

“ELA NÃO TEM HIT SOLO”:

Disputas valorativas de fracasso e rivalidade entre fandoms de Divas Pop

ANA KAROLINA DE CARVALHO PEREIRA ARAÚJO¹

Universidade Federal Fluminense

RESUMO | A pesquisa investiga o uso da expressão “hit solo” na rede social X, explorando como ela reforça as disputas femininas no pop. Focada nos perfis Acervo Charts e BCharts, a análise exploratória observou como a palavra-chave é usada para potencializar disputas valorativas dentro do meio pop. A seleção dos materiais foi feita manualmente, com o objetivo de entender como os fãs moldam narrativas sobre sucesso e poder nas interações online.

PALAVRAS-CHAVE | Música Pop; Divas pop; Fandom; Redes Sociais.

PROPOSTA

A ideia do sucesso musical de artistas, principalmente mulheres consideradas Divas Pop, quase sempre está atrelada ao seu alcance comercial, quanto mais números nos charts² a diva possui mais chances dela ser considerada um sucesso dentro do imaginário pop. Mensurar o alcance de artistas da música pop em números, listas e charts é uma prática que se adapta às novas formas de consumo e disseminação de informações na sociedade. Dessa forma as disputas valorativas no mundo da música pop se acentuaram com a presença dinâmica das redes sociais e a facilidade dos serviços de streamings musicais. Silva (2022) entende que a discussão sobre a música se torna mais complexa quando é inserida no contexto da cultura digital, pois permite que o fracasso seja entendido de maneira mais ampla, indo além da simples comparação quantitativa de vendas apresentada pelas paradas musicais.

Impulsionados pelas dinâmicas de interação das redes sociais, novos termos e expressões emergem dos fandoms que encontram nesses espaços de troca um meio para expressar seus afetos e desafetos. Dentro desse contexto, o estudo proposto investiga o uso do termo “hit solo” dentro dos fandoms de divas pop na rede social X (Twitter),

¹ Mestranda em Comunicação na Universidade Federal Fluminense; karol_carvalhoparaujo@outlook.com.

² Os charts de música são rankings que classificam as músicas mais populares de um determinado período de tempo. Alguns charts conhecidos são: Billboard, Spotify, iTunes, Apple Music, Deezer e etc.



analisando como essa expressão se propaga e contribui para intensificar as disputas entre mulheres no cenário da música pop. É importante mencionar aqui que a origem do termo não tem como ser mapeada, uma vez que é uma expressão que emergiu dentro de interações online que mudam e se reconfiguram com o tempo. No entanto, dentro do contexto em que é utilizada, a expressão ganhou força nos fandoms de diva pop durante o ano de 2019 como uma forma de acentuar o hate na cantora Lady Gaga.

Naquele ano a cantora lançou a música “Shallow” em parceria com o ator Bradley Cooper para o filme “Nasce uma estrela” (2018, dir. Bradley Cooper) em que ela era a protagonista. Muito além da crítica por sua atuação, a cantora teve seu desempenho musical questionado enquanto fazia um sucesso estrondoso com a música que hoje detém o recorde de música mais premiada da história³. O sucesso da canção se tornou um meio de ridicularização entre os fandoms que passaram a usar a expressão “hit solo” para desmerecer o alcance da música e indicar que ela só havia conquistado tanto por ser uma parceria.

Entendendo a diva pop como centro da experiência dos fãs que serão analisados dentro dessa pesquisa, é importante entender suas dinâmicas comunicativas principalmente dentro de espaços digitais. Xavier, Evangelista e Soares (2015) definem a figura da diva como artistas que “agenciam um estar no mundo pautado pela ideia de feminilidade empoderada, consciência corporal, diversão, entretenimento e aspectos políticos ligados a mulheres e homossexuais”.

A presença da diva, sugere também a presença de um culto à sua imagem, os fandoms de diva pop se inserem nessa definição como espaços de adoração à determinadas artistas. Dessa forma, proteger e defender a artista da qual você é fã, se torna uma missão, principalmente quando você está inserido em um meio em que a rivalidade feminina é uma constante e demarca uma ideia de “sucesso”.

Para Figueiredo (2019) as disputas sobre o que é considerado bom ou ruim no universo do pop, especialmente no que diz respeito à figura da diva pop, tendem a se basear em tensões que envolvem a relação entre o "sucesso comercial" e a "aprovação da crítica". O sucesso comercial para o autor seria frequentemente associado à aceitação

³ Fonte: [‘Shallow’ faz Lady Gaga bater recorde de música com mais prêmios da história: 32 estatuetas | Oscar 2019 | G1](#)



pelo público, vendas de discos e popularidade em plataformas de streaming, enquanto a aprovação crítica se refere ao reconhecimento mais especializado e artístico que nem sempre coincide com as métricas comerciais.

É importante destacar aqui que o incentivo à prática da rivalidade feminina é baseado em uma prática patriarcal, em que as relações entre mulheres são vistas dentro de um aspecto de competitividade.

Entendendo tradicionalmente o papel social feminino vinculado a uma ideia de submissão, caberia às mulheres criarem relações de desconfiança e suspeição entre si, solidificando relações inversamente proporcionais de segurança e dependência com os homens, os únicos que seriam capazes de ocupar um local de primazia na pirâmide social. A rivalidade funcionaria, portanto, como um aparato de dominação masculina, sendo necessária para a manutenção desse status quo (Rodrigues, 2024, p. 4)

Esta rivalidade é reforçada por um ambiente midiático forjado artificialmente que tem como objetivo promover a ideia de que as mulheres dentro do mercado da música pop se encontram em um espaço “limitado” para o sucesso feminino comercial, o que se manifesta em uma competição constante pela supremacia em paradas de sucesso. Gonzalez (2020) entende que os fãs não somente assistem às polêmicas, mas podem efetivamente fazer parte delas, alistando-se no exército que sustenta essas guerras midiático-musicais. Diante disso, o que fazer quando sua diva pop lança um material e não alcança o topo dos charts? É preciso defendê-la, e é dentro desse comportamento que nos debruçamos para investigar como os desafetos de um fã fomentam dinâmicas que são parte de uma lógica maior de dominação simbólica, que enquadra mulheres artistas em dicotomias de competição e se beneficia das polêmicas, enfrentamentos e rixas criadas.

Nesse contexto, a análise concentra-se em dois tweets publicados em perfis específicos na rede social X, Acervo Charts e BCharts, que são fontes populares de discussões sobre música e artistas pop na internet. A análise exploratória investigou como a expressão "hit solo" é utilizada nesses perfis, e pelos fãs nos comentários, com foco em como ela é empregada para destacar e intensificar as rivalidades entre divas pop. A seleção dos materiais foi feita de forma manual com o objetivo de entender



melhor como os fãs criam e difundem narrativas sobre o sucesso e o poder das artistas, especialmente no contexto das interações que acontecem nas redes sociais.

O cenário coloca em evidência o argumento de Rodrigues (2024, p.8), em que "o antagonismo entre as cantoras teria como fator motivador uma suposta sensação de risco, em que a existência de uma se apresentaria como ameaça para a carreira da outra". Dessa forma, o estudo aponta que a utilização do termo "hit solo" serve não apenas como um modo de interação entre fandoms mas como uma forma de corporificar por meio de uma expressão novas medidas valorativas da música pop sobre artistas femininas, intensificando rivalidades e a prática do hate dentro desses espaços.

REFERÊNCIAS

GONZALEZ, Fernando. **Maria Callas, uma casta chamada diva**. In: SOARES, Thiago; LINS, Mariana; MANGABEIRA, Alan (Org.). *Divas pop: o corpo-som das cantoras na cultura midiática*. Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2020. 266p.

FIGUEIREDO, Kelven Igor de Souza. **O trono do pop em jogo: tensionamentos discursivos entre crítica, fãs e haters sobre divas pop no Metacritic**. 2019. 94 f. Monografia (Graduação em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.

RODRIGUES, Eduardo. **Rivalidade feminina na música pop: melodrama, especulação e performance**. *AÇÃO MIDIÁTICA*, n. 28, jul./dez. 2024, Curitiba: PPGCOM - UFPR, ISSN 2238-0701.

SILVA, Fabricio Campos Longo da. **Rebolando para entender os memes: performatividade masculina e disputas identitárias em festas de gays e linguagem da internet**. *Revista Habitus: Revista da Graduação em Ciências Sociais do IFCS/UFRJ*, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 62 – 76. 2018. Semestral. Disponível em: . Acesso em: 10 de ago. 2022.

XAVIER, Luciana.; EVANGELISTA, Simone.; SOARES, Thiago. **Performatividade de gênero na música popular periférica**. In: PEREIRA DE SÁ, Simone; POLIVANOV, Beatriz.; EVANGELISTA, Simone. (Orgs). *Música, som e cultura digital: perspectivas comunicacionais brasileiras*. Rio de Janeiro: E-papers, 2015.