segundo o primeiro limiar, a cantora permanece associada a Kemosabe Records e todo lucro que ela ganhasse ainda seria dividido com Dr. Luke até segunda ordem. Após o resultado, os fãs se uniram mais uma vez e conseguiram colocar a *hashtag* #FreeKesha no topo dos assuntos mais comentados do Twitter atingindo cerca de 500 mil *tweets* (citações)¹³. A partir disso, é preciso analisar como se deu o movimento e que proporções de impacto cultural podemos observar.



Imagem 3: fã na frente do tribunal em Nova Iorque onde acontecia a sessão de fevereiro. Disponível em: <http://goo.gl/NbKzcz> (acesso em 25/04/17).

A premissa básica do #FreeKesha era endereçar mensagens de apoio a cantora na intenção de pedir sua libertação contratual com a Sony. A escolha em torno da palavra “free” pelos fãs permite, em um momento inicial, que os conceitos atrelados à indústria cultural (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) sejam maximizados, comparando a música *pop* a um sistema opressor, unilateral e fabril que não dá liberdade aos artistas e visa apenas o lucro. O conteúdo das postagens reforça essa ideia, pois procura trazer argumentos políticos e sociais que legitimassem a causa, não apenas tratando Kesha como uma artista que teve seu direito criativo tolhido, mas também sua condição enquanto mulher que fora silenciada e desrespeitada.

¹³ Disponível em: <http://digiday.com/brands/freekesha-internet-rallies-around-pop-star-kesha-slams-sony/> (acesso em 25/04/17).

O *#FreeKesha*, portanto, possibilita que novas instâncias sejam consideradas, que o debate se volte em torno dos aspectos que vão além do artista, isto é, do complexo em que ele está inserido e a forma como este se organiza. Por isso as postagens endereçadas especificamente a Sony e ao próprio Dr. Luke, os representantes dos pontos de tensão nessa lógica midiática na qual

(...) percebe-se as tessituras que permitem a afirmação da Música popular massiva como um campo, o que pressupõe o reconhecimento de uma linguagem própria, acúmulo de capital simbólico por parte dos atores envolvidos nas práticas musicais, utilização específica das tecnologias de gravação/reprodução/circulação, manipulação dos elementos plásticos dos sons e apropriações culturais ligadas às afirmações de autonomia das expressões musicais (JANOTTI JR., 2007).

O papel do fã como figura engajada desse movimento evidencia, entre outras coisas, a sua relação com a cultura *pop* e merece aqui atenção. De acordo com Jenkins (2009), graças as facilidades da cibercultura, o fã encara a internet “como um veículo para ações coletivas – soluções de problemas, deliberação pública e criatividade alternativa”, isto é, as pessoas estão cada vez menos passivas e passam a fazer parte de uma cultura engajada chamada de cultura participativa. Uma vez que a possibilidade de apoiar Kesha, um ídolo *pop* de impacto internacional, se torna geograficamente inviável para alguns, a internet surge como uma forma de solução rápida e eficaz. E de fato é uma iniciativa que mostra resultados, já que o público tem o poder de afetar a maneira pela qual a cantora é vista e percebida, dando força a sua causa e gerando mídia espontânea.

O esforço dos fãs em criar um movimento de apoio reforça as relações afetivas promovidos entre eles e os artistas, uma vez que

na música, fazer sucesso implica, entre outras coisas, saber construir a narrativa mais verossímil possível, capaz de promover identificação. Em outras palavras, os fãs precisam estabelecer laços de empatia com o artista. Mas aquilo que faz parte do imaginário dos fãs sobre seus ídolos precisa sobreviver ao encontro entre eles (MONTEIRO, 2014).

Por isso, a credibilidade do *#FreeKesha* é reforçada e justifica o impacto que ganhou. Segundo Jenkins (2009) o conceito de fã se remete a algum tipo de consumo ativo, há uma propriedade no discurso do fã porque existe uma fruição diferenciada, uma relação mais forte carregada de afeto. Essa questão militante reconhecida como ativismo de fã está

relacionada às celebridades e às percepções de familiaridade que os fãs têm quando se encontram conectados a elas por meio de plataformas como Twitter, Facebook e Instagram. [...] Há uma complexa relação entre celebridade, fãs e comunidade que fica explicitada no engajamento dos fãs ao

seguirem as mesmas, constituindo, assim, uma plataforma para proximidade, experiências e hábitos (BENNET apud AMARAL; SOUZA; MONTEIRO, 2014).

Graças ao movimento iniciado pelos fãs, celebridades também começaram a apoiar a causa usando principalmente o Twitter, rede social que funciona como uma espécie de microblog na qual os usuários enviam e recebem mensagens curtas em textos de até 140 caracteres. Katy Perry, Ariana Grande, Lily Allen, Adam Lambert e Miley Cyrus foram alguns dos variados nomes que se engajaram com o *#FreeKesha*, e mesmo que algumas mensagens não tivessem a presença da *hashtag*, elas só ocorreram graças ao movimento original. Outros artistas foram além: Lady Gaga fez questão de se encontrar pessoalmente com Kesha para demonstrar seu suporte, Adele dedicou um prêmio que ganhou no Brit Awards (premição da música britânica) à cantora, Taylor Swift doou cerca de 250 mil dólares para que ela pudesse arcar com os custos judiciais e o DJ Zedd se propôs a fazer uma parceria que de fato acabou acontecendo em abril de 2016, intitulada True Colors¹⁴.

É interessante observar que o *#FreeKesha* passou por etapas diferentes. De início era apenas uma petição *online*, depois começaram a surgir mensagens de apoio que por sua vez se desdobraram em um verdadeiro manifesto: agora os fãs levavam cartazes para o tribunal onde as audiências aconteciam e criavam postagens no Twitter muito mais elaboradas com direito a argumentos políticos e sociais. Um novo patamar foi atingido quando as celebridades entraram em cena, muitas delas artistas do meio musical e que já haviam trabalhado com Dr. Luke. O apoio desse nicho é de bastante relevância ao caso, uma vez que configura uma tensão na indústria e empodera o movimento ao lhe garantir autoridade.



Imagem 4: Em tradução livre: “muito, muito triste por ouvir sobre toda a situação. Ficarei muito feliz de produzir uma música para você se quiser minha ajuda”. O DJ e produtor Zedd convida Kesha para uma parceria. Disponível em: <https://twitter.com/cgbposts/status/701884374724136960> (acesso em 27/04/17).

¹⁴ Disponível em: <https://goo.gl/FuZ62Q> (acesso em 27/04/17).



Imagem 5: A cantora Lady Gaga divulga uma foto ao lado de Kesha. Disponível em: <https://twitter.com/ladygaga/media> (acesso em 27/04/17).



Imagem 6: Em tradução livre: “Nós apoiamos @KeshaRose. #LiberteKesha”. O canal de televisão americano MTV dá suporte a causa. Disponível em: <http://www.dailymirror.com/celebrities-support-freekesha-2614581-Feb2016/> (acesso em 27/04/17).

CONSIDERAÇÕES FINAIS: POP STAR, MULHER E VÍTIMA

Apesar do objetivo deste artigo não ser responder a veracidade do caso ocorrido, procura-se aqui construir um argumento que nos leve a tensionar algumas noções consolidadas e eventuais (pre)conceitos acerca da música *pop*. Desde as entrevistas sobre sua relação com Dr. Luke ao apogeu do processo em 2016, Kesha abriu um espaço para que se fosse possível refletir sobre como nos relacionamos com a cultura *pop*, sobre como filtramos os produtos que ela nos oferece. Inclusive, chega a ser

contraditório pensar que uma cantora que pregava uma das máximas da música *pop* se voltou contra ela: Kesha pede para que voltemos nossa atenção para a canção, mas dessa vez não para dançar, e sim para questioná-la.

Ao alegar a situação que enfrentava, a cantora nos mostra o que Thiago Soares (2013) chama de “brechas na lógica da produção”, pois há muitas vezes na relação artista-produtor uma ruptura que pode passar despercebida por grande parte do público: o produto *pop* é confeccionado em várias etapas, contudo não é uma obra puramente genuína do *performer*. Isso não é necessariamente uma coisa negativa, visto que o material final tem a capacidade de produzir reflexões, aprendizados e experiências enriquecedoras ao grande público. Grande parte das célebres músicas *pop* funcionam dessa maneira, como *Like a Prayer* de Madonna e *Black Or White* de Michel Jackson, duas canções que tiveram alto envolvimento de uma equipe especializada para serem produzidas e divulgadas, mas surtem, respectivamente, pensamentos acerca da religião e racismo que são temas polêmicos e de intensa discussão na nossa sociedade.

Por aglutinar a questão da confecção do material fonográfico e da autoria no mundo *pop*, Kesha acaba por revelar os bastidores de uma indústria que vem se reinventando e se ajustando aos paradigmas modernos, mas que ainda possui pilares engessados. A discussão fica ainda mais potente quando os fãs entram em cena e deixam o caso ainda mais visível através dos poderes das redes sociais, o que acabou reposicionando Kesha nas percepções públicas.

Agora, ela pode ser encarada nas condições de cantora, vítima e mulher. Cantora porque seu papel enquanto produtora de conteúdo artístico dentro da indústria é colocado em debate, ela clama pela chance de ter controle da sua carreira e sua personagem rebelde que convida todos a dançar e a se divertir ficou destoadada. Vítima porque a *hashtag* foi fortemente divulgada pelos seus fãs, indivíduos que possuem um elo afetivo com a cantora e acabam perpassando os seus sentimentos para uma esfera popular. O apoio de celebridades também dá força a essa faceta, já que elas são os olímpianos como atesta Edgar Morin (2011), isto é, os símbolos da grande mídia que ditam normas de consumo, comportamento e conduta. Kesha também é uma olímpiana, mas ela é enxergada de uma forma mais próxima do público, de uma forma mais humana e real. Por fim, mas não menos importante, o status de mulher porque a condição de gênero de Kesha reforça um problema enfrentado pelas mulheres não só na indústria musical, mas também na sociedade como um todo.

Como diz Kellner (2001), o entretenimento também passa pelo senso crítico do público. Não vivemos mais em uma era em que somos tão suscetíveis aos padrões, agora buscamos avaliar o que nos é oferecido e estamos cada vez mais rigorosos nesse processo. O caso de Kesha nos permite pôr em prática essa realidade. Um processo aberto por uma cantora pode evocar vários desdobramentos dentro de uma dinâmica, a maior comprovação disso é o engajamento dos seus fãs perante o fato que podia passar despercebido ou até não ganhar muito destaque. É preciso que analisemos a cultura em que vivemos e suas produções com um olhar mais reflexivo, mais questionador, porque são em pequenos detalhes que encontramos oportunidades de abrir grandes discussões para entender o que consumimos. Com Kesha, temos a chance de ponderar questões acerca de autoria, de mercado, de gênero e do poder das redes sociais.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

AMARAL, Adriana; SOUZA, Rosana Vieira de; MONTEIRO, Camila. “De Westeros no #vemprarua à shippagem do beijo gay na TV brasileira”. **Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital brasileira**. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu: Intercom, 2014.

BAIN, Becky. **Ke\$ha is a party “animal” on debut álbum, but with a few surprises**. Disponível em: <http://www.idolator.com/5348922/kehas-is-a-party-animal-on-debut-album-but-with-a-few-surprises>. (Acesso em 22/04/2017).

GOODWIN, Andrew. **Dancing in The Distraction Factory: Music Television and Popular Culture**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.

JANOTTI JR, Jeder. **Música Popular Massiva e Comunicação: Um Universo Particular**. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos: Intercom, 2007.

JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream: A Guerra Global das Mídias e das Culturas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

MONTEIRO, Márcio. **O ídolo acontece no imaginário**. In: XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Paraíba: Intercom, 2014.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. Rio de Janeiro: Forense, 2011.

MOZDZENSKI, Leonardo. **Quem Ama o Fake, Legítimo Lhe Parece: Divas Pop e a (Des)Construção da Noção de Autenticidade.** Revista Eco Pós, Rio de Janeiro, vol. 19, nº. 3, 2016.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica.** São Paulo: Brasiliense, 2003.

SOARES, Thiago. **Cultura Pop: Interfaces Teóricas, Abordagens Possíveis.** In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus: Intercom, 2013.

TINTEL, Guilherme. **Um intenso estudo sobre Ke\$ha e o flop do cd “Warrior”: então, onde foi que ela errou?** Disponível em: <http://www.portalitpop.com/2013/08/um-intenso-estudo-sobre-keha-e-o-flop.html>. Acessado em 22/04/17).

VALENTE, Heloísa de Araújo Duarte. **As vozes da canção na mídia.** São Paulo: Lettera, 2003.