

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA (UNIPAMPA)
CAMPUS SÃO BORJA
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

UM ESCÂNDALO (NÃO TÃO) ÍNTIMO:

**ESTRATÉGIAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS NA CONSTRUÇÃO DO
STORYTELLING MIDIÁTICO E IMAGEM DA CANTORA LUÍSA SONZA**

PEDRO HENRIQUE DOS SANTOS ZAVALHIA

São Borja

2024

Pedro Henrique Dos Santos Zavalhia

UM ESCÂNDALO (NÃO TÃO) ÍNTIMO:

**ESTRATÉGIAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS NA CONSTRUÇÃO DO
STORYTELLING MIDIÁTICO E IMAGEM DA CANTORA LUÍSA SONZA**

Trabalho de Conclusão de Curso de
Graduação apresentado como requisito
parcial para a obtenção do título
Relações Públicas à Universidade
Federal do Pampa – *campus* São
Borja/RS.

Orientador;

Prof. Dr. Paulo Júnior Melo da Luz

São Borja

2024

PEDRO HENRIQUE DOS SANTOS ZAVALHIA

UM ESCÂNDALO (NÃO TÃO) ÍNTIMO:

**ESTRATÉGIAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS NA CONSTRUÇÃO DO
STORYTELLING MIDIÁTICO E IMAGEM DA CANTORA LUÍSA SONZA**

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 4 de dezembro de

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Paulo Júnior Melo da Luz

Orientador
(UNIPAMPA)

Profa. Dra. Carmen Regina Abreu Gonçalves

(UNIPAMPA)

Profa. Dra. Marcela Guimarães e Silva.

(UNIPAMPA)



Assinado eletronicamente por **MARCELA GUIMARAES E SILVA**, **PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 04/12/2024, às 22:07, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **PAULO JUNIOR MELO DA LUZ**, **PROFESSOR MAGISTERIO SUPERIOR - SUBSTITUTO**, em 05/12/2024, às 09:57, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **CARMEN REGINA ABREU GONCALVES**, **PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 13/12/2024, às 09:55, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1617350** e o código CRC **0E0CB044**.

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

Z39e Zavalhia, Pedro Henrique dos Santos
UM ESCÂNDALO (NÃO TÃO) ÍNTIMO: ESTRATÉGIAS DE
RELAÇÕES PÚBLICAS NA CONSTRUÇÃO DO STORYTELLING
MIDIÁTICO E IMAGEM DA CANTORA LUÍSA SONZA / Pedro
Henrique dos Santos Zavalhia.

84 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) --
Universidade Federal do Pampa, RELAÇÕES PÚBLICAS,
2024.

"Orientação: Paulo Júnior Melo da Luz".

1. Storytelling midiático. 2. Construção de
imagem. 3. Relacionamentos com públicos. 4. Cultura
de fãs. 5. Estratégias de divulgação. I. Título.

AGRADECIMENTOS

É nessas horas que passa um filme na nossa cabeça, do Pedro Henrique de 20 anos, que decidiu se mudar, morar longe da família em busca de um sonho. Enfim, os quatro anos de graduação passaram (e cá entre nós, passaram rápidos demais), foram inúmeros acontecimentos e momentos até aqui, mas acho que a palavra que mais se encaixa é a superação. A superação de uma nova rotina, novas pessoas, novos medos e sonhos. Com certeza não sou o mesmo que iniciou essa jornada, posso dizer que tudo o que passei e superei até aqui, devo a inúmeras pessoas que tentarei agradecer.

Segundo o dicionário Michaelis, a palavra agradecimento significa: 1) ação ou efeito de agradecer; 2) sentimento de ser grato. Ao longo desses quatro anos de graduação, sou grato a inúmeras pessoas que, de alguma forma, marcaram não apenas minha jornada acadêmica, mas, também, a minha vida.

Gostaria de agradecer, primeiramente, a Deus por ter tornado tudo isso possível. Em segundo lugar, à minha família, em especial minha mãe, Sandra, e meus avós, Pedro e Ordalina que, mesmo de longe, foram e são a minha base. Sempre me apoiam, incentivam e me dão forças para continuar. Se hoje estou aqui, realizando esse sonho de ser Bacharel em Relações Públicas, foi porque eles estiveram comigo desde o início. Essa conquista eu dedico a vocês.

Vocês, sem dúvidas, fizeram de mim a pessoa que hoje sou e eu só tenho motivos para agradecer. Não existem palavras que descrevam o quanto sou grato por tudo o que vocês dedicaram a mim. Tenho muito orgulho e admiração de ser filho e neto de vocês. Espero um dia poder retribuir nem que seja 1% de tudo o que vocês fizeram por mim. Obrigado por tudo. Amo muito vocês.

Quero deixar meu agradecimento especial ao meu padrinho Girlei, à Rosmeri e ao Fernando, que não mediram esforços e tornaram possível eu conhecer a Luísa, a pessoa que pesquisei e me aprofundei neste trabalho de conclusão de curso.

Agradeço a todos os professores do curso, em especial às professoras Carmen, Lívia, Marcela, Paula e ao professor Tiago, por me proporcionarem conhecimentos e aprendizagens essenciais para a minha formação, tanto profissional quanto humana. Vocês foram de suma importância nesse processo, pois, se não fossem vocês, hoje não estaria completando esse ciclo.

Ao meu professor é orientador, Paulo Júnior, que foi essencial nesta etapa. Obrigado por compartilhar seus conhecimentos, vivências e o incentivo para que eu não desistisse no meio do caminho.

Aos técnicos e terceirizados da UNIPAMPA, em especial à tia Jô (Jocenara) e à tia Iara, saibam que tenho um carinho muito especial por vocês.

À minha turma, RP 12, que esteve comigo desde o início até a conclusão desta etapa da minha vida. Obrigado pelos diversos momentos de diversão, estudos, risos e choros. Vocês, sem dúvidas, foram essenciais e eu sou grato por ter sido colega de cada um de vocês.

Aos meus amigos e colegas de apartamento, Jéssica e Rodrigo, que entraram comigo nessa jornada e estiveram sempre ao meu lado, me ajudando nos piores e melhores momentos. Não posso deixar de agradecer também à Lisandra, essa pessoa incrível que a universidade me presenteou para ser colega e amigo. Acho que a frase que mais se encaixa nesse momento é a frase da Mônica Martelli: “eu acho que a gente se apaixona pelos nossos amigos, tem pessoas na vida que a gente esbarra, e tem pessoas na vida que a gente encontra”. Sem dúvidas, eu encontrei vocês e saibam que eu amo muito vocês.

Também não posso deixar de agradecer as amizades que São Borja me proporcionou, em especial a Ana Letícia, Carol, Diana, Josie, João Gabriel, Rafaella, Viviane, Victor, William e Yan. Vocês tornaram essa jornada muito mais leve e tranquila. O meu muito obrigado pelo tempo compartilhado e pelas histórias vividas no decorrer desses anos.

Deixo meu agradecimento à Secretaria Municipal da Fazenda, em especial a Ilana, Jacqueline, João Tailor e Tainá, por esse período de estágio, de muito trabalho e inúmeros aprendizados. A Juliana, Natiele, Taniandra e Silvia, pessoas especiais que a prefeitura me presenteou e proporcionou inúmeros momentos bons.

À Unipampa, de modo geral, pelos momentos que ali vivi e passei. Agradeço muito, pois pude ter essa experiência incrível de ser aluno de uma instituição pública, em que a educação é gratuita e de qualidade. E a todos que, diretamente ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado!



“E se algum dia alguém lembrar.
Eu espero estar em outro lugar.
Que eu desista da minha pressa,
Pra eu focar no que interessa”

Luísa Sonza

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi compreender de que forma as estratégias de divulgação do álbum musical Escândalo Íntimo se relacionam com a construção de imagem e o *storytelling* midiático da cantora Luísa Sonza a fim de estabelecer o relacionamento com os seus públicos. Para isso, foram elencados os seguintes objetivos específicos: sistematizar as estratégias de divulgação do álbum Escândalo Íntimo a partir da coleta de conteúdos em sites de notícias e redes sociais da artista; contextualizar a biografia da artista na perspectiva do *storytelling* midiático construído por ela em relação ao álbum Escândalo Íntimo; e identificar e analisar as perspectivas dos fãs de Luísa Sonza a partir das estratégias abordadas. Metodologicamente, a pesquisa se caracteriza como exploratória e qualitativa, utilizando-se de procedimentos de coleta de dados documentais (notícias das mídias e letras de músicas), bem como questionários com fãs através do *Google Forms*. Contextualizou-se de forma sintética a trajetória biográfica de Luísa Sonza, aproximando-a aos conceitos teóricos de construção de imagem, reputação, *storytelling* midiático e cultura de fãs. Depois, fez-se uma análise de quatro músicas do álbum Escândalo Íntimo (Campo de Morango, Chico, Penhasco2 e Principalmente Me Sinto Arrasada) para entender qual a narrativa contada pelas mídias sobre a vida de Luísa Sonza e como ela se apropriou disso para criar seu próprio *storytelling* a partir das músicas. Por fim, recorre-se aos fãs de Luísa através de questionários direcionados para entender as suas interpretações sobre as estratégias utilizadas por ela na divulgação do álbum para estabelecer relacionamentos com seus públicos.

Palavras-chave: *storytelling* midiático; construção de imagem; relacionamentos com públicos; cultura de fãs; estratégias de divulgação.

ABSTRACT

The main goal of this monography was to understand how the promotional strategies for the album *Escândalo Íntimo* relate to the construction of the image and media storytelling of singer Luísa Sonza in order to establish a relationship with her audiences. To reach this goal, the following specific objectives were listed: to systematize the promotional strategies for the album *Escândalo Íntimo* by collecting content from news sites and social networks of the artist; to contextualize the biography of the artist from the perspective of the media storytelling constructed by her in relation to the album *Escândalo Íntimo*; and to identify and analyze the perspectives of Luísa Sonza's fans based on the strategies addressed. Methodologically, the research is characterized as exploratory and qualitative, using documentary data collection procedures (media news and song lyrics), as well as questionnaires with fans through Google Forms. Luísa Sonza's biographical trajectory was briefly contextualized, bringing it closer to the theoretical concepts of image construction, reputation, media storytelling and fan culture. Then, an analysis was made for four songs from the album *Escândalo Íntimo* (*Campo de Morango*, *Chico*, *Penhasco* and *Principalmente Me Sinto Arrasada*) to understand the narrative told by the media about Luísa Sonza's life and how she appropriated this to create her own storytelling based on the songs. Finally, Luísa's fans were asked to answer to questionnaires to understand their interpretations of the strategies she used to promote the album to establish relationships with her audiences.

Keywords: media storytelling; image construction; relationships with audiences; fan culture; promotional strategies.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Notícia sobre boatos de traição de Luísa com Vitão	22
Figura 2 - Ofensas e ameaças de morte contra Luisa Sonza.....	23
Figura 3 - Capa do álbum Escândalo Íntimo	24
Figura 4 - Capa Escândalo Íntimo - O Filme.	25
Figura 5 - Luisa no programa Mais Você da Ana Maria Braga.	26
Figura 6 - Capa da versão deluxe do álbum Escândalo Íntimo.....	27
Figura 7 - Conhecendo Luisa Sonza.....	29
Figura 8 – Outdoor de divulgação do álbum Escândalo Íntimo.....	36
Figura 9 - Publicação de imagens do clipe Campo de Morango	37
Figura 10 - Comentários recebidos em publicação no Instagram.....	38
Figura 11 - Notícias sobre música e clipe de Campo de Morango	39
Figura 12 - Clipe de Campo de /////Morango.....	40
Figura 13 - Postagem de Luísa no X	42
Figura 14 - Chico alcança Top 30 Songs Global	43
Figura 15 - Teorias após término de Luísa com Chico.....	44
Figura 16 - Luísa e Demi Lovato cantam juntas em festival de música	46
Figura 17 - Luísa e Demi Lovato cantam juntas em festival de música	46
Figura 18 - Clipe da música Principalmente Me Sinto Arrasada	48
Figura 19 - Comentários recebidos em publicação no Instagram.....	49
Figura 20 - Capa de outubro da revista Billboard Brasil	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Perfil de cada respondente.....	54
---	-----------

SUMÁRIO

1 LANÇA MENINA: UMA INTRODUÇÃO À PESQUISA	15
1.1 Justificativa	17
2 OBJETIVOS	19
2.1 Objetivo Geral.....	19
2.2 Objetivos Específicos	19
3 LUÍSA MANEQUIM: CONTEXTOS DO ÁLBUM ESCÂNDALO ÍNTIMO....	20
3.1 A Experiência de Conhecer a Braba	27
4 À BEIRA DO PENHASCO DO REFERENCIAL TEÓRICO.....	30
4.1 Construção de Imagem.....	30
4.2 Reputação e <i>Storytelling</i> Midiático.....	31
4.3 Cultura de Fãs.....	33
5 ANÁLISES INICIAIS DE UM ESCÂNDALO ÍNTIMO	35
5.1 Campo de Morango	35
5.2 Chico	40
5.3 Penhasco2	44
5.4 Principalmente Me Sinto Arrasada	47
6 CAMPO DE MORANGO: UMA METODOLOGIA PARA DESBRAVÁ-LO ..	51
7 A TEIA DA DONA ARANHA: ANÁLISES DO ÁLBUM	53
7.1 Perfil do Público.....	54
7.2 Campo de Morango	55
7.3 Chico	59
7.4 Penhasco2	61
7.5 Principalmente Me Sinto Arrasada	65
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	68
REFERÊNCIAS.....	70
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO CAMPO DE MORANGO	73
APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO CHICO	75
APÊNDICE C - QUESTIONÁRIO PENHASCO2	77

APÊNDICE D - QUESTIONÁRIO PRINCIPALMENTE ME SINTO ARRASADA.....	79
ANEXO A - LETRA DA MÚSICA CAMPO DE MORANGO	81
ANEXO B - LETRA DA MÚSICA CHICO	83
ANEXO C - LETRA DA MÚSICA PENHASCO2.....	84
ANEXO D - LETRA DA MÚSICA PRINCIPALMENTE ME SINTO ARRASADA	85

1 LANÇA MENINA: UMA INTRODUÇÃO À PESQUISA

Um fato é notório: nestes últimos anos ficou comprovado que uma boa comunicação estratégica se tornou instrumento indispensável para as figuras públicas. Com os meios digitais, tudo ficou acessível e de fácil disseminação. Dessa forma, uma boa comunicação estratégica não só auxilia no cotidiano, mas também, nos momentos em que surgem as crises de imagens e reputações, visto que, ao falarmos de pessoa pública, sua imagem e reputação são tensionadas e colocadas em pautas diariamente, sendo expostas a diversas mídias e ambientes.

A partir disso, as estratégias de comunicação são fundamentais para que a forma como são elaboradas sejam bem pensadas e tecnicamente pertinentes, o que evidencia o desafio das Relações Públicas que atuam neste contexto. É importante salientar esse cuidado que se faz necessário, visto que a exposição em momentos de crise de imagem e reputação potencializadas pelo que denominamos mídias sociais, podem ser um grande determinante da carreira dessa pessoa pública. Uma crise de imagem e reputação não gerenciadas da maneira correta corroboram ainda mais para a crise em evidência.

Para auxiliar na construção de imagem e reputação de pessoa pública ou organização, surge como ferramenta o *storytelling*. Christian Salmon (2007) reflete que *storytelling* é uma máquina de fabricar histórias, a fim de formatar espíritos. Não é acaso que está ocorrendo um *boom* de narrativas de vida, principalmente nas mídias, onde tudo se torna produto à venda. Descobriu-se que a narrativa revela a mais íntima das problemáticas humanas, até mesmo os instintos primordiais de um modo quase subliminar

A partir do *storytelling*, é possível construir uma marca pessoal (*personal branding*), pois todas as pessoas possuem uma trajetória que pode ser explorada como narrativa a partir de recortes específicos. O termo *personal branding* se popularizou na década de 1990, quando Peters (1997), autor e administrador estadunidense, aplicou o seu conceito na obra *The Brand Called You*. Peters (1997) aprofundou os aspectos do termo na obra *Brand You 50: Fifty Ways to Transform Yourself from an 'Employee' into a Brand That Shouts Distinction, Commitment, and Passion!*, quando sugeriu que ele nada mais é do que "pessoas que comercializam a si mesmas e suas carreiras como marcas." (Peters, 1997, p. 108).

Trazendo esses pensamentos para os dias atuais, podemos pontuar que, de fato, vivemos um momento no qual torna-se extremamente importante para os artistas e/ou figuras públicas estarem bem posicionadas, tanto nas mídias tradicionais como

digitalmente. Afinal de contas, para além dos espaços físicos, as possibilidades de expressão e visibilidade na sociedade expandiram-se para ambientes comunicacionais digitais. (Santos, 2020; Correa Da Silva, 2021).

Os espaços digitais têm se mostrado importantes ferramentas de possibilidades, sem barreiras geográficas ou temporais, para a conexão entre artistas e seus públicos, sejam eles fãs, apreciadores ou simpatizantes. Por isso, espaços e plataformas digitais que potencializam a sociabilização (mídias sociais, plataformas de *streaming*, etc.) vêm sendo cada vez mais utilizadas como ferramentas de comunicação e *marketing* para a promoção de marcas pessoais de artistas que já são famosos ou celebridades. (Primo, Matos; Monteiro, 2021).

Conforme Rampersad (2009), a construção da marca pessoal nas redes sociais interfere diretamente na ascensão de suas carreiras. Rampersad (2009) ainda menciona que ter uma marca pessoal forte estimula percepções significativas sobre os valores e qualidades que o indivíduo apresenta, mostra aos outros quem ele é, o que faz, como criar valor e o que se pode esperar dele. Também influencia como os outros o percebem, cria expectativas na mente deles sobre o que receberão quando trabalharem com ele, cria uma identidade ao seu redor, o que torna mais fácil para as pessoas lembrarem dele.

Outro ponto importante de ser mencionado é a cultura de fãs que, de certo modo, fortalece a construção do *storytelling* midiático e do *personal branding*. Entre as muitas concepções de fãs, considerou-se a proposta por Mark Duffett (2013), pesquisador de comunidades de fãs de música. Para Duffett (2013, p.18), o fã é aquele indivíduo que apresenta uma ligação emocional, pessoal, positiva e relativamente profunda com um elemento da cultura popular e que, movido pelo desejo de explorar o universo do seu objeto de interesse, se envolve em práticas particulares de sua comunidade por ver a criatividade como uma forma de exteriorizar sua conexão com o item admirado. Assim, os fãs contribuem para a construção de imagem de um artista, fazendo com o ele seja mais conhecido. No caso de Luísa, não só nacionalmente, como internacionalmente.

A partir dessas reflexões, em diálogo com pesquisadores do *storytelling*, do *personal branding* e das culturas de fãs, somos conduzidos ao objeto empírico de referência dessa pesquisa: o álbum musical Escândalo Íntimo, lançado pela cantora Luísa Sonza em 2023. Buscaremos analisar como as estratégias de divulgação de Escândalo Íntimo se relacionam com a construção de imagem e o *storytelling* midiático da artista.

Com relação ao aspecto metodológico, a pesquisa caracteriza-se como exploratória, com abordagem qualitativa. Além da pesquisa bibliográfica e documental,

foi realizada uma análise de conteúdos em sites, páginas de notícias e nas plataformas digitais da cantora, a partir de critérios: as ofensas direcionadas a ela; o misoginismo no mercado musical; o ativismo dos fãs; e os posicionamentos da cantora através de suas músicas e na divulgação do álbum *Escândalo Íntimo*.

Foi realizada uma coleta de materiais compreendendo os meses de agosto de 2023 até outubro de 2024, período que considera o lançamento do álbum nas plataformas de *streaming* e a finalização das estratégias de divulgação do material. Foram analisadas notícias e músicas do álbum, coletadas em sites, portais e plataformas digitais da cantora, a fim de fazer um recorte de notícias, publicações nas mídias digitais da cantora, assim como entrevistas e a análise de quatro músicas específicas do álbum, sendo elas: “Campo de Morango”, “Chico”, “Penhasco2” e “Simplesmente Me Sinto Arrasada”. As músicas foram escolhidas a partir de uma série de análises de notícias envolvendo Luísa e seu álbum, considerando as letras que se relacionavam com essas notícias. A partir disso, chegou-se à conclusão que essas músicas, de certa forma, ajudaram na sua narrativa e na construção do *storytelling* midiático da artista.

A partir dessas propostas, emerge o problema de pesquisa deste trabalho de conclusão de curso: de que forma as estratégias de divulgação do álbum *Escândalo Íntimo*, da cantora Luísa Sonza, se relacionam com a construção de imagem e o *storytelling* midiático da artista, considerando o contexto das Relações Públicas e o relacionamento com seus públicos?

1.1 Justificativa

A justificativa para a escolha da temática foi se definindo e refinando durante os anos de graduação, além do interesse em refletir sobre estratégias de comunicação envolvendo figuras públicas e o gerenciamento de crises vivenciadas por elas, já que, assim como as organizações, as figuras públicas são passíveis de erros.

Com os avanços das mídias digitais e as grandes mudanças advindas do mundo globalizado, cada vez mais se faz necessário que os profissionais de Relações Públicas se adaptem às necessidades emergentes. Dessa forma, se atualizam na elaboração de novas estratégias de comunicação.

O *storytelling* surge com uma premissa na arte de contar histórias, envolvendo para gerar impacto nos públicos. Histórias bem elaboradas têm o poder de mudar as perspectivas das pessoas. Associado a isso, está o *personal branding*, uma prática que não

é nova, mas, com o avanço da tecnologia e popularização das redes sociais, a vida privada das pessoas está cada vez mais próxima do público e, com isso, o tema tem sido cada vez mais explorado.

A exposição das pessoas na internet e nas redes sociais têm inspirado cada vez mais o cuidado com a imagem e a marca pessoal. Segundo Cortez (2014), o *branding* pessoal é uma tendência considerada um reflexo do molde em que se vive atualmente. (Cortez, 2014, p. 74). Considera-se que essas perspectivas são importantes ao contexto das Relações Públicas.

Além disso, surge um vínculo pessoal ao falar sobre Luísa Sonza. A cantora é de Tuparendi, cidade que fica a aproximadamente 30 km de Santo Cristo, cidade natal do autor deste trabalho. A região também é composta por cidades que foram o berço de grandes artistas, como Maria da Graça Xuxa Meneghel, mais conhecida como Xuxa, natural de Santa Rosa, e a supermodelo Gisele Caroline Bündchen, natural de Horizontina, sendo que todas as cidades fazem parte da região noroeste do Rio Grande do Sul.

A escolha por falar de Luisa Sonza está relacionada à questão de como a cantora, diferente de Xuxa e Gisele, é mais jovem e ainda mantém laços com sua terra natal. Embora não resida na cidade, ela ainda sustenta suas raízes e leva o nome da cidade e do estado para o resto do Brasil e para o mundo.

Apesar de ter se tornado uma cantora de música pop brasileira, Luísa ainda carrega dentro de si o sentimento de “menina do interior”, como fica claro na entrevista dela para o documentário “Se eu fosse Luísa Sonza”, produzido pela *Netflix*, em que Luísa menciona as inúmeras vezes que recorreu às suas raízes para tentar se encontrar novamente, na tentativa de fugir dos holofotes das mídias e dos palcos que também inspiraram o álbum Escândalo Íntimo.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Compreender de que forma as estratégias de divulgação do álbum musical Escândalo Íntimo se relacionam com a construção de imagem e o *storytelling* midiático da cantora Luísa Sonza a fim de estabelecer o relacionamento com os seus públicos.

2.2 Objetivos Específicos

Sistematizar as estratégias de divulgação do álbum Escândalo Íntimo a partir da coleta de conteúdos em sites de notícias e redes sociais da artista;

Contextualizar a biografia da artista na perspectiva do *storytelling* midiático construído por ela em relação ao álbum Escândalo Íntimo;

Identificar e analisar as perspectivas dos fãs de Luísa Sonza a partir das estratégias abordadas.

3 LUÍSA MANEQUIM: CONTEXTOS DO ÁLBUM ESCÂNDALO ÍNTIMO

*Eu sou musa pela metade,
Sou um caos em destruição.*

Trecho da música Luísa Manequim, do álbum Escândalo Íntimo

Afinal, quem é Luísa Sonza?

Luísa Gerloff Sonza nasceu no dia 18 de julho de 1998 na cidade de Tuparendi, interior do Rio Grande do Sul. Em 2004, Luísa começou a participar de Festivais da Canção no Centro de Tradições Gaúchas (CTG) Fronteira da Amizade. Em um desses festivais, chamou a atenção de um jurado, que a convidou para ser uma das integrantes do grupo vocal Sol Maior, que ainda realiza shows e eventos pelo estado do Rio Grande do Sul e pelo Brasil.

Posteriormente, criou uma conta no *YouTube* para publicar vídeos seus fazendo *covers* (interpretações) de músicas de outros artistas, o que a fez ficar popular na plataforma, sendo reconhecida pelos seus seguidores da plataforma como a "Rainha dos *Covers*". Desde então, Sonza já foi indicada para diversos prêmios durante sua carreira, sendo vencedora de dois Prêmios Multishow de Música Brasileira, um Prêmio Jovem Brasileiro e três MTV *Millennial Awards* Brasil. Também foi indicada a dois MTV *European Music Awards* como "Melhor Artista Brasileira" e a um *Grammy* Latino na categoria de "Melhor Álbum Pop Contemporâneo em Língua Portuguesa" por Doce 22.

Em 2017 deu início à sua carreira solo ao assinar um contrato com a Universal Music Brasil e lançou um *extended play* (EP) auto-intitulado, uma espécie de álbum sintético, com menos músicas que um regular. Após alguns *singles* (músicas de trabalho), lançou seu primeiro álbum de estúdio intitulado Pandora¹ em 2019, inspirado em um dos mitos femininos mais importantes da história e que lançou singles de sucesso como "Garupa", "Assim" e "Bomba Relógio".

¹ Pandora (aquela que possui todos os dons) na mitologia grega foi a primeira mulher criada por Zeus. Com o objetivo de vingar-se da humanidade e de Prometeu, por este ter roubado o fogo dos deuses. Casou-se com Epimeteu, irmão de Prometeu, e abriu uma caixa que continha diversos males, espalhando-os pelo planeta.

Em 2021, após uma série de acontecimentos em sua vida pessoal, Sonza lançou “Doce 22” em comemoração ao seu aniversário de 22 anos. O álbum foi dividido entre “Lado A” e “Lado B”, com inspirações nos anos 2000 e no pop da época. O álbum conta com canções como "Modo Turbo", "Melhor Sozinha" e "Penhasco".

É importante salientar dois momentos complicados e emblemáticos na vida da cantora, que se misturam ao lançamento e divulgação desses álbuns: o fim de seu casamento com o humorista e *YouTube*r Whindersson Nunes, cheio de ataques na internet; e o seu namoro com o cantor Victor Carvalho Ferreira, mais conhecido como Vitão.

Whindersson e Luísa Sonza se conheceram em 2016 nas redes sociais. O relacionamento engrenou rapidamente e, em poucos meses, o casal foi morar junto. Por mais de uma vez, Whindersson revelou que Luísa o ajudou a superar a depressão. Após um ano juntos, Whindersson pediu Luísa em casamento. O comediante fez uma surpresa para a namorada e registrou em vídeo se declarando para ela: "Você é a mulher da minha vida". Whindersson e Luísa se casaram em fevereiro de 2018, na Capela dos Milagres, em Alagoas.

Em fevereiro de 2020, o casal foi alvo de boatos de separação e Luísa Sonza se pronunciou em entrevista à revista Quem²: "O Brasil precisa entender, de uma vez por todas, que Whindersson Nunes é o amor da minha vida. Podemos ficar um ano sem nos vermos, mas vamos sempre esperar um pelo outro. A agenda não influencia no que temos".

Alguns meses depois, eles anunciaram a separação³ com *posts* conjuntos nas redes sociais: "Estamos nos separando para a maioria das pessoas. Mas a verdade é que só estamos terminando uma fase, acabando sim um casamento, mas jamais o amor, carinho e respeito um pelo outro". Após o anúncio da separação, a cantora começou a divulgar "Flores"⁴, música de Vitão em parceria com Luísa.

Vitão e Luísa publicaram fotos juntos e logo surgiram os boatos de romance e traição por parte de Luísa com seu ex-marido, o que aumentou com o lançamento do clipe. Ela negou os rumores de que teria traído o ex-marido com Vitão. A cantora afirmou para

² Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/amp/QUEM-News/noticia/2021/05/entenda-polemica-entre-whindersson-nunes-e-luisa-sonza-nas-redes.html>. Acesso em 12 jun, 2024.

³ Disponível em:

<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2020/04/29/whindersson-nunes-e-luisa-sonza-anuncia-separacao.htm>. Acesso 12 jun. 2024.

⁴ Flores é um single de Vitão em parceria com Luísa, lançado em 2020.

a página UOL⁵: "Eu prefiro ignorar, até porque não tenho o que fazer com essas mentiras, é uma coisa totalmente sem nexos".

Figura 1 - Notícia sobre boatos de traição de Luísa com Vitão



Fonte: UOL (2023).

Em setembro de 2020, Luísa e Vitão assumiram um relacionamento. O namoro dos cantores foi cercado por ataques virtuais. Fãs de Whindersson encontraram até um *print* (captura de tela) antigo em que o cantor chamava Luísa e o comediante de "meu casal". Meses depois, Whindersson assumiu um relacionamento com Maria Lina, após postagem em seu perfil no *Instagram*.

Em maio de 2021, Whindersson desmentiu pela primeira vez os boatos de que teria sido traído por Luísa, quase um ano depois de a cantora assumir o relacionamento com Vitão. Ele afirmou que foi ele quem terminou o relacionamento e que o fim não foi motivado por uma traição. O humorista foi criticado por não negar os rumores antes, e reagiu dizendo⁶ que a cantora também não defendeu ele das piadas de "cornos".

Whindersson disse: "Eu tenho meus motivos pra nunca ter dito que não, é nunca ter dito que sim". Luísa reagiu à situação falando: "Aos meus fãs: não façam com os outros o que vocês viram fazendo comigo". No dia seguinte, Whindersson afirmou⁷ que

⁵ Disponível em:

<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2020/08/14/coisa-sem-nexo-luisa-sonza-fala-dos-boatos-de-traicao-com-vitao.htm>. Acesso em: 12 jun, 2024.

⁶ Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/09/21/luisa-sonza-whindersson-vitao.htm>. Acesso em: 12 jun, 2024.

⁷ Disponível em:

sua então noiva, Maria Lina, também estava sendo atacada nas redes sociais. Ela estava grávida do primeiro filho do casal: "E o povo vai no *Instagram* da Maria dizer que ela vai perder o bebê, nada que preste sai desse assunto. [...] Se vocês não acreditam no que pregam, pois eu acredito que essas coisas que perturbam a mãe, perturbam a criança".

No final de maio, o bebê que Maria Lina e Whindersson esperavam morreu após um parto prematuro. Após a morte de João Miguel, Luísa começou a sofrer com inúmeros *haters*, direcionando a ela ofensas e ameaças de morte, culpando a cantora.

Figura 2 - Ofensas e ameaças de morte contra Luisa Sonza



Fonte: UOL (2021).

A artista adiou o lançamento de seu álbum *Doce 22*, para cuidar da saúde mental e se afastou das redes sociais. Luísa ainda comentou⁸: "Quando me encontraram no chão, em posição fetal, eu já estava na minha última. Graças a Deus eu tenho uma equipe que me ajuda e me levou ao psiquiatra, me deu remédio, suporte, tudo que precisava". Em agosto de 2021, Luísa e Vitão terminaram o relacionamento. "Victor se tornou parte da minha família e eu vou amar e protegê-lo sempre. Saibam todos que o amor continua e isso ninguém nunca vai tirar nem abalar", afirmou a cantora.

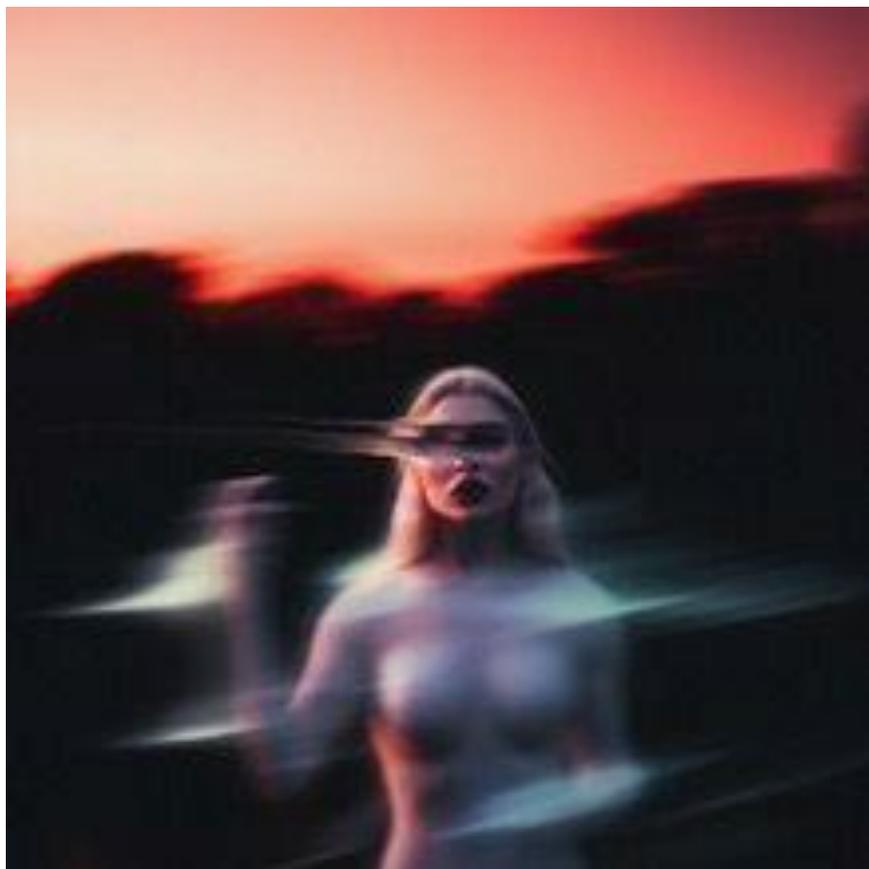
Em agosto de 2023, Luísa Sonza lançou *Escândalo Íntimo*, seu terceiro álbum de estúdio, através da gravadora Sony Music Brasil. Desde seu lançamento, este álbum teve polêmicas e especulações. Neste novo projeto, a cantora mostra tempos sombrios e revela

<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2021/05/11/whindersson-desabafa-e-diz-que-pessoa-s-desejam-que-sua-noiva-perca-o-bebe.htm>. Acesso em: 12 jun, 2024.

⁸ Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/09/21/luisa-sonza-whindersson-vitao.htm>. Acesso em: 12 jun, 2024.

um contraste da sua própria mente entre tempos bons e, principalmente, ruins, como em uma crise de ansiedade. O lançamento autoral tem 24 faixas, sendo 3 interlúdios⁹ que juntos formam a frase: “todas as histórias de amor dão errado”. Além disso, o álbum conta com parcerias de outros cantores, como Marina Sena, Baco Exu do Blues, Duda Beat, Maiara & Maraisa, KayBlack, Demi Lovato, Tokischa e Caetano Veloso.

Figura 3 - Capa do álbum Escândalo Íntimo



Fonte: Instagram @luisasonza (2023).

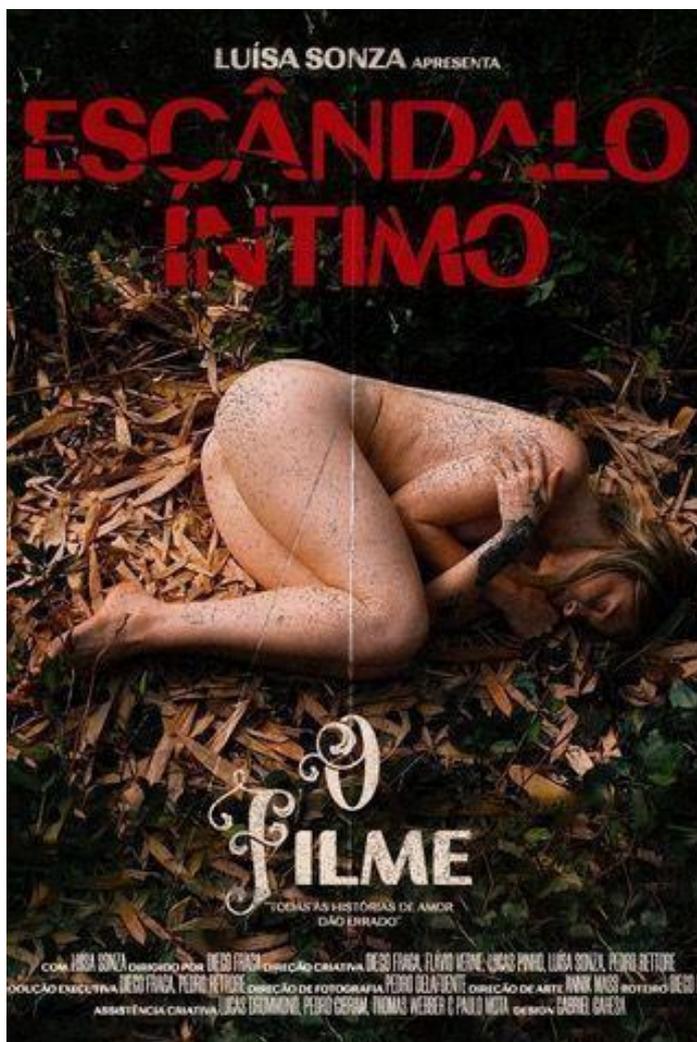
No dia 26 de maio de 2024, Luísa lançou “Escândalo Íntimo - O Filme”. Segundo palavras da própria cantora, em uma postagem no seu perfil no *Instagram*¹⁰ o filme conecta todos os visuais lançados e é um grande paradoxo de sua mente, sonhos e pesadelos que passam pela sua cabeça. Até então, este é o trabalho mais intimista e profundo de Luísa. A construção de uma estética visual e sonora, com diversas referências

⁹ Interlúdio é uma pausa entre uma música ou faixas de um álbum, o termo vem de óperas e peças de teatro que utilizavam disso em seus espetáculos.

¹⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C7XG2sAPdKB/?igsh=b3g3Z28xb2EwbXJk>. Acesso em: 26 maio, 2024.

e estilos explorados, permite construir diferentes estratégias de comunicação e divulgação.

Figura 4 - Capa Escândalo Íntimo - O Filme.



Fonte: Instagram @luisasonza (2024).

Juntamente com a criação e o lançamento do novo álbum, a cantora assumiu publicamente, em julho de 2023, o relacionamento com o influenciador digital/*YouTube*r Chico Veiga, também conhecido como “Chico Moedas”. Antes da fama, ele chegou a cursar cinema e administração, mas não concluiu os cursos e passou a investir em dinheiro digital com recursos do pai. O apelido "Moedas" vem de "coin", derivado do hábito dele investir em *bitcoin*¹¹. Ficou conhecido por participar das *lives* do influenciador Casimiro Miguel. Participou, inclusive, da cobertura da Copa do Mundo de 2022.

¹¹ O *bitcoin* (BTC) é um tipo de moeda virtual, também chamado de criptomoeda.

Luísa Sonza fez uma homenagem a ele com a composição da música "Chico", presente no álbum *Escândalo Íntimo*. A canção atingiu a primeira posição no serviço de *streaming Spotify Brasil*¹². Porém, o relacionamento dos dois não durou muito e, após quatro meses, Luísa veio a público em rede nacional, no programa “Mais Você”, apresentado por Ana Maria Braga, e expôs uma traição de Chico.

Figura 5 - Luisa no programa Mais Você da Ana Maria Braga.



Fonte: Gshow (2023).

Novamente, Luísa passou a sofrer especulações e ataques, pois vários fãs (os “sonzers”, como são conhecidos) começaram a se questionar se todo o ocorrido, desde assumir o relacionamento à exposição da traição, não passaria de uma estratégia para alavancar as vendas e divulgar o álbum. Isso nos leva a pensar sobre as formas como as mídias foram conduzindo a carreira de Luísa Sonza até o ponto em que ela se usa dessas estratégias para si mesma, desenvolvendo um novo rumo para o *storytelling* midiático de sua carreira e construção de sua *personal branding*.

Por fim, é importante salientar que devido a todo sucesso que o álbum *Escândalo Íntimo* fez, no dia 17 de setembro Luísa Sonza lançou a versão *Deluxe*¹³ do álbum. A nova versão conta com músicas inéditas, regravações com artistas como Jorge & Mateus, Belo, La Cruz, Simone Mendes e Troy Boi. Além de lançar um novo show da turnê *Escândalo Íntimo Deluxe* no dia 22 de setembro no palco mundo do *Rock In Rio*. A versão

¹² *Spotify* é um serviço de *streaming* de música e *podcasts*.

¹³ Conhecida como uma “versão de luxo” de um álbum, o “*deluxe*” compreende o lançamento de faixas bônus de uma produção. As músicas adicionais podem ser versões demo, gravações que ficaram fora do corte final da produção, registros ao vivo, entre outros.

deluxe não será aprofundada neste estudo, por ter sido lançado próximo ao período proposto para encerramento da pesquisa, mas se faz necessário mencioná-la.

Figura 6 - Capa da versão deluxe do álbum Escândalo Íntimo.



Fonte: Instagram @luisasonza (2024).

3.1 A Experiência de Conhecer a Braba¹⁴

No feriado do dia 7 de setembro de 2024, tive a oportunidade de conhecer Luísa Sonza, pessoa a quem me dediquei a estudar e explorar no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). A cantora participou de uma partida de futebol no campo Verner, localizado no interior de Tuparendi, juntamente com um dos times femininos da Academia Bello Centro. No ano de 2023, Luísa passou a ser madrinha da Academia, com sede na cidade de Tuparendi e com núcleos nas cidades de Porto Mauá, Novo Machado e Santa Rosa. A Academia foi criada com o propósito de ser uma entidade de cunho social, sem fins lucrativos e nenhum tipo de discriminação de classe social.

¹⁴ Depoimento escrito em primeira pessoa.

No dia anterior, 6 de setembro de 2024, Luísa cantou o Hino Nacional no primeiro jogo da *National Football League* (NFL)¹⁵ no Brasil e na América do Sul. Devido à agenda apertada, antes do jogo em Tuparendi iniciar, a cantora atendeu somente às crianças e jovens da Academia, com as quais tirou fotos e distribuiu autógrafos, além de dar uma entrevista para as mídias locais. Foi nesse momento que consegui realizar alguns registros fotográficos com a artista e também explicar brevemente sobre o meu TCC, sobre o qual ela ficou surpresa e pediu que eu explicasse brevemente acerca da temática e objetivos.

A partir dessa troca, comuniquei à cantora que tinha algumas perguntas e gostaria de realizar uma entrevista com ela, se possível. Nesse momento, sua assessora interferiu e avisou que Luísa tinha pouco tempo e estava com a agenda lotada, visto que faria um show à noite. Aproveitei para refletir em relação à receptividade por parte da assessora com os fãs da Luísa. Sabemos que o papel dela é zelar pela imagem e reputação da Luísa, mas, na minha percepção de futuro profissional de Relações Públicas, faltou um pouco de empatia e cuidado, ainda mais sendo o primeiro show de Luísa em sua cidade natal.

Embora tudo tenha ocorrido de forma rápida, foi possível ter uma noção de como a artista é fora do palco, com seus fãs, amigos e familiares. A todo momento, Luísa se mostrou estar confortável e se sentindo em casa, já que estava em sua cidade natal. Na volta para a casa de seu pai, Cezar Luiz Sonza, que até hoje reside em Tuparendi, ela chegou andando a cavalo, recepcionou alguns fãs que ali estavam esperando e, após isso, foi se preparar para o show.

Por fim, entrei em contato novamente com a assessoria dela e com contatos de pessoas próximas para uma possível entrevista e não obtive retorno.

¹⁵ A *NFL* é a liga de futebol norte-americano. É a principal liga da modalidade no mundo e reúne 32 equipes divididas igualmente em duas conferências, a Nacional e a Americana.

Figura 7 - Conhecendo Luisa Sonza.



Fonte: Do autor (2024).

4 À BEIRA DO PENHASCO DO REFERENCIAL TEÓRICO

No decorrer deste capítulo, se busca refletir sobre os conceitos relacionados aos objetivos de estudo desta monografia. Sendo eles: construção de imagem, reputação e *storytelling* midiático; e relacionamento com os públicos através da cultura de fãs. Para isso recorreremos a autores como Weber (2004), Santaella e Nöth (2012), Joly (1996) e Rosa (2007).

4.1 Construção de Imagem

Para iniciar a reflexão sobre construção de imagem, referenciamos Weber (2004, p. 261). A autora fala sobre a imagem no contexto da política, comunicando que "neste exercício sobre imagens públicas e institucionais, mostra-se o caminho da difusão de um conceito desejado e estrategicamente formatado", sendo este conceito passível de diferentes interpretações. Weber (2004) ainda conceitua que o processo de recepção e repercussão da imagem envolve diretamente os seus públicos, ou seja, mídias, grupos sociais e indivíduos, sendo fomentada a sua repercussão por essas mídias e indivíduos. Tais públicos podem avaliar, intermediar, criticar e usufruir das ações realizadas, "[...] numa espécie de acordo momentâneo, entre o desejo e a proposta." (Weber, 2004, p. 263).

Na perspectiva de Santaella e Nöth (2012), a imagem se encontra em dois domínios, sendo o primeiro o das representações visuais e o segundo o domínio imaterial da imagem. Os autores nos asseguram que "[...] ambos os domínios da imagem, não existem separados, pois estão inextricavelmente ligados já na sua gênese" (Santaella; Nöth, 2012, p. 3). Um está interligado ao outro, porque não há imagem visual que não foi pensada como uma representação e toda representação mental tem uma referência visual já visualizada anteriormente.

Em outra perspectiva, Joly (1996) nos afirma que a imagem nem sempre será visível, mas sim depende da produção de um sujeito, ou seja, "[...] imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém que a produz ou reconhece" (Joly, 1996, p. 13). Para a autora, as imagens são representadas visualmente pela mídia, televisão, publicidade e no senso comum. Elas podem ser associadas a lembranças em conceitos culturais, religiosos e filosóficos. Joly (1996) destaca que a imagem é o reflexo de toda a nossa história e, por este motivo, se torna complexa de definir de modo mais simplista.

Joly (1996) e Santaella e Noth (2012), no nosso entendimento, buscam óticas semelhantes. Porém, Joly (1996) conceitua imagem a partir de representações culturais do indivíduo, e Santaella e Nöth (2012) alertam para os domínios materiais e imateriais da imagem. São, assim, conceitos complementares. Em outra perspectiva, Weber (2004) conceitua a imagem no âmbito comunicacional. Assegura que uma imagem é difundida com o conceito desejado e estrategicamente pensado, tendo a possibilidade de resultar em diferentes percepções dos públicos.

Para falarmos do termo reputação, recorremos à Rosa (2007). O autor pensa que "reputações não se sustentam em circunstâncias abstratas" (Rosa, 2007, p. 61), mas sim que são definidas, expostas e podem mudar o funcionamento de uma lógica, seja como um desafio ou forma de preservar a reputação de um líder ou reputação. Para Rosa (2007), somos visíveis e observados a todo momento, seja no elevador, ao mandar um e-mail, ao falar no telefone e ao mandar mensagem no trabalho. Por este motivo "[...] toda vez que desconhecemos esta nova realidade, reputações passam a estar na berlinda" (Rosa, 2007, p. 64). Para o autor, se todos estão em público, essas consequências se tornam mais expostas diante da tecnologia e do ambiente social.

4.2 Reputação e *Storytelling* Midiático

Neste capítulo iremos abordar especificamente reputação de celebridades e pessoas públicas através de um *storytelling* midiático. Para iniciarmos as discussões, é importante termos clara a diferença entre celebridades e pessoas públicas. Para França (2020, p. 4) "[...] "celebridades" são pessoas que - por razões diferenciadas - se tornam amplamente conhecidas e, para além disso, admiradas (ou detestadas)", ou seja, elas possuem um crescimento e reconhecimento por um assunto específico ao qual se tornam referência. Já as figuras públicas têm seu reconhecimento atribuído ao conhecimento e crescimento pessoal. De acordo com França (2020), o destaque está diretamente ligado à vida pessoal de maneira natural.

A compreensão de celebridade de Simões (2020), é complementada com a concepção de imagem e reputação de acordo com autores já citados anteriormente. Joly (1996), tratando sobre imagem, comenta sobre a representação ser composta por lembranças e por conceitos culturais, filosóficos e religiosos do próprio indivíduo, neste contexto sendo equivalente à sociedade e ao contexto em que surgiu a celebridade com as

suas respectivas tendências e personalizações. Weber (2004), na sua perspectiva, ressalta que o ponto da celebração é repercutido por consequência das mídias sociais e do seu público que momentaneamente tem um acordo entre os seus próprios desejos e as propostas realizadas pela celebridade. Isso conecta-se ao conceito do indivíduo de Simões (2020), em que as características intrínsecas da celebridade são o diferencial que a torna única neste fenômeno.

Para buscar uma conexão entre imagem e reputação, recorremos a Rosa (2007), que define a reputação como sendo sustentada em circunstâncias abstratas. No conceito de Rosa sobre celebridades, elas são identificadas com o viés social no qual a sociedade se encontra naquele momento. Simões (2020) complementa este ponto, caracterizando que mesmo que a representação de celebridades seja universal, refletem o atual contexto da sociedade, sendo passível de alteração quando houver alteração de sentido dentro deste contexto.

Para entendermos mais sobre o contexto midiático contemporâneo e os impactos nessa discussão, a autora Márcia Cristina Pimentel (2005) discute que o valor vinculado à fama tem residido na exposição do indivíduo, ou seja "[...] vem tendendo a se afundar, cada vez mais, na capacidade individual de expor o próprio 'eu' e não, exatamente, em algum virtuosismo, no domínio do indivíduo sobre um objeto" (Pimentel, 2005, p. 195).

Nessa perspectiva, a pessoa faz de si mesma um objeto de mídia, e o reconhecimento para saber se a sua imagem pública está bem-sucedida é a exposição midiática do “eu do indivíduo”. Um conceito importante que a autora debate é sobre como a história de uma pessoa pública é construída. Ela nos fala que a trama e a narrativa da celebridade são tecidas em coletivo, seja pelos amigos, inimigos, jornalistas e estratégias comunicacionais. Desta forma, se configura como um personagem de uma narrativa midiática, um *storytelling* midiático, gerando padrões de reconhecimento para si mesmo e para o mundo.

Para complementar a perspectiva de Pimentel (2005), Simões (2009), em seu conceito, aborda a relação da mídia e pessoas públicas sendo como a construção de um simbolismo criado em conjunto entre os sujeitos, ou seja, os atores sociais que engajam nas ações, constroem em conjunto os significados e os reproduzem nos dispositivos midiáticos e até mesmo práticas sociais do grupo em comum. A autora nos reforça que as intenções e motivações não existem prontas, elas “[...] emergem e se atualizam na própria constituição das interações entre mídia e a vida social” (Simões, 2009, p. 75). No seu estudo, a sua base de conceitos permite pensar a mídia como configuradora de

experiências, sendo que os produtos midiáticos mudam a concepção dos indivíduos, alterando as suas ações pelo seu impacto, sendo este um processo mútuo de reconfiguração, transformação, atualização e afetação.

A partir das discussões e conceitos apresentados sobre a imagem e reputação de pessoas públicas, é possível entender que a imagem e reputação podem envolver pessoas com alto nível de exposição na sociedade, não se tratando apenas de organizações ou marcas. Quando falamos no contexto da imagem de celebridades, podemos entender a mesma como a venda de um estilo de vida sedutor para a sociedade, que é constantemente atualizada pelas tensões dos seus públicos. Desta forma, podemos pensar a reputação destas pessoas pelo viés social, em que ela representa um momento em que a sociedade está vivendo e até mesmo conquistando o seu reconhecimento por ações pontuais que a caracterizam como relevantes no *storytelling* midiático que acompanha a demanda social de uma determinada época.

Porém, precisamos tomar cuidado para analisar de uma perspectiva analítica, pois existem diversos desafios e possíveis tensionamentos que exigem a atenção para a análise de celebridades. Por exemplo, temos que entender as mídias e como elas impactam nesta discussão, seja tornando o indivíduo um objeto ou um agente que configura as próprias mídias com os seus tensionamentos. A intenção e motivação destes indivíduos na sociedade não existem prontas, mas entre o indivíduo e as mídias há um processo mútuo de afetação que é constantemente atualizado e reconfigurado, por ambas as partes, que pode ser feita por grupos inseridos numa cultura de fãs.

4.3 Cultura de Fãs

Neste subcapítulo são abordados alguns estudos relacionados à cultura de fãs, no âmbito acadêmico, numa tentativa de determinar suas origens, bem como sua relevância para a área das Relações Públicas, para pensar como os fãs de Luísa Sonza consomem suas músicas no álbum Escândalo Íntimo e fazem interpretações a partir das estratégias de divulgação.

Para melhor compreensão do significado da palavra fã, recorreremos a Jenkins (2015), um dos teóricos de fãs que mais encontrou destaque, especialmente por seus trabalhos sobre a cultura da convergência, que se utiliza em grande parte da cultura de fãs como perspectiva. Jenkins (2015, p. 31-32) explica que *fan*, fã em inglês, trata-se de uma abreviação da palavra *fanatic*, fanático, proveniente do latim *fanaticus*. Nos dias de hoje,

o fã pode ser compreendido de maneira ampla, em função de seu envolvimento ativo com o objeto de sua admiração. A partir disso, Booth (2010, p. 11), no contexto de sua obra sobre estudos de novas mídias e *fandom* digital, define o fã em função de seu comportamento ativo como “[...] uma pessoa que investe tempo e energia em pensar a respeito de, ou interagir com, um texto midiático: em outras palavras, alguém arrebatado por um objeto midiático específico já existente”.

Dessa forma, Jenkins concorda com Booth (2010) quanto ao envolvimento ativo dos fãs com as mídias, porém eleva a atração por esses produtos midiáticos de uma simples admiração por amor. Além disso, a definição de Jenkins (2012) dá uma maior atenção ao caráter social das atividades dos fãs, caracterizado por suas conexões e relacionamentos, definindo-os como:

[...] indivíduos que mantêm uma conexão apaixonada com a mídia popular, afirmando sua identidade através do seu relacionamento com e dominação de seus conteúdos, e experimentando afiliação social acerca de gostos e preferências em comum (Jenkins, 2012).

Dessa forma, vale destacar que apesar de exercerem atividades de consumo, os fãs não podem ser reduzidos a meros consumidores, fãs constroem redes de contato, são colecionadores, turistas, arquivistas, curadores e produtores, como Duffet (2013) destaca. Mesmo quando os fãs compram *merchandise*, participam de promoções, formam um mercado consumidor estável, formam mercado de nicho, e têm sua aceitação de novos produtos de mídias vista como a medida do sucesso, mas não podem ser vistos apenas como consumidores, seria esquecer todos seus outros papéis. Por fim, Bennet (2012) argumenta que o ativismo de fãs está diretamente relacionado às celebridades e às percepções de familiaridade nas conexões entre eles.

5 ANÁLISES INICIAIS DE UM ESCÂNDALO ÍNTIMO

Neste capítulo, será observada a construção de imagem para o *storytelling* midiático da cantora, a partir de uma análise das estratégias de divulgação do álbum Escândalo Íntimo. Com relação ao formato da pesquisa, ela se trata de uma investigação exploratória. Estudos assim caracterizados têm "[...] como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses" (Gil, 2002, p. 44). Refletem abordagens ainda não investigadas, ou pouco estudadas, sob a ótica científica.

A respeito dos métodos de pesquisas, foram utilizadas nas primeiras etapas a pesquisa bibliográfica (a partir de uma seleção de textos pertinentes à pesquisa) e, também, a documental. Para Gil (2002), pesquisas documentais são semelhantes às pesquisas bibliográficas. Porém, na primeira, os documentos não receberam um tratamento analítico e científico, o que a difere da segunda.

A análise da pesquisa foi realizada a partir de um recorte de agosto de 2023 a outubro de 2024, período que compreende o lançamento e a divulgação do álbum Escândalo Íntimo. Nossa proposta foi selecionar quatro músicas do álbum que foram trabalhadas com videoclipes, nas rádios e plataformas de *streaming* como *singles*. Além disso, buscamos entender de que forma essas músicas repercutiram midiaticamente e auxiliaram a construir o *storytelling* e a imagem da artista. Para isso, elencamos as músicas “Campo de Morango”, “Chico”, “Penhasco2” e “Principalmente Me Sinto Arrasada”. Elas contemplam uma ampla divulgação e repercussão midiática a partir das suas letras e estratégias de divulgação.

5.1 Campo de Morango

*Malvadona, safada, quer crime, eu sou karma
Metida, assanhada, só hasha do bom.
Luxúria né praga, de Balenciaga,
De costas me encara, ah*

Trecho da música Campo de Morango, do álbum Escândalo Íntimo.

As estratégias de divulgação e a construção do *storytelling* do álbum iniciaram nas redes sociais da cantora. No dia 9 de agosto de 2023, Luísa publicou na sua conta do

Instagram, juntamente com as fotos da capa e contracapa do álbum, uma foto do *outdoor* na Rodovia Régis Bittencourt, divulgando o nome do álbum e a data de estreia.

Figura 8 – Outdoor de divulgação do álbum Escândalo Íntimo.



Fonte: Instagram @luisasonza (2023).

No dia 12 de agosto de 2023, a artista realizou outra publicação em seu perfil no *Instagram*, que gerou espanto entre seus fãs.

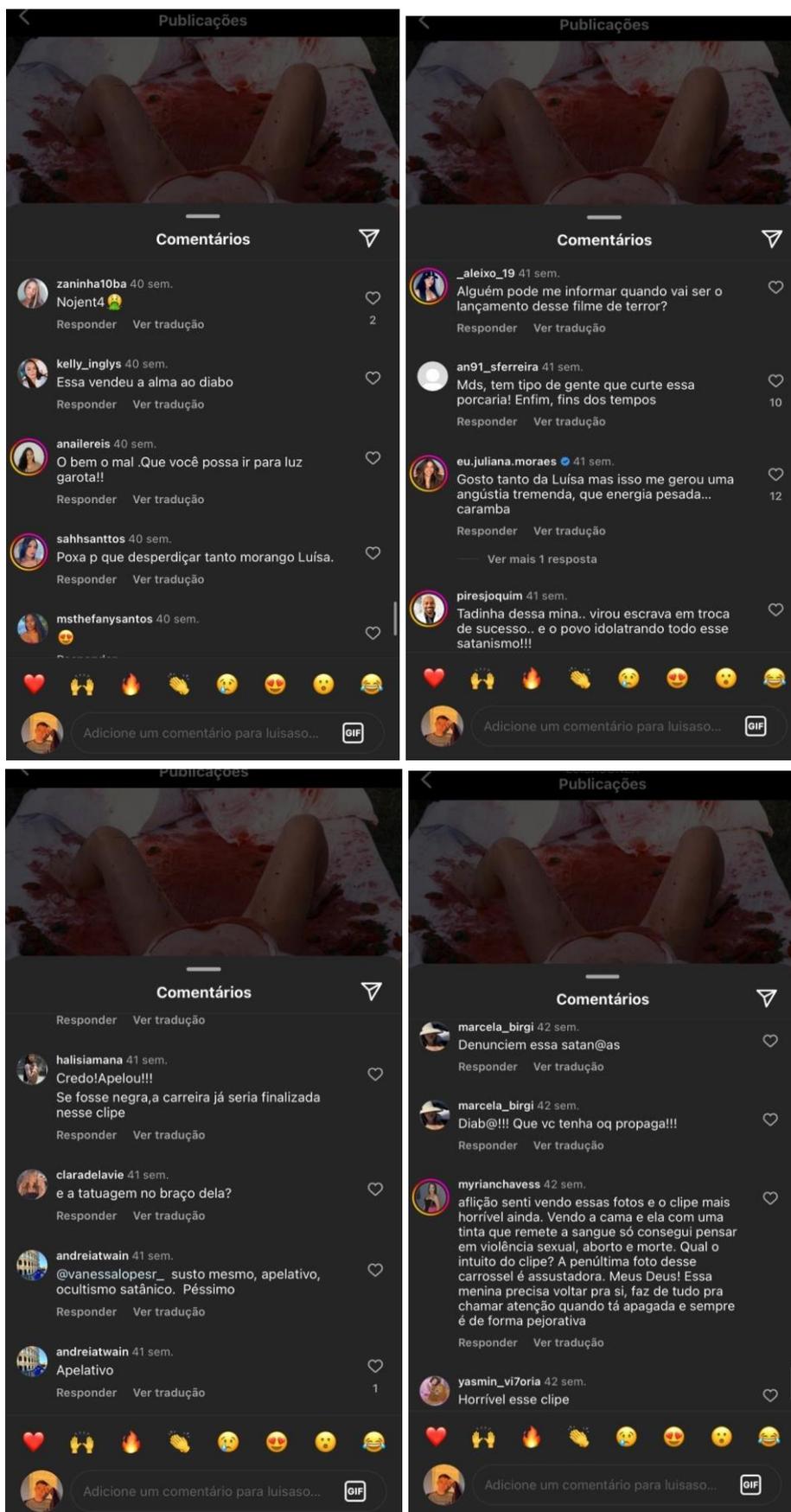
Figura 9 - Publicação de imagens do clipe Campo de Morango



Fonte: Instagram @luisazonza (2023).

A partir desta publicação, numerosas especulações surgiram, inclusive comentários de que o clipe estava associado a um ritual satânico, ou até a temas como aborto e menstruação. Novamente, a cantora sofreu com inúmeros *haters* e chegou a perder quase 100 mil seguidores. Sem contar os incontáveis comentários negativos em suas publicações, os quais chamavam ela de satanista e outros inúmeros adjetivos, como é possível observar nas imagens a seguir.

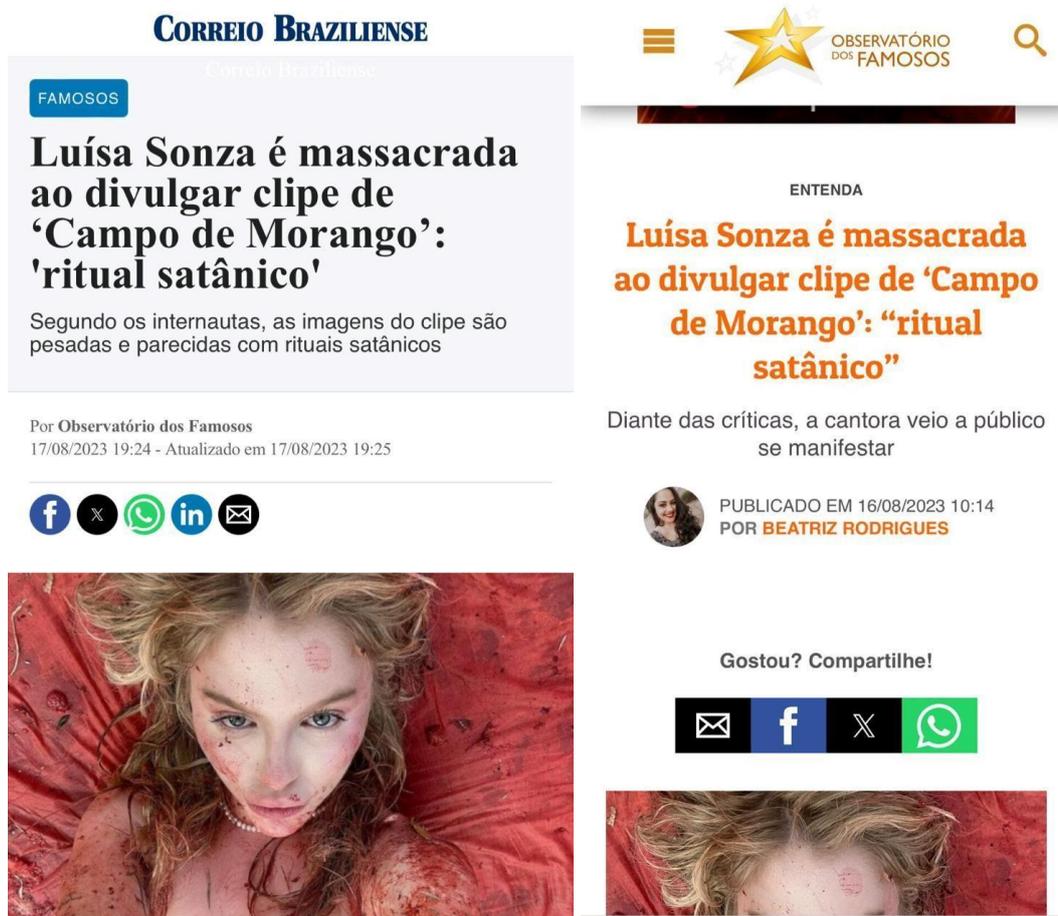
Figura 10 - Comentários recebidos em publicação no Instagram



Fonte: Instagram @luisasonza (2023).

Além dos comentários negativos nas publicações nas redes sociais, Luísa foi tema de inúmeras manchetes em veículos de notícias envolvendo a música e o clipe, como no Correio Braziliense¹⁶ e Observatório dos Famosos¹⁷.

Figura 11 - Notícias sobre música e clipe de Campo de Morango



Fonte: Correio Braziliense e Observatório dos Famosos (2023).

Embora os *haters* fossem inúmeros, a música é carregada de referências à sexualidade e ao empoderamento, elementos frequentemente presentes no trabalho da artista, conhecida por abordar temas relacionados à força da mulher na sociedade contemporânea e em suas relações pessoais. A música usa a metáfora dos campos de morango para falar de um cenário “puro” de prazer e desejo. A fruta, muitas vezes associada à sensualidade, simboliza o ato sexual de forma poética e sutil.

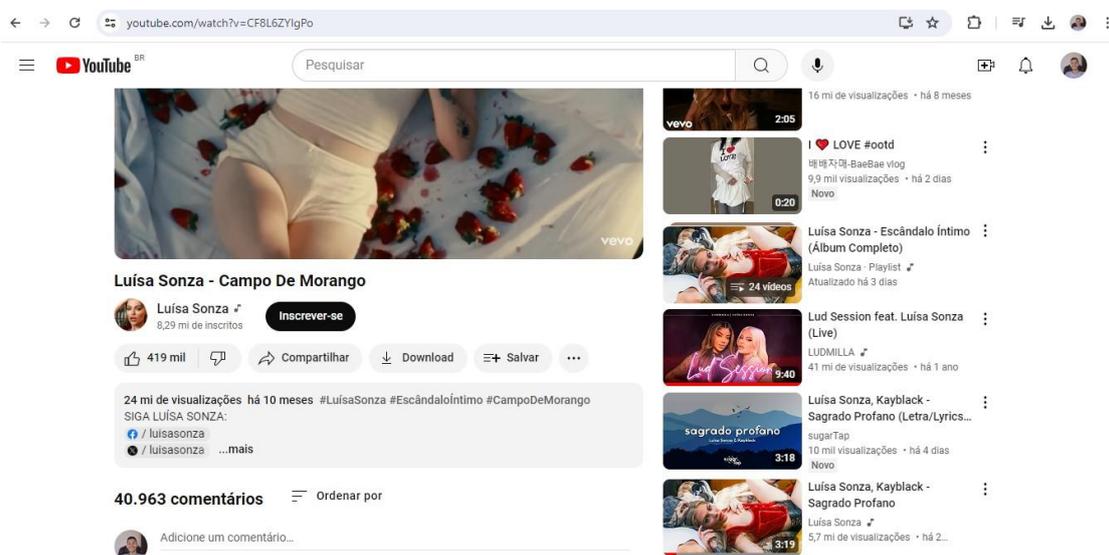
¹⁶ Disponível <https://www.correiobraziliense.com.br/diversao-e-arte/2023/08/amp/5117950-luisa-sonza-e-massacrada-ao-divulgar-clipe-de-campo-de-morango-ritual-satanico.html>. Acesso em: 12 jun, 2024.

¹⁷ Disponível em: <https://observatoriodosfamosos.uol.com.br/noticias/luisa-sonza-e-massacrada-ao-divulgar-clipe-de-campo-de-morango-ritual-satanico>. Acesso em: 12 jun, 2024.

Luísa, em um vídeo¹⁸, foi questionada por um fã pelo motivo de “Campo de Morango” ser a faixa de abertura do lançamento do álbum e a cantora respondeu: "O motivo? Porque vai estressar os *fandoms*, vai estressar o povo do *Twitter*. Eles vão me xingar horrores". Ainda ressalta que: "Depois, eles vão tomar lapada, porque o álbum está vindo grandão. Então eu quero que eles falem mal e gostem muito depois".

Além da estratégia de lançar a música como sendo a primeira do álbum, Luísa ainda utilizou outra forma de lançamento não só dessa música especificamente, mas também das demais que fazem parte do álbum. A estratégia utilizada foi a publicação de diversas fotos e vídeos, como se fosse uma prévia do que estaria por vir, o que acabou gerando uma certa expectativa e ansiedade não somente em seus fãs, mas no público em geral. Com isso, Luísa provou que tem números e é artista. Com pouco mais de 8 milhões de seguidores no *YouTube*, ela atingiu mais de 24 milhões de visualizações no clipe da música.

Figura 12 - Clipe de Campo de Morango.



Fonte: YouTube (2023).

5.2 Chico

*Diziam pra mim que essa moda passou,
Que monogamia é papo de doido.
Mas pra mim é uma honra,*

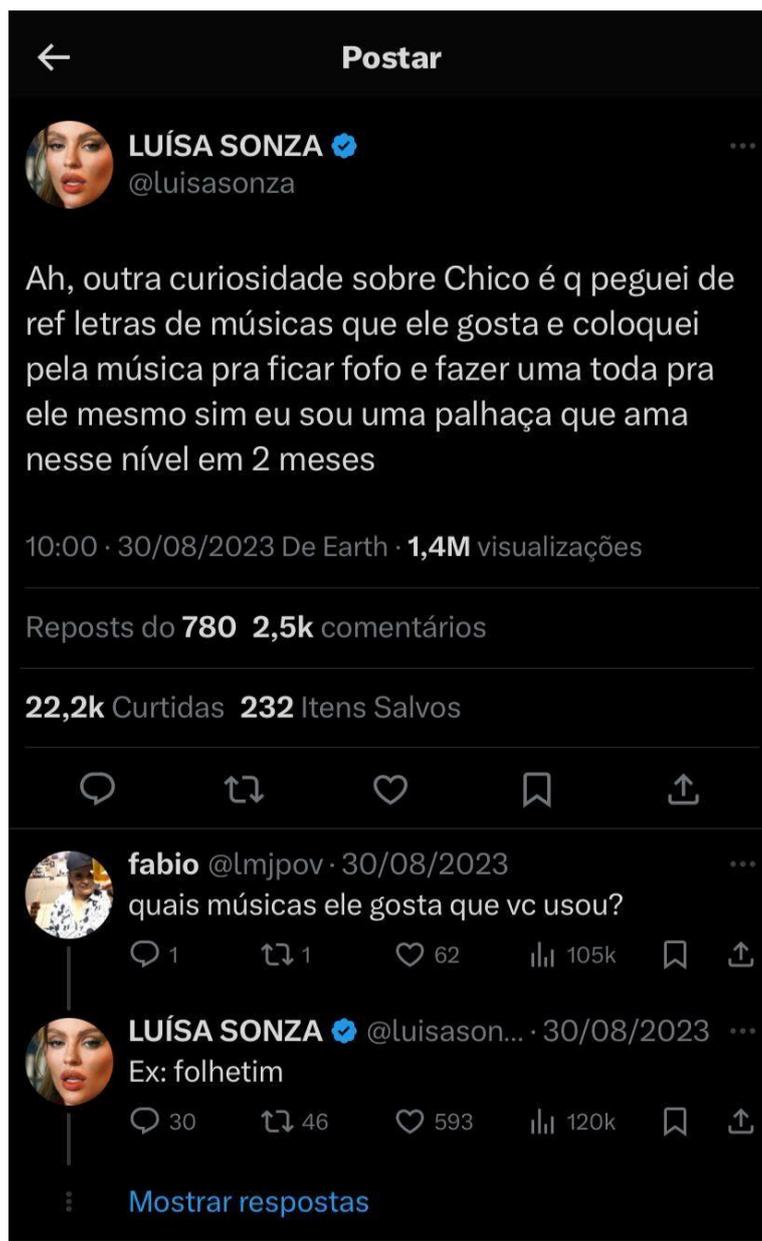
¹⁸ Disponível em: <https://vm.tiktok.com/ZMrF6RfMA/>. Acesso em: 12 jun, 2024.

Ser uma cafona pra esse povo.

Trecho da música Chico, do álbum Escândalo Íntimo.

Chico é a 11ª faixa do álbum e foi uma homenagem ao namorado da época, Chico Moedas. A melodia da música escolhida por Luísa remete à bossa nova, um dos estilos musicais preferidos do (ex)namorado que tem como cantores, por exemplo, Gal Costa e Chico Buarque. Também trouxe outros gostos de Chico, como o Rio de Janeiro e os botequins. Em uma postagem no seu perfil no X (antigo *Twitter*), a cantora afirma que usou como referência a música “Folhetim” da cantora Gal Costa.

Figura 13 - Postagem de Luísa no X



Fonte: Perfil da cantora no X (2023).

A música logo fez sucesso pelo seu refrão “chiclete” (repetitivo): “Chico, se tu me quiseres. Sou dessas mulheres de se apaixonar. Pode fazer a sua fumaça, O Bar da Cachaça vai ser nosso lar” foi inserido em *Trends*¹⁹ no *TikTok*²⁰ e no *Reels*²¹ no *Instagram*. Devido a todo o sucesso, a música atingiu Top 1 de músicas mais ouvidas

¹⁹ *Trend* significa tendência, ou seja, aquilo que evolui e atrai outras pessoas. São conteúdos gerados pelos usuários das redes sociais que atingem um pico de popularidade por um certo tempo, tornando-se viral.

²⁰ O *TikTok* é uma rede social destinada ao compartilhamento de vídeos curtos que se popularizou em 2019, alcançando altos números de downloads e usuários.

²¹ O *Reels* do *Instagram* é um formato de vídeos curtos, de no máximo 60 segundos de duração, gravados na vertical e que podem combinar áudio, imagens, textos e efeitos visuais.

da artista no *Spotify*. Após dominar as paradas brasileiras, Luísa Sonza conseguiu mais um feito para a sua carreira, atingindo o Top 30 Global da plataforma. A cantora subiu 35 posições e alcançou a posição 27 no *ranking* diário.

Figura 14 - Chico alcança Top 30 Songs Global



Fonte: Spotify (2023).

Porém, em setembro de 2023, no programa “Mais Você”, conduzido por Ana Maria Braga, ela anunciou o término do relacionamento com Chico Moedas após uma traição. Logo após o pronunciamento, muitos *haters* e até mesmo fãs acusaram a cantora de uma possível estratégia de *marketing* relacionada ao anúncio do término. A teoria criada é de que Luísa teria usado uma suposta traição de Chico como forma de *marketing* para engajar o álbum e se baseiam na ordem das músicas: “Chico”, “Onde é que deu errado?”, “Penhasco2”, “Outra Vez”, “Principalmente me sinto arrasada” e “Ana Maria”. Com as supostas acusações, Luísa estampa as páginas de diversos sites, como o *Rolling Stone*.²²

²² Disponível em:

<https://rollingstone.uol.com.br/amp/noticia/luisa-sonza-fas-teorizam-jogada-de-marketing-com-music-as-do-album/>. Acesso em: 16 jun, 2024.

Figura 15 - Teorias após término de Luísa com Chico



Fonte: RollingStone (2023).

Por meio de um comentário²³ em um dos posts com teorias sobre a situação, Luísa ironizou os comentários. “Claro, gente. Eu fui corna de propósito. Faz todo o sentido, parabéns”. Mesmo a cantora afirmando não ser uma estratégia de *marketing*, ela conseguiu fazer seu álbum se tornar a maior estreia semanal²⁴ no *Spotify* e, como afirmou em seus interlúdios, “todas as histórias de amor dão errado”.

A respeito dessa música, especificamente, é importante ressaltar o lançamento de uma versão da música “Chico” em inglês. Com algumas pequenas alterações e adaptações, como a substituição da palavra Chico para *Baby*, excluindo o ex-namorado da letra da canção, mas ainda o mantendo no título. O lançamento da música na versão em inglês foi uma estratégia com foco no público e na carreira internacional da cantora, já que a música obteve bons resultados e tem uma melodia característica do Brasil, feita para exportação.

5.3 Penhasco2

*Diz o que eu faço, tenta ver meu lado.
 Só queria um pouco pra mim.
 Que seja mais um trago, só mais um pedaço,*

²³ Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/claro-fui-corna-de-proposito-luisa-sonza-ironiza-criticassobre-anuncio-de-separacao/>. Acesso em: 16 jun, 2024

²⁴ Disponível em: <https://lorena.r7.com/categoria/M%C3%BAsica/Escandalo-Intimo-se-torna-a-maior-estrela-semanalde-um-album-no-Spotify-Brasil>. Acesso em: 16 jun, 2024.

Nem que eu me acabe no fim.

Trecho da música *Penhasco2*, do álbum *Escândalo Íntimo*

Penhasco2 é a 17ª faixa do álbum e é uma parceria com a cantora estadunidense Demi Lovato. A composição é uma continuação da música “*Penhasco1*” do álbum “*Doce 22*”, lançado em 2021 pela cantora. Segundo a *Mundo Top*²⁵, a música entrou no Top 200 Global, na posição 41. Em Portugal, “*Penhasco2*” estreou na posição 10.

Os fãs estavam esperando que Luísa cantasse em inglês, pois se tratava de uma parceria com uma cantora estrangeira. Porém, no lançamento do álbum, foi Demi Lovato quem impressionou os fãs ao cantar em português. O trecho de Demi faz sentido na música, já que ela canta: “*Reparta comigo essa dor da saudade. Saudade não tem tradução*”.

A parceria com a estadunidense bateu recordes no mesmo dia do lançamento do álbum. Segundo entrevista²⁶, a gravadora Sony Music confirmou ao site *Gshow* que Luísa Sonza e Demi Lovato quebraram recorde com o dueto e são as primeiras e únicas artistas na história a debutar uma música com 2 milhões de *streams* na plataforma, no Brasil.

A música ganhou ainda mais engajamento após Demi Lovato convidar Luísa para cantar no palco *Skyline* no festival *The Town*²⁷ em 2023, quando as duas se apresentaram cantando a música “*Penhasco2*” durante a performance de Demi.

²⁵ Disponível em: <https://search.app/1f1qXDSkqismnGHv9>. Acesso em: 16 jun, 2024.

²⁶ Disponível em: <https://gshow.globo.com/tudo-mais/the-town/noticia/luisa-sonza-e-demi-lovato-quebram-recorde-co-m-dueto-e-sao-as-primeiras-na-historia-a-debutar-uma-musica-com-2-milhoes-de-streams-no-spoti-fy-brasil.ghtml>. Acesso em: 16 jun, 2024.

²⁷ *The Town* ou “*Cidade da Música*” é um festival que engloba música, arte e cultura. A sua 1ª edição no Brasil ocorreu em setembro de 2023, no autódromo de Interlagos em São Paulo.

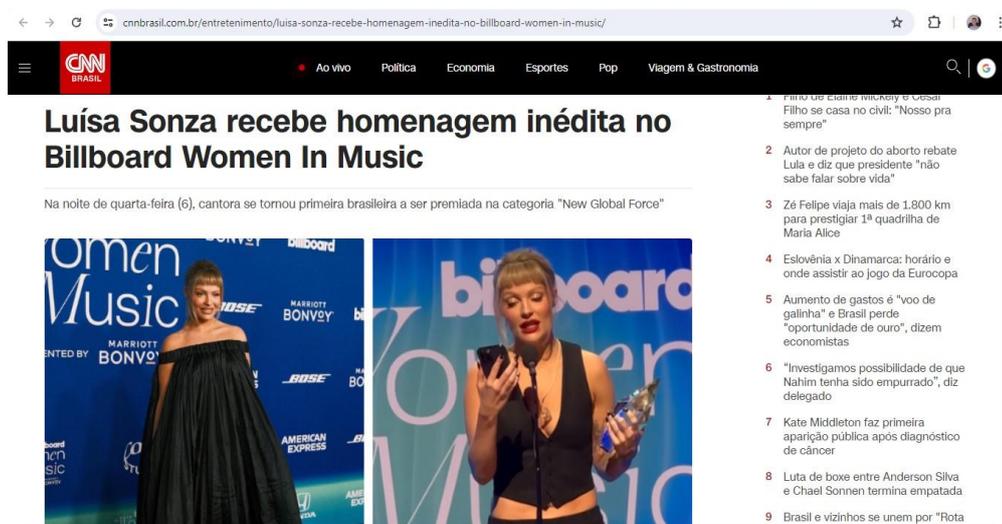
Figura 16 - Luísa e Demi Lovato cantam juntas em festival de música



Fonte: Tudo Mais (2023).

Os recordes se sucederam, e a parceria entre as cantoras rendeu um prêmio inédito para Luísa. No dia 06 de março de 2024 ocorreu o *Billboard Woman in Music*²⁸2024 no *YouTube Theater*, em Los Angeles, nos Estados Unidos. A premiação, cuja maior categoria é "Mulher do Ano", é um evento anual realizado pela *Billboard*, estabelecido para reconhecer mulheres na indústria da música que fizeram contribuições significativas para o negócio e que, por meio do seu trabalho e sucesso contínuo, inspiram gerações de mulheres a assumir responsabilidades crescentes dentro da área.

Figura 17 - Luísa e Demi Lovato cantam juntas em festival de música



Fonte: CNN Brasil (2024).

²⁸ O *Billboard Women in Music* é um evento anual realizado pela *Billboard*.

Além de ganhar o prêmio, Luísa cantou “Penhasco2” com Demi Lovato, o que aumentou ainda mais o engajamento e os números até então já conquistados com a música e o álbum. Sem dúvidas, a parceria com a cantora estadunidense contribuiu para a carreira internacional de Luísa Sonza, assim como para a visibilidade de Escândalo Íntimo.

5.4 Principalmente Me Sinto Arrasada

*Será que alguém vai querer saber ou ninguém mais tá
interessado no que eu tenho a dizer?
Será que eu sou uma fraude?
Bom, já já vamos ver, certeza que eu tô à beira de
enlouquecer.*

Trecho da música Principalmente Me Sinto Arrasada, do álbum Escândalo Íntimo

Principalmente Me Sinto Arrasada é a 20ª faixa do álbum e é possível afirmar, pelo conteúdo das letras, que é um desabafo profundo e intenso que reflete as pressões e frustrações vivenciadas pela artista, além de expressar sua exaustão com a vida pública e as relações pessoais que parecem desgastadas.

Em uma entrevista²⁹ ao PodDelas³⁰, Luísa Sonza revelou que a faixa aborda suas constantes crises de ansiedade: "Ela representa uma crise de ansiedade e fala sobre várias coisas. O clipe se passa em uma casa toda bagunçada e eu parada no meio porque significa o fundo do meu subconsciente".

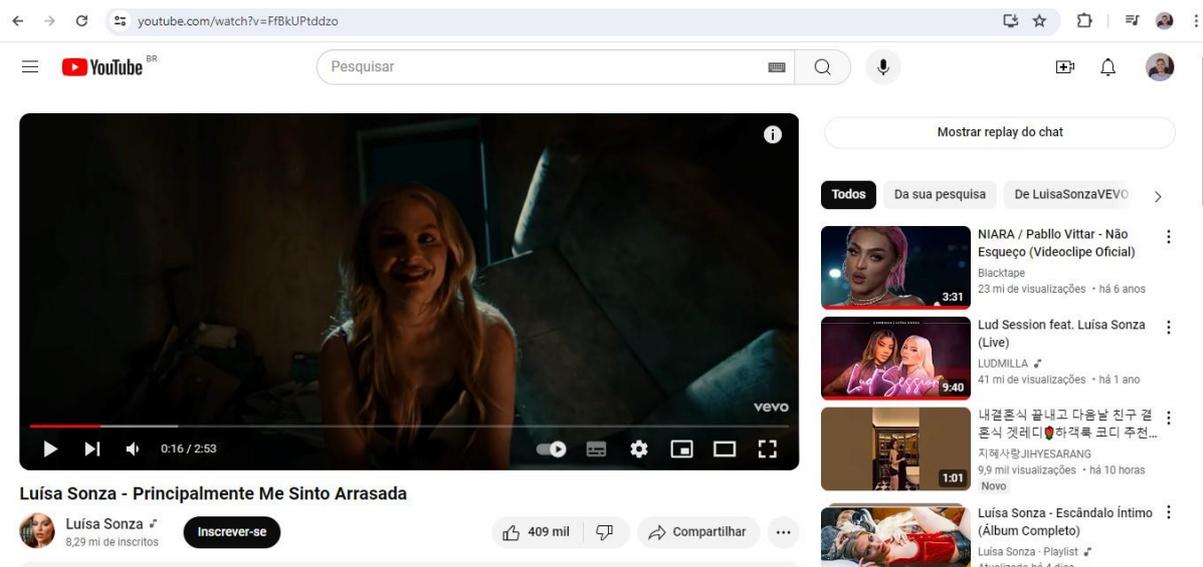
A letra revela um cansaço profundo, não apenas

físico, mas emocional e psicológico, diante das expectativas e julgamentos constantes. O clipe emblemático simula uma crise de ansiedade e acumula mais de 18 milhões de visualizações no *YouTube*.

²⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/live/IX3iyMh8bWQ?si=zS6Saictw0bRxUcy>. Acesso em: 16 jun, 2024.

³⁰ PodDelas é um podcast dirigido por Tata Estaniecki Cocielo e Bruna Unzueta.

Figura 18 - Clipe da música Principalmente Me Sinto Arrasada



Fonte: YouTube.

A música também aborda a ideia de vigilância e julgamento público, com a artista sentindo-se observada e criticada por cada passo que dá: “Observada, eles contam os meus passos. Seguem a boiada”. Além de transitar entre sentimentos de raiva, desilusão e a busca por autoafirmação, a artista abrange a relação e a pressão para se conformar às expectativas dos outros, passando a ser rejeitada com uma reação de rebeldia e autenticidade.

Ao final, há um reconhecimento de crescimento pessoal através das experiências vividas, mesmo que dolorosas. Assim, é possível afirmar que Luísa precisou escrever uma música que falasse sobre os inúmeros ataques que sofreu, sobre a exaustão mental e os diversos problemas que envolveram seus relacionamentos passados, para ser reconhecida e se afirmar artista. Todo o ódio sofrido no lançamento de “Campo de Morango” se tornou aprimorado através de comentários positivos.

Figura 19 - Comentários recebidos em publicação no Instagram



Fonte: Instagram @luisasonza (2023).

Embora Luísa tenha estampado diversas vezes manchetes de sites e portais de notícias, passado por inúmeras especulações e acusações, o lançamento do álbum Escândalo Íntimo foi um grande sucesso e os números comprovam isso. Luísa afirma na

letra da música “Carnificina”:³¹“Eu tenho número e ainda sou artista” – e deixa isso comprovado ao aparecer na capa da revista *Billboard* Brasil em setembro de 2023.

Figura 20 - Capa de outubro da revista *Billboard* Brasil



Fonte: Instagram @luisasonza (2023).

³¹ Carnificina é a 2ª faixa do álbum Escândalo Íntimo.

6 CAMPO DE MORANGO: UMA METODOLOGIA PARA DESBRAVÁ-LO

O caminho até aqui se fez através da coleta de dados e da pesquisa exploratória, que Gil (1999) destaca proporcionar uma visão geral acerca de determinado fato. Como nosso tema do *storytelling* midiático é pouco explorado, se torna difícil formular hipóteses precisas e operacionalizáveis. Por isso, recorreremos a sites e páginas de notícias, publicações nas páginas da cantora, vídeos e músicas do álbum Escândalo Íntimo para montar um objeto empírico de referência que pudesse ser analisado através das músicas e das notícias que se relacionam a ele.

Além da pesquisa exploratória, utilizou-se da pesquisa bibliográfica, buscando as produções, sejam elas escritas, filmadas ou faladas relacionadas ao tema de estudo, proporcionando um novo olhar ao conteúdo por intermédio de conclusões inéditas que estão ocorrendo durante as explorações (Marconi, Lakatos, 2003). Dessa forma, a pesquisa bibliográfica se deu por meio de livros e artigos digitais sobre os conceitos de construção de imagem, reputação, *storytelling* midiático, *personal branding* e cultura de fãs, tudo isso dialogando com as Relações Públicas.

Segundo Bonin (2012), numa pesquisa, os movimentos exploratórios podem ter natureza e procedimentos diversos, podendo incluir o levantamento de dados já existentes e armazenados. Análises essas, realizadas no item 5 deste trabalho, a partir de materiais já existentes e que embasaram nossa pesquisa até então. Para uma análise mais profunda na resolução do problema/objetivo proposto, optou-se pela aplicação de questionários a um grupo de interesse da temática da pesquisa, já que:

A pesquisa exploratória traz contribuições importantes para a construção investigativa. As pistas e constatações relativas ao fenômeno investigado, geradas através dela, facilitam a construção dos problemas/objetos de pesquisa: permitem trabalhar na elaboração de configurações teóricas sensíveis aos objetos concretos da realidade comunicacional e suscitam o aprofundamento de dimensões que se revelam importantes na sua configuração (Bonin, 2012).

Dessa forma, para os próximos passos nesse “Campo de Morango” proposto por Luísa Sonza, buscaremos compreender como grupos de fãs da cantora interpretam a

relação das músicas e das notícias a partir do *storytelling* midiático que trouxemos até aqui, através das músicas “Campo de Morango”, “Chico”, “Penhasco2” e “Principalmente Me Sinto Arrasada”. Realizamos uma entrevista através de um questionário do *Google Forms*, com perguntas direcionadas ao relacionamento dos públicos com a interpretação dos fãs quanto às músicas do álbum.

Entre os eixos temáticos do questionário com perguntas abertas, abordamos: as ofensas direcionadas a ela (*hate*); a misoginia no mercado musical; o ativismo dos fãs; os posicionamentos da cantora através das músicas selecionadas; e as estratégias de divulgação feitas por Luísa a partir do *storytelling* midiático. Nossa hipótese é de que as perguntas dentro desses eixos permitirão entender a construção de imagem da cantora e como se estabelece o relacionamento com os fãs a partir dela.

7 A TEIA DA DONA ARANHA: ANÁLISES DO ÁLBUM³²

Neste capítulo será realizada a análise das respostas dos questionários aplicados, a fim de identificar e interpretar as perspectivas dos fãs de Luísa Sonza a partir das estratégias utilizadas na divulgação de *Escândalo Íntimo*.

Os questionários foram desenvolvidos na plataforma *Google Forms* e os *links* de acesso podem ser encontrados nos Apêndices deste TCC. Eles foram organizados em três seções. A primeira seção abordou perguntas pessoais dos respondentes, como idade, profissão e cidade/estado/país. Na segunda seção, foram trazidas perguntas envolvendo o carinho e o ódio direcionado à Luísa por parte dos fãs. Na terceira e última seção, as perguntas foram direcionadas para a análise das músicas e dos contextos do álbum *Escândalo Íntimo*. Essas perguntas compreenderam assuntos sobre a misoginia no mercado musical, os posicionamentos da cantora através das músicas selecionadas e as estratégias de divulgação feitas por Luísa a partir do *storytelling* midiático.

Os questionários que abordaram as músicas *Campo de Morango*, *Chico e Penhasco2* possuíam 2 perguntas fechadas, de marcar sim e não, além de 17 perguntas abertas, que demandaram a opinião dos fãs. Já o questionário da música *Principalmente Me Sinto Arrasada* contou com 2 perguntas fechadas também e com 19 perguntas abertas.

Os formulários tiveram dois momentos de aplicação. A primeira tentativa ocorreu no grupo de fãs da Luísa no *Whatsapp*. A outra tentativa de aplicação ocorreu por meio de contato com a central de fãs da cantora, por meio do perfil no *Instagram* (@centraldefasluisasonza). Infelizmente, com essas estratégias, não foram obtidas respostas. Dessa forma, preferiu-se trabalhar com os fãs do grupo do *Whatsapp*, além do envio direto para pessoas conhecidas e que são fãs de Luísa.

Os questionários ficaram abertos do dia 26 de setembro até 14 de outubro. Cada formulário contou com 5 respostas em cada música, totalizando 20 respondentes no total. É válido ressaltar que nas análises não foram utilizadas todas as respostas, apenas as que mais se encaixavam com o contexto. Dessa forma foi organizado um arquivo³³ à parte contendo todas as respostas completas de cada respondente.

³² O nome do capítulo faz referência à 3ª faixa do álbum, intitulada “A Dona Aranha”.

³³ Arquivo disponível no link: https://docs.google.com/document/d/1U_eLO-ZNACIIGOYYiCYvnyciCyXf4HwhxIMxQT8Dnjs/edit?usp=sharing.

7.1 Perfil do Público

Neste subitem será realizada uma breve descrição do perfil do público respondente em cada questionário. As pessoas foram nomeadas de A até P a fim de preservar a identidade dos respondentes.

Tabela 1 - Perfil de cada respondente.

Respondente	Perfil
Respondente A -Respondeu todos os questionários.	27 anos Homem Professor de Educação Física Capão da Canoa, RS
Respondente B	20 anos Homem Estudante de Ciências Políticas São Borja, RS
Respondente C	23 anos Mulher Estudante de Educação Física Santo Ângelo, RS
Respondente D	27 anos Homem Fotógrafo Brasília, DF
Respondente E	20 anos Homem Estagiário São Borja, RS
Respondente F	21 anos Mulher Estudante de Relações Públicas São Borja, RS
Respondente G	28 anos Mulher Servidora Pública São Borja, RS
Respondente H	19 anos Mulher Estudante de Direito e Estagiária São Borja, RS
Respondente I - Respondeu o questionário de Chico e Principalmente Me Sinto Arrasada	23 anos Homem

	Estudante de Relações Públicas e Influenciador São Borja, RS
Respondente J	20 anos Homem Estudante de Direito Santa Rosa, RS
Respondente K	19 anos Homem Corretor de Imóveis Santa Rosa, RS
Respondente L	21 anos Homem Estoquista São Borja, RS
Respondente M	25 anos Homem Estudante de Publicidade e Propaganda São João do Meriti, RJ
Respondente N	14 anos Mulher Estudante São Paulo, SP
Respondente O	21 anos Homem Técnico em Informática São Borja, RS
Respondente P	20 anos Homem Estudante de Jornalismo Santa Maria, RS

Fonte: Do autor (2024).

7.2 Campo de Morango

Nesse subitem é analisada a música Campo de Morango e contou com 5 pessoas respondendo ao questionário no *Google Forms*. A faixa etária dos respondentes está entre 20 e 27 anos, sendo um professor de educação física, um fotógrafo, um estagiário e dois estudantes. Os respondentes residiam nas cidades de Capão da Canoa, São Borja, Santo Ângelo e Brasília. Das 5 respostas, 3 pessoas responderam que acompanham a carreira de Luisa Sonza desde 2019, uma desde 2018 e outra desde 2020. Quando questionados por que se consideram fãs (sonzers), eles responderam que se identificam com as letras das

músicas/letras, com a história de vida e com a forma como Luísa se sente. Todos disseram nunca direcionar ódio à Luísa, sempre buscando compreender a artista e direcionar apoio e acolhimento. Quando Campo de Morango foi lançada como a primeira do álbum, gerou discussões sobre seu significado e sobre a mensagem do videoclipe.

A música em si fala de um sonho que ela [Luísa] teve. O clipe já chama bem mais atenção, [...] teve toda uma encenação na cama com morangos amassados, lençóis bagunçados, olhares intensos para a câmera e várias dançarinas na cama também. A música e clipe foram uma cartada inicial do álbum, [...] ela queria que o primeiro lançamento tivesse muitos comentários, muita gente falando, muita atenção, muitas opiniões divididas, muitos não gostaram nada, e tem o outro lado também que amou muito a música e o clipe. Então, ela já estava preparada para os ataques que viriam após o primeiro lançamento e ponto de partida do álbum Escândalo Íntimo. (D).

A música Campo de Morango, como vimos anteriormente, foi a primeira lançada para promover o álbum Escândalo Íntimo. Sua relevância se explica por ser esse primeiro contato dos fãs com a nova era. Como contou D na citação, após ser indagado sobre sua primeira reação ao escutar, ele identificou a estratégia do “amor e ódio” por Luísa, que vinha sendo construído através do *storytelling* midiático ao longo da sua carreira, conforme abordamos no capítulo teórico. Em sentido semelhante, o respondente E diz que: “quando eu escutei pela primeira vez, achei muito boa. Pena que era muito curta. A estratégia que consegui identificar foi a que ela mesma confirmou: deixar assim a música para gerar hate, e depois ela lançar *Principalmente Me Sinto Arrasada*”.

A percepção dos fãs indica que Luísa já tinha expectativa de receber mensagens de ódio e crítica da imprensa com o lançamento da música, porque falava sobre sexo e ódio explicitamente. Dessa forma, a estratégia foi gerar dubiedade, amor e ódio, raiva e calma, para explicar seus sentimentos e gerar a culpa naqueles que a criticam com o lançamento da música seguinte, *Principalmente Me Sinto Arrasada* (que será analisada em outro subcapítulo), mais intimista e que conta sua ansiedade em relação às mídias e as narrativas que contam sobre ela.

Os fãs pensam que Campo de Morango é uma alusão aos desejos, vontades e envolvimento de Luísa. O respondente C acredita que: “a música fala sobre o desejo, sobre a vontade e a satisfação que os nossos corpos podem trazer, coisas que todos sentimos, mas não conseguimos exteriorizar”. Já a pessoa D dimensiona que deve existir algum relacionamento por trás: “talvez seja sobre algum relacionamento que ela já teve. Ou simplesmente não pode ter nada a ver com a vida dela, e sim sobre um sonho que ela

teve e transformou em música”. A música e o clipe geram diferentes significados entre os fãs, que se apropriam da narrativa para aproximar às suas vidas. C diz: *“me identifico [com a música] com relação aos meus desejos”*, enquanto D segue esse pensamento aprofundando: *“me identifico em relação às minhas vivências, cicatrizes, decepções e amores não correspondidos”*.

No entanto, como Luísa recebe mensagens de ódio bastante intensas nas redes e meios de notícias, como vimos no capítulo “As análises iniciais de um Escândalo Íntimo”, há uma preocupação entre os fãs que refletem sobre o ódio direcionado à cantora, especialmente em relação à *Campo de Morango*. A pessoa D destaca que: *“o ódio direcionado à Luísa já vem desde antes desse álbum ou do próprio lançamento de “Campo de Morango”, então teve um número grande de pessoas falando sobre a música e clipe sem ao menos saber de toda a história por trás”*. O fã D complementa dizendo: *“li muitos comentários sobre o pacto com o demônio, que ela estava fazendo alusão ao aborto e ao estupro, por conta dos morangos esmagados que pareciam sangue”*.

As narrativas midiáticas construídas para Luísa a partir dessa música são repletas de alusões ao passado da artista, responsabilizada pelo aborto que a namorada do seu ex-marido teve. O moralismo, machismo e misoginia são apontados pelos fãs como causa dessa resposta à música. O fã C acredita que:

Luísa sofre hate absurdo pela cultura machista que temos no país. A mulher sempre é vista como vagabunda por se posicionar e demonstrar seus gostos, desejos e ser livre. Isso causa um sentimento nas pessoas conservadoras e, principalmente, em alguns homens que gostariam que a mulher só aceitasse tudo calada.

A pessoa D é ainda mais incisiva, dizendo que *“pelo fato da Luísa simplesmente respirar incomoda muita gente”*. Já B aponta que *“ainda vivemos numa sociedade muito machista, mas apesar dessa sociedade com pensamentos antepassados, ela ainda consegue seguir cada vez mais firme na carreira dela”*. Esse aspecto de resiliência da cantora é algo que parece inspirar os fãs e criar a conexão com ela, que ressignifica as narrativas sobre ela através das músicas, especialmente no álbum *Escândalo Íntimo*. A pessoa D ainda reflete que é preciso *“analisar bem cada ação dela e o porquê. Luísa é um ser humano como eu e você, podendo errar a qualquer momento, mas procurando sempre reconhecer os erros e corrigir”*. Parece ingênuo, por vezes, sair na defensiva de Luísa ao saber que ela utiliza de polêmicas da própria vida para promover seu trabalho,

mas a reflexão crítica também é parte do universo dos fãs. O fã C, ao ser perguntado se consegue olhar criticamente para as estratégias que Luísa utiliza, afirmou:

Consigo olhar criticamente sim. Às vezes, acho que algumas músicas não precisavam ser tão "explícitas", ou até mesmo a forma de se expor em fotos ou vídeos de determinadas formas. Acredito que, às vezes, dá para ter um filtro melhor. Nas atitudes, a Luísa nunca me decepcionou.

Os fãs identificam as estratégias de Luísa na narrativa do álbum. Em relação à música Campo de Morango, eles já percebem que a faixa “*gerou toda uma discussão, mesmo que sendo negativa. Deu muita visibilidade ao clipe e ao restante do álbum que estava para ser lançado*”, como destaca C. Em sentido parecido, B diz que foi “*total estratégia dela, porque era o intuito ter os holofotes voltados a ela perante ao lançamento desse novo álbum*”. Outros pontos indicados na divulgação são os vídeos da cantora no Instagram mostrando a coreografia e o lançamento de faixas para uma nova edição *deluxe* do álbum aos poucos, com parcerias de outros artistas. Por fim, E diz que o álbum chamou muita atenção pela pouca expectativa colocada em Luísa Sonza após tantos escândalos midiáticos, “*por chamar toda aquela atenção que deu, por esperarem um álbum “ruim” e vir esse espetáculo de álbum*”.

As reações para Campo de Morango, na dimensão dos fãs, são explicadas pelas controvérsias no *storytelling* midiático de Luísa Sonza, eles buscam interpretações possíveis a partir das vivências da cantora e da sua construção de imagem. Eles percebem algo novo através desse álbum e dessa música, que consideram o marco de algo novo feito pela artista. B destaca esse caráter de “novidade”: “*tudo que é algo novo é difícil de se acostumar, até mesmo com quem é fã*”.

Por ser considerada uma mulher sexualizada, Luísa é rejeitada por alguns grupos que a julgam. O fã C, sobre a música Campo de Morango, afirma que “*pela letra ser bem explícita ao se referir a sexo, algumas pessoas ficaram descontentes com isso, o clipe [...] gerou muitos comentários negativos*”. Já D ressalta que “*o que chamou muito atenção do público foi a letra picante*”. O fato de Luísa ser uma mulher que fala abertamente sobre sexo e aborda a temática num videoclipe simbólico reforça as narrativas feitas sobre elas nas mídias, mas ressignificando e demandando seu poder feminino de volta. Os fãs fazem essa interpretação relacionando as notícias e a imagem da cantora, mas dessa vez com

uma demonstração de fragilidade menor ou com um empoderamento destacado através das linguagens usadas para promover o álbum *Escândalo Íntimo*.

7.3 Chico

Esse subitem analisa a música Chico e contou com 5 pessoas respondendo ao questionário no *Google Forms*. A faixa etária dos respondentes está entre 19 e 28 anos, sendo um professor de educação física, um servidor público, um estagiário e dois estudantes. Os respondentes residiam nas cidades de Capão da Canoa e São Borja. Das 5 respostas, 3 pessoas responderam que acompanham a carreira de Luisa Sonza desde 2019 e duas desde 2018. Quando questionados por que se consideram fãs (sonzers), responderam que se identificam com as letras das músicas, com a história de vida, com o estilo e, principalmente, se sentem representados por ela. Todos disseram nunca direcionar ódio à Luísa, já 4 respondentes sempre procuram compreender a artista e direcionar apoio e acolhimento. Logo após o lançamento da música Chico, foram gerados inúmeros comentários, não só entre os fãs, mas também entre o público em geral como vimos na apresentação da música no item 5.2. Um dos fatos que contribuíram à popularidade da música se deve à sua letra e ao seu refrão chiclete, como afirma G ao dizer que: “*é uma música que considero chiclete, com uma letra fácil e boa de cantar.*”

Porém, ao mesmo tempo, alguns fãs não gostaram tanto assim da música, por se tratar de uma letra feita para seu ex-namorado Chico Moedas, como menciona F: “*gostei da música, mas será que precisava ser uma homenagem ao relacionamento dela na época?*”. Como dito anteriormente no capítulo “Análises iniciais de um escândalo íntimo”, a música teve grande repercussão devido ao relacionamento da cantora, o que acabou impactando e gerando especulações atreladas à imagem dela.

Após todo o sucesso da música, que atingiu a primeira posição no *Spotify* Brasil, Luísa veio a público anunciar a traição do seu namorado, fato que provocou uma grande crise na sua carreira. Foi a partir daquele dia que Luísa começou novamente a estampar as manchetes de sites e páginas na internet, assim como a sofrer inúmeros ataques de ódio. F afirmou que

Foi uma sucessão de acontecimentos. Primeiro, o lançamento da música e, depois, ocorreu a traição. Na internet, teve inúmeros comentários a favor de

Chico, principalmente de homem, mesmo sabendo que foi uma traição por parte dele. Portanto, =ele acabou entrando na onda do oportunismo e do machismo.

Nessa mesma linha de pensamento, H relata que as pessoas só gostam do fato dela ter feito uma música para alguém que traiu ela depois, o que acabou fazendo com que levasse como entretenimento na internet. Entre os meios midiáticos, foi ressaltado o machismo, já que defenderam Chico por ter traído e trataram Luísa como oportunista para ganhar visibilidade com a situação. Apesar de todos os ocorridos, a música Chico despertou inúmeras reações, tanto nos fãs como no público em geral, uma mistura de amor e ódio, de especulações e *fanfics*. Luísa e Chico foram um casal muito midiático e, até hoje, nos dias atuais, é lembrado e mencionado pelas pessoas. Embora Luísa já esteja em um outro relacionamento, como ressalta F, “*muitas pessoas ficaram do lado dela e outros do seu ex. O que de certa forma gerou uma fama para ele, só era visto em alguns canais do YouTube*”.

Para os fãs, Chico além de se tratar de uma homenagem, possui inúmeros sentimentos, mas o que prevalece, segundo G, “*é essa entrega aos sentimentos e a espera de reciprocidade*”. Além de falar sobre a vivência de um novo amor, ressalta que a música é “*sobre a forma como ela ama as pessoas e se entrega a elas*”. Quem acompanha Luísa há mais tempo consegue compreender e entender suas letras/músicas, pois ela sempre evidencia seus sentimentos nelas. Em Doce 22 foi possível perceber isso e, agora, com Escândalo Íntimo, de uma forma mais visceral e autêntica.

Entre o amor e o ódio que abarcam Luísa, inúmeras opiniões foram construídas. Até mesmo entre os fãs ocorreram divergências com relação ao relacionamento da cantora com Chico, considerando que talvez tenha sido uma estratégia de divulgação para a música e o álbum. Um exemplo é a fala de A ao considerar que “*não no início, mas após todo o corrido, foi uma forma de estratégia para a divulgação do álbum*”. H ainda pensa que “*inicialmente não foi pensado como estratégia de divulgação, mas sim depois da traição e de toda repercussão da carta aberta no programa da Ana Maria*”. De certa forma, Luísa acabou utilizando dos holofotes e da midiaticização da traição para alavancar seu álbum, mas a questão de planejar um relacionamento e uma traição não parecem ser possíveis a partir das considerações dos fãs.

O fato é que, por Luísa ser mulher, cantora e falar sobre seus sentimentos nas músicas, está suscetível a inúmeros ataques diariamente, ainda mais nesse meio da música, em que há uma grande predominância de cantores homens, como destaca H, ao afirmar que “*ela sofre muito machismo nas mídias, nos comentários das músicas, sempre tem críticas que os homens não recebem*”. Nessa mesma linha, F ressalta:

Acredito que qualquer mulher famosa tem essa questão. Um exemplo é afirmarem que a fama Luísa conseguiu por conta de seu ex-marido. Aí que está o erro, sempre lembrar dela por conta de seus antigos relacionamentos.

Os fãs conseguem compreender a narrativa do álbum a partir da música Chico, “*inclusive, esses acontecimentos que decorreram do relacionamento dela remetem totalmente ao título do álbum*”, afirma H. Eles também afirmam que defenderiam ela, mas somente após analisar criticamente suas ações e o contexto dos acontecimentos. Outro aspecto que fica claro para os fãs são as estratégias utilizadas por Luísa na construção do seu *storytelling* midiático e na divulgação do álbum, como ressalta F: “*o visual do próprio álbum foi uma forma de divulgação, assim como a utilização das suas redes sociais*”.

É válido ressaltar como o próprio Chico conseguiu reverter a situação da traição. De certa forma, ele acabou utilizando da imagem da Luísa, até mesmo porque não era muito conhecido anteriormente. O público até esqueceu de todo o ocorrido e passaram a se identificar com as falas e atitudes dele. Isso só deixa mais evidente o machismo presente em nossa sociedade, pois se fosse Luísa quem tivesse traído, sofreria inúmeros ataques e ofensas, mas, como foi ao contrário, simplesmente as pessoas aceitaram e toleraram as atitudes dele, culpando Luísa pela “*exploração*” da traição na divulgação de Escândalo Íntimo.

7.4 Penhasco2

Esse subitem analisará a música Penhasco2 e contou com 5 pessoas respondendo ao questionário no *Google Forms*. A faixa etária dos respondentes está entre 19 e 27 anos, sendo um professor de educação física, um corretor de imóveis, um estoquista e dois estudantes. Os respondentes residem nas cidades de Capão da Canoa (RS), Santa Rosa (RS), São Borja (RS) e São João do Meriti (RJ). Das 5 respostas, 3 pessoas responderam

que acompanham a carreira de Luisa Sonza desde 2019 e outras duas desde 2018. Quando questionados por que se consideram fãs (sonzers), eles responderam que se identificam com as letras das músicas/letras, com a história de vida e de certa forma, momentos íntimos dela, como menciona K

Acompanho a Luísa desde o início, quando estava buscando seu lugar na indústria musical brasileira, quando ainda estava se entendendo como artista. Poder acompanhar toda essa evolução e poder sentir com ela tudo o que é expressado através das letras e interpretações, acaba nos tornando 'íntimos', deixando eu apegado, não só à sua arte, mas também à sua pessoa.

Quando perguntados com relação ao direcionamento de alguma mensagem de ódio contra a cantora, 4 pessoas afirmaram nunca direcionar ódio à Luísa e uma afirmou já ter direcionado. Da mesma forma, 4 respondentes sempre procuram compreender a artista e direcionar apoio e acolhimento e um respondente nunca direcionou palavras de acolhimento. Logo após o lançamento, a música Penhasco2 gerou inúmeros comentários, não só entre os fãs, mas entre o público em geral. O sucesso antes do lançamento deve-se a dois motivos: o primeiro, por se tratar de uma continuação da música lançada no álbum Doce 22; e a segunda, pelo dueto com Demi Lovato. O fã K conta:

Fiquei totalmente em êxtase com a forma como Luísa interpretou a música em parceria com a Demi, fazendo com que se tornasse esse momento único e que transmitisse um conjunto de emoções. Foi criado um sentimento de curiosidade pelo público, assim que anunciado o feat. [colaboração], pois a maior expectativa era como a cantora norte-americana iria abordar a música. Próximo ao lançamento, especulações de que Demi iria cantar em português surgiram, gerando ainda mais o gatilho de interesse no público.

A parceria com Demi foi um sucesso e os números comprovam isso. A música, no dia do seu lançamento, conseguiu atingir 2 milhões de reproduções na plataforma de música *Spotify*. Foi um grande momento não só para Luísa, mas principalmente para a construção do seu *storytelling*, além da divulgação que o nome de Demi Lovato trouxe não só para a música como para o álbum.

Quando questionados com relação aos sentimentos que Penhasco2 provocou neles, L afirma ter se emocionado “*por envolver muito sentimento e por ser um álbum muito maduro*”. Em Penhasco1³⁴, Luísa já havia se mostrado de forma profunda e

³⁴ Videoclipe da música Penhasco: https://youtu.be/o5Sg1dIaHCU?si=F2FC4J6F_WkM2Ber.

sentimental, falando sobre a superação de um amor e como esse processo é difícil, ainda mais quando se é uma artista e deve ter cuidado com sua imagem e reputação. K ressalta “*sua profundidade, carregada de sentimento e de histórias, as quais foram divididas com o público*”, ou seja, a música é sobre um momento complicado que expõe a intimidade da artista, que usa dessas composições para externar aquilo que sentiu a partir do que as mídias contaram sobre ela.

É importante ressaltar que por Luísa ser mulher, ela é inúmeras vezes atacada devido às suas músicas, letras e videoclipes, como foi possível analisarmos no subcapítulo de Campo de Morango. Esse álbum, por trazer à superfície tantos sentimentos, faz com o que público mencione seus antigos relacionamentos. “*Ela ainda é atacada pelo seu término com o humorista Whindersson Nunes e por várias mentiras espalhadas, acontecimentos esses que não afetaram somente sua carreira, mas sua vida pessoal*”, relatou J. K ainda diz que “*no pop, ainda se tem um maior acolhimento quando é mulher, mas como cantora a nível geral no Brasil, possui muita discriminação e julgamentos*”.

A forma como Luísa retrata a sua própria vida nas músicas, como ela cria sua narrativa, a partir de suas vivências, decepções e alegrias, faz com que o público crie uma certa conexão, por se identificar com as histórias. J diz que não defenderia ela, mas a cantora também possui fãs que a defendem como artista, mantendo um olhar crítico antes de tomar algum partido em prol dela, como menciona K:

Os erros são comuns entre as pessoas, mas a forma como elas lidam e como transmitem isso ao público, suas opiniões, diz muito sobre elas. Acompanhando Luísa em sua carreira, é possível notar que ela está disposta a melhorar a partir de seus erros e ajudar com que esses erros não sejam repetidos por outras pessoas. Então, sim, defenderia ela, após analisar a situação.

Para os fãs, Penhasco², além de ser uma continuação de uma música anterior, é sobre “*o aspecto amoroso, de relações que já tiveram uma grande importância e influência na sua vida*”, apontou K. Além disso, A e J complementam afirmando que “*a música também é sobre seu antigo relacionamento com Whindersson Nunes*”. Entre os sonzers, debate-se que o antigo relacionamento da cantora é visto pelo público em geral como uma alavanca para a fama que ela conquistou. O ex-casamento é tido como parte do *storytelling* midiático atrelado à sua carreira, imagem e sucesso. As pessoas se apegam

ao que não existe mais, mas até mesmo os próprios fãs repercutem esse discurso e acabam fazendo com que o público em geral entenda isso como verdadeiro. Essa relação às narrativas do álbum com Whindersson, anulam o fato de ela ser uma artista com outras dimensões em sua história de vida e que pode conquistar as coisas por mérito próprio através de diversos aspectos de sua trajetória.

Assim como Luísa relaciona as suas músicas com aspectos da sua vida, os fãs também conseguem compreender momentos que eles mesmos passaram a partir das letras. “*Eu relaciono [a música Penhasco2] com o meu primeiro o término, por ser algo que foi muito marcante*”, comentou J, enquanto K complementa: “*embora não me identifique com todos os sentimentos expressos na música, eu busco trazê-los e adaptá-los aos meus sentimentos, naquilo que a letra e a interpretação da música trazem*”.

Os fãs pensam que na formação da narrativa do álbum e da divulgação dele através da música Penhasco2, “*são inúmeros conjuntos de atos que aconteceram no todo, desde a produção do álbum, até as músicas escutadas na ordem correta*”, reforça K. Outra percepção, por parte do fã L, é com relação à colaboração com Demi, “*que é mundialmente famosa*”. Trabalhar com uma cantora internacional alavancou o álbum, bem como fez atingir outros públicos que Luísa ainda não possuía. “*Consequentemente, Demi Lovato ajudou muito a atingir vários outros públicos, os quais foram ainda mais trabalhados pela equipe estratégica da Luísa, para que se tivesse uma maior repercussão e adesão*”, ressalta K.

A parceria com a estadunidense trouxe frutos para a carreira nacional e, principalmente, internacional de Luísa. A música rendeu mais de 51 milhões de visualizações no *Spotify*³⁵ e até um prêmio inédito para a cantora, que foi premiada na *Billboard Woman in Music* na categoria "Mulher do Ano". Boa parte também se deve “*à grande divulgação realizada através das mídias sociais*”, conforme pensa B. Assim como já citado anteriormente, outro ponto que fez a música ganhar alcance foi o próprio nome da música “*que chamou muito a atenção do público, por se tratar de uma segunda parte de um de seus mais aclamados e repercutidos hits*”, ressalta K. Dessa forma, as estratégias utilizadas por Luísa contribuíram para sua carreira internacional, bem como para a visibilidade de Escândalo Íntimo.

³⁵ Dados coletados no dia 11 de novembro no Spotify.

7.5 Principalmente Me Sinto Arrasada

Esse subitem analisa a música Principalmente Me Sinto Arrasada e contou com 5 pessoas respondendo ao questionário no *Google Forms*. A faixa etária dos respondentes está entre 14 e 27 anos, sendo um professor de educação física, um estudante do ensino médio, um técnico em informática e dois estudantes universitários. Os respondentes residem nas cidades de São Paulo, Capão da Canoa, São Borja e Santa Maria. Das 5 respostas, 3 pessoas responderam que acompanham a carreira de Luisa Sonza desde 2019, uma desde 2017 e a outra desde 2022. Quando questionados por que se consideram fãs (sonzers), eles responderam que se identificam com a história de vida dela, as suas músicas/letras e “*por se tratar de uma artista que é do nosso estado*”, como destaca O (pessoa gaúcha). Com relação ao ódio direcionado à Luísa, os fãs responderam que sempre buscam compreender a artista e direcionar apoio e acolhimento.

Como apontado no item 5.4, a música retrata uma crise de ansiedade, um misto de sentimentos e, ao final, a superação. Quando os fãs foram questionados sobre o que sentiam ao ouvir a música, “*foi um sentimento de dor, sofrimento, mas acima de tudo, de superação*”, nas palavras de A. O ainda ressaltou:

Fiquei espantado com a diferença dessa música das demais do álbum. Ela é uma música de duas partes, sendo muito interessante de se ouvir, além da sonoridade do que é cantada, são sons que transmitem sentimentos.

Os fãs percebem o ódio direcionado à Luísa nesses anos, e a música de certa forma se tornou um desabafo sobre isso através da sua letra, como afirma N:

Na era Doce 22, Luísa recebeu inúmeros ataques, comentários e até ameaças de morte. Então, eu acho que agora ela está expondo o que fizeram com ela nas suas músicas/letras, mas, especificamente, fica claro nessa música o desabafo.

Além da percepção anterior, os fãs e o público em geral tiveram inúmeras reações ao escutar a música e ao assistir ao videoclipe. A disse que “*ela tem a capacidade de tocar cada um de uma forma diferente, trazendo essa mistura de sentimentos vividos diante da sua experiência*”. De certa forma, todo ódio, sentimento reprimido, julgamento e comentário negativo que Luísa recebeu na música Campo de Morango é externalizado em Principalmente Me Sinto Arrasada, buscando contar outra narrativa para sua carreira. Ela

busca nessa música a superação tanto dos seus relacionamentos falidos, como dos seus problemas internos. Isso tudo acaba influenciando diretamente na construção do seu *storytelling*, pois inúmeras vezes estávamos acostumados com a imagem de Luísa sendo a “Braba”³⁶, não dessa forma frágil e sensível.

Eles percebem através da letra dessa música, por Luísa escrever sobre suas vivências, acaba afetando a sua carreira. Como já mencionado inúmeras vezes, além do ódio direcionado à Luísa, o machismo também está presente, como indica A: “*por ser mulher, ela representa a fragilidade, mas acaba sendo atacada por sua idade, aparência, jeito de cantar, se posicionar, simplesmente por ser mulher*”. I ainda ressalta que: “*Luísa expressa muito seus sentimentos, tanto nas músicas como nos cliques e inúmeras vezes acaba não sendo bem vista*”.

Quando questionados se defenderiam Luísa frente às críticas, N afirmou que: “*com certeza defenderia ela, porém, tem momentos que aconteceram que queimaram sua imagem, mas ela busca se justificar diante de situações que o público não deixou passar em branco*”. Da mesma forma que os fãs possuem essa análise crítica, todos compreenderam a narrativa que Luísa buscou construir a partir do álbum, toda a história que ela “escandalizou” publicamente.

Principalmente Me Sinto Arrasada “[...] *fala sobre a artista estar arrasada, com um duplo sentimento, um coração partido, ou até mesmo a necessidade de divisão de seus sentimentos*”, analisa O. Da mesma forma, como a cantora se sente na música, é a maneira como os fãs se identificam e se relacionam com aspectos de suas vidas, com “*crises de ansiedade perante a vida e os compromissos que ela exige*”, como defende A. Ou, ainda, como diz I se relacionando “*ao momento em que estou sobrecarregado com tudo que está acontecendo, até mesmo no término de um relacionamento, em que tu não pode mais abrir mão de ti, pra manter aquela relação*”. Além dessa identificação com a música, os fãs conseguem sentir essa sensação (crise de ansiedade) que a cantora buscou expressar na música, o que acaba gerando ainda mais aproximação e o sentimentos de reconhecimento, como relata N:

Conheço muitas pessoas que têm crises de ansiedade e a música fala especificamente disso, entre outros assuntos abordados. Mas se repararmos,

³⁶ Luísa usa a nomenclatura braba para se referir a sua força e que não pode ser facilmente compreendida ou controlada. O termo ganhou força também entre os fãs, que passaram a chamar a cantora assim.

ocorre uma crise de ansiedade bem no meio da música, gerando uma sensação de dificuldade par respirar.

É evidente que a música causa inúmeros sentimentos e sensações, por abordar assuntos que, inúmeras vezes, as pessoas não externalizam ou mencionam. Também não podemos deixar de ressaltar que, por trás da música, ocorreram estratégias que ajudaram na divulgação do álbum. Por ser uma das primeiras músicas a serem liberadas pela cantora, juntamente com Campo de Morango, os fãs perceberam essa ação contraditória, de uma música de cunho mais sexual e outra de fundo tão íntimo e profundo a nível psicológico. Como relata I, *“foi uma estratégia de gerar engajamento e expectativas no público”*. O fã N ainda ressalta que *“foi uma estratégia até para a organização do álbum, pois tem inúmeras ligações. Como a frase ‘todas as histórias de amor dão errado’, que se forma a partir dos interlúdios”*.

Assim como Campo de Morango foi crucial na construção do *storytelling* midiático de Luísa, Principalmente Me Sinto Arrasada, também tem suas contribuições na construção da imagem de Luísa e dos sentimentos que ela buscou transmitir com o álbum. No final da música, há um reconhecimento de crescimento pessoal através das experiências vividas, mesmo que dolorosas - o que acaba gerando a conexão e o reconhecimento por seus fãs.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa objetivou compreender de que forma as estratégias de divulgação do álbum musical *Escândalo Íntimo* se relacionam com a construção de imagem e o *storytelling* midiático da cantora Luísa Sonza a fim de estabelecer o relacionamento com os seus públicos. Durante a trajetória dessa pesquisa, que foi desenvolvida ao longo do último ano, foram inúmeras as descobertas acerca de como as Relações Públicas se apresentam na prática profissional e na materialização de uma análise das estratégias de divulgação e relacionamento de uma cantora pop nacional.

Ao sistematizar as estratégias de divulgação do álbum *Escândalo Íntimo* a partir da coleta de conteúdos em sites de notícias e redes sociais da artista, foi possível observar que há inúmeras formas de se falar de Luísa Sonza, mas a grande maioria das notícias eram tendenciosas e até mesmo machistas, pois abordavam questões muito pessoais da artista.

Da mesma forma que as mídias auxiliam na construção da carreira dela e promovem a artista, elas também acabam prejudicando sua imagem e reputação. Foi possível constatar que a divulgação do álbum se relaciona com a construção do *storytelling* da cantora, como ela busca estabelecer seu relacionamento com os públicos, compreendendo que ela utiliza das mais diversas narrativas construídas pela mídia, tanto positivas quanto negativas para fazer sua música e seus vídeos.

Quando foi contextualizada a biografia da artista na perspectiva do *storytelling* midiático construído por ela em relação ao álbum *Escândalo Íntimo*, vimos que ela tem um envolvimento profundo com seus fãs, que compreendem as narrativas dela e conseguem associar seus produtos (músicas e vídeos) com as notícias que as mídias divulgam sobre ela.

Depois de analisar as notícias de sites como *Correio Braziliense*, *Observatório dos Famosos* e *Rolling Stone*, abordadas no capítulo “Análises iniciais de um *Escândalo Íntimo*”, que trazem inúmeros temas polêmicos que envolviam a cantora, desde o suposto pacto realizado em Campo de Morango ao seu término polêmico com Chico Moedas, os fãs passaram a perceber que Luísa estava utilizando dessas notícias para compor suas letras e também como forma de divulgação do álbum.

Assim, é possível compreender o papel fundamental do profissional de Relações Públicas nesse contexto analítico, para juntar as partes de um conjunto de uma obra midiática, atuando no planejamento de uma divulgação e tomando protagonismo no

storytelling. Ademais, no relacionamento com os públicos foi possível identificar e analisar as perspectivas dos fãs de Luísa Sonza a partir das estratégias abordadas.

Nessa fase de aproximação com os fãs, quando foi realizada a aplicação de um questionário para cada uma das músicas analisadas, foi possível entender a perspectiva dos fãs a partir das estratégias trazidas por Luísa na construção do seu *storytelling*. Percebeu-se que muitos possuíam um pensamento semelhante com relação a cantora, apesar da sua diversidade de perfil, de idade entre 14 e 28 anos, cidades e estados diferentes. Embora se considerem fãs da cantora, eles possuem seus próprios questionamentos e dúvidas com relação aos acontecimentos que envolveram Luisa e o lançamento do álbum, demonstrando que é importante observar as abordagens das mídias de forma crítica, mas também estando atento ao que é o aspecto sensível da vida da cantora e o que é explorado como *marketing* ou *personal branding*.

Por fim, é possível afirmar que o álbum Escândalo Íntimo serviu como uma espécie de cartase para a cantora, que colocou todos seus sentimentos, expostos para todos, encontrando um ponto de equilíbrio entre a calma e o caos. Após Luísa atingir 1 bilhão de *streams* na plataforma de músicas *Spotify*, o álbum se tornou um Escândalo - não tão - Íntimo e garantiu a conquista do protagonismo de sua carreira que, de certa forma, contrasta com o período anterior, o de superexposição, quando seus relacionamentos amorosos estampavam manchetes em páginas e sites, principalmente na internet.

Apesar do ódio e da misoginia pelo qual ela passa, Luísa conseguiu organizar sua carreira através das estratégias de seu álbum. Sua “limpeza de imagem” veio através de toda a “sujeira” que expuseram sobre ela nas mídias. O acolhimento que recebeu por parte dos fãs veio depois de toda a desconfiança sobre o seu nome e atitudes. E, afinal, ela conseguiu construir seu próprio *storytelling* midiático através do álbum Escândalo Íntimo, depois de ver as mídias construírem para ela uma narrativa cheia de reviravoltas, à beira de um penhasco, se sentindo arrasada e passando por um “campo de morango” no qual descobriu sua força enquanto artista num espaço onde os fãs se tornaram também seus “Relações Públicas”.

REFERÊNCIAS

- BENNET, Lucy. **Fan activism for social mobilization: A critical review of the literature. Transformative Works and Cultures**, v. 10, 2012. Disponível em: <<http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/346/277>>. Acesso em: 01 nov, 2024.
- BONIN, Jiani Adriana. **Reflexões sobre a formação metodológica na orientação de projetos de pesquisa em comunicação.** Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación Online, v. 9, p. 36-45, 2012. Disponível em: <<https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/63/63>>. Acesso em: 15 nov, 2024.
- BOOTH, Paul. **Digital Fandom: New Media Studies.** Nova Yorke: Peter Lang, 2010. Disponível em: <https://books.google.com.br/books/about/Digital_Fandom.html?id=9LdS5WwGOvwC&redir_esc=y>. Acesso em: 01 nov, 2024.
- CORREA DA SILVA, Vagner. **Comunicação transmídia e visibilidade artística: estudo de caso das estratégias transmidiáticas dos participantes do BBB 20.** (Trabalho de Conclusão de Curso). Graduação em Publicidade e Propaganda. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).Porto Alegre/RS, 2021.Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/234889>>.. Acesso em: 20 maio, 2024.
- CORTEZ, Eduardo Vieira. **A magia do Marketing Pessoal: O segredo das pessoas bem sucedidas.** 10ª. Ed. São Paulo: Alaúde, 2014.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5ª. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- DUFFETT, Mark.**Introduction. In: Understanding fandom: an introduction to the study of media fan culture.** New York: Bloomsbury Academic, 2013, p. 1 – 34.
Mostrar pain
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.
- JENKINS, Henry. **Why Do We Need to “Understand” Fans?: A Conversation with Mark Duffet.** 2010. Disponível em: <<https://henryjenkins.org/blog/2014/03/why-do-we-need-to-understand-fans-a-conversation-with-mark-duffett-part-one.html>>. Acesso em: nv,
- JENKINS, Henry. **Invasores do Texto: fãs e cultura participativa.** Rio de Janeiro: Marsupial Editora, 2015.
- JENKINS, Henry. **Fan Studies: Introduction** In: Oxford Bibliographies. 2012.
- JENKINS, H.. **Cultura da convergência.** Tradução de Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. Textual poachers: television fans & participatory culture. New York: Routledge, 1992.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. ed. Lisboa, 1994.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003

NETFLIX. **Se eu fosse Luísa Sonza: Série documental**, Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/81645036?s=i&trkid=0&vlang=pt&clip=81746777>>. Acesso em 25 abr. 2023.

PETERS, Montoya. **The brand called you: Make bussines stand out**. McGraw Hill, 2008.

PETERS, Tom. **The Brand You 50: Or Fifty Ways to Transform Yourself from an 'Employee' into a Brand That Shouts Distinction, Commitment, and Passion!** New York: Knopf, September 21, 1999.

PIMENTEL, Márcia Cristina. **A construção da celebridade midiática**. Contemporânea, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, p. 193-203, 2005. Disponível em: http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_04/contemporanea_n04_17_MarciaCris.pdf. Acesso em: 31 maio. 2024.

PRIMO, Alessandra; MATOS; Ludimila; MONTEIRO, Maria Clara. **Dimensões para o estudo dos influenciadores digitais**. Salvador: EDUFBA. Disponível em <<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/34395>>. Acesso em: 20 maio, 2024.

ROSA, Mário. **A reputação sob a lógica do tempo real**. Organicom, São Paulo, v. 4, n. 7, p. 58-69, 2007. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138943>. Acesso em: 31 de maio. 2024.

SALMON, C. **Storytelling: La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits**. Paris: La Découvert, 2007.

SAMPAIO, Daniele. **Braba todo dia: a biografia de Luísa Sonza**. 1ª ed. São Paulo: Edição do autor, 2023.

SANTAELLA, Lucia; NOTH, Winfried. **Imagem como representação visual e mental**. In: SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2012.

SANTOS, Gabriela. **A nova celebridade e o processo de celebração de influenciadores digitais na mídia social Instagram: o caso Camila Coelho**. (Dissertação de Mestrado). Instituto de Filosofia e Ciências Humanas do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Porto Alegre/RS, 2020. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/213059>> Acesso em: 20 maio. 2024.

SIMÕES, Paula Guimarães; FRANÇA, Vera Regina Veiga. **Celebridades, acontecimentos e valores na sociedade contemporânea**. E-Compós, Brasília, v. 23, p.

1-25, 2020. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1910/1964>. Acesso em: 12 maio. 2024

SONZA, Luísa. **Não sou demais**. Brasil, 2023. Disponível em: <https://www.lettras.mus.br/luisa-sonza/nao-sou-demais>, Acesso em: 20 nov, 2024.

WEBER, Maria Helena. **Imagem pública**. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO CAMPO DE MORANGO ³⁷**Informações Pessoais:**

Nome

Idade:

Profissão;

Cidade/Estado/País:

Questões Gerais :

Desde quando você acompanha a carreira de Luísa Sonza?

Por que você se considera (sonzer) dela?

Alguma vez, você já direcionou alguma mensagem de ódio à Luísa?

Alguma vez, você já direcionou alguma mensagem de apoio e acolhimento à Luísa?

Analisando Campo de Morango e os contextos do álbum:

Quando a música Campo de Morango foi lançada, você lembra qual foi sua reação ao ouvir? Houve alguma estratégia feita pela Luísa que fez você ouvir ou se identificar?

Como você percebe o ódio direcionado a Luísa Sonza nessa música? Leu ou viu algo que te marcou?

Por que você acha que a música Campo de Morango provoca tantas reações diferentes entre os fãs e o público em geral?

Você acha que o fato de Luísa ser mulher afeta no desempenho de sua carreira? De que forma?

Você se considera um fã que defenderia Luísa independentemente das ações dela? Ou consegue olhar criticamente para as estratégias que ela utiliza?

Sobre qual aspecto da vida de Luísa você acha que a música Campo de Morango fala?

Como você relaciona algum aspecto da sua vida com a letra da música?

Você consegue entender a narrativa do álbum a partir dessa música?

Além dessa música, qual outra você considera mais pessoal sobre a história de vida de Luísa dentro do álbum? Por quê?

Campo de Morango foi uma das primeiras faixas do disco a ser liberada, você considera que foi uma estratégia interessante a ser utilizada? Por quê?

³⁷ Disponível em: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSee0RyKpuNR0HD0X-qfFrlWyzlOR_-a1g4f5vYx0upjo_GnQ/closedform.

Além do lançamento prévio da música e do clipe de Campo de Morango, você percebe alguma outra estratégia utilizada para divulgação da música, especificamente?

APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO CHICO³⁸**Informações Pessoais:**

Nome

Idade:

Profissão;

Cidade/Estado/País:

Questões Gerais :

Desde quando você acompanha a carreira de Luísa Sonza?

Por que você se considera (sonzer) dela?

Alguma vez, você já direcionou alguma mensagem de ódio à Luísa?

Alguma vez, você já direcionou alguma mensagem de apoio e acolhimento à Luísa?

Analisando Chico e o contextos do álbum:

Quando a música Chico foi lançada, você lembra qual foi sua reação ao ouvir? Houve alguma estratégia feita pela Luísa que fez você ouvir ou se identificar?

Como você percebe o ódio direcionado a Luísa Sonza nessa música? Leu ou viu algo que te marcou?

Por que você acha que a música Chico provoca tantas reações diferentes entre os fãs e o público em geral?

Você acha que o fato de Luísa ser mulher afeta no desempenho de sua carreira? De que forma?

Você se considera um fã que defenderia Luísa independentemente das ações dela?

Ou olhar criticamente para as estratégias que ela utiliza?

Sobre qual aspecto da vida de Luísa você acha que a música Chico fala?

Como você relaciona algum aspecto da sua vida com a letra da música?

Você consegue entender a narrativa do álbum a partir dessa música?

Além dessa música, qual outra você considera mais pessoal sobre a história de vida de Luísa dentro do álbum? Por quê?

Você acha que o relacionamento com Chico Moedas tenha sido uma estratégia de divulgação da música e do álbum? Por quê?

³⁸Disponível em:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScGCQpB98xQftea6CLM1oANV70phJe1il3ojMGNowdY-TGwYg/closedform>.

Além do relacionamento com Chico Moedas, você percebe alguma outra estratégia de divulgação da música, especificamente?

APÊNDICE C - QUESTIONÁRIO PENHASCO2³⁹

Informações Pessoais:

Nome

Idade:

Profissão;

Cidade/Estado/País:

Questões Gerais :

Desde quando você acompanha a carreira de Luísa Sonza?

Por que você se considera (sonzer) dela?

Alguma vez, você já direcionou alguma mensagem de ódio à Luísa?

Alguma vez, você já direcionou alguma mensagem de apoio e acolhimento à Luísa?

Analisando Penhasco2 de Morango e os contextos do álbum:

Quando a música Penhasco2 foi lançada, você lembra qual foi sua reação ao ouvir? Houve alguma estratégia feita pela Luísa que fez você ouvir ou se identificar?

Como você percebe o ódio direcionado a Luísa Sonza nessa música? Leu ou viu algo que te marcou?

Por que você acha que a música Penhasco2 provoca tantas reações diferentes entre os fãs e o público em geral?

Você acha que o fato de Luísa ser mulher afeta no desempenho de sua carreira? De que forma?

Você se considera um fã que defenderia Luísa independentemente das ações dela? Ou consegue olhar criticamente para as estratégias que ela utiliza?

Sobre qual aspecto da vida de Luísa você acha que a música Penhasco2 fala?

Como você relaciona algum aspecto da sua vida com a letra da música?

Você consegue entender a narrativa do álbum a partir dessa música?

Além dessa música, qual outra você considera mais pessoal sobre a história de vida de Luísa dentro do álbum? Por quê?

Penhasco2 foi uma parceria com a cantora Demi Lovato, você considera que foi uma forma de divulgar e atingir outros públicos? Por quê?

³⁹ Disponível em:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeAfY1XWnL5AAvORrMHuL2NKdrQCoXR3KcF27qjUx2NEb4otg/closedform>

Além da parceria com Demi Lovato, você percebe alguma outra estratégia de divulgação da música Penhasco2, especificamente?

**APÊNDICE D - QUESTIONÁRIO PRINCIPALMENTE ME SINTO
ARRASADA⁴⁰**

Informações Pessoais:

Nome

Idade:

Profissão;

Cidade/Estado/País:

Questões Gerais :

Desde quando você acompanha a carreira de Luísa Sonza?

Por que você se considera (sonzer) dela?

Alguma vez, você já direcionou alguma mensagem de ódio à Luísa?

Alguma vez, você já direcionou alguma mensagem de apoio e acolhimento à Luísa?

Analisando Principalmente Me Sinto Arrasada e o contextos do álbum:

Quando a música Principalmente me Sinto Arrasada foi lançada, você lembra qual foi sua reação ao ouvir? Houve alguma estratégia feita pela Luísa que fez você ouvir ou se identificar?

Como você percebe o ódio direcionado a Luísa Sonza nessa música? Leu ou viu algo que te marcou?

Por que você acha que a música Principalmente me Sinto Arrasada provoca tantas reações diferentes entre os fãs e o público em geral?

Você acha que o fato de Luísa ser mulher afeta no desempenho de sua carreira? De que forma?

Você se considera um fã que defenderia Luísa independentemente das ações dela? Ou consegue olhar criticamente para as estratégias que ela utiliza?

Sobre qual aspecto da vida de Luísa você acha que a música Principalmente Me Sinto Arrasada fala?

Como você relaciona algum aspecto da sua vida com a letra da música?

Você consegue entender a narrativa do álbum a partir dessa música?

⁴⁰ Disponível em:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfzKfcciL3NgPECLreaJV07cKT03MpoQZR2V2QyYRYGqvXRbQ/closedform>.

Além dessa música, qual outra você considera mais pessoal sobre a história de vida de Luísa dentro do álbum? Por quê?

Principalmente me Sinto Arrasada foi uma das primeiras faixas do disco a ser liberada, você considera que foi uma estratégia utilizada? Por quê?

Além do lançamento prévio da música e do clipe de Principalmente Me Sinto Arrasada, você percebe alguma outra estratégia de divulgação da música, especificamente?

Luísa disse que Principalmente me Sinto Arrasada é sobre uma crise de ansiedade. Você percebe essa crise acontecendo na música. Como você se relaciona com essa sensação que a música traz? Acha que gera identificação com público?

Em um trecho da música, Luísa faz menção a um relacionamento e sobre se valorizar. Você acha que se trata do relacionamento com Whindersson Nunes ou não? Qual outro relacionamento acha que foi? Por quê?

ANEXO A - LETRA DA MÚSICA CAMPO DE MORANGO

Luísa Sonza

Malvadona, safada, quer crime, eu sou karma
Metida, assanhada, só haxa do bom
Luxúria né praga, de Balenciaga
De costas me encara, ah

Tua vizinha pelada eu sou
Na BMW borrando o batom
Toda boa, boa, boa menina
Solta esse beat, eu resolvo por cima

Sonhei com campos de morango
Tu provando da fruta enquanto eu tava me excitando
Acordei, tu tava me chamando
Eu tava de ladinho e tu ia colocando

Sou uma vagabunda na tua cama
Me bota e pode falar que me ama
Eu gosto do jeitin que tu me chama
E tava certa sobre toda a tua fama

Segura mais um pouco
Que eu tô chegando lá
Vai tomar do meu suco
É só lamber devagar

Segura mais um pouco
Eu tô chegando lá
Vou tomar do teu suco
Eu vou lamber devagar

Malvadona, safada, quer crime, eu sou carma
Metida, assanhada, só haxa do bom
Luxúria né praga, de Balenciaga
De costas me encara, ah

Tua vizinha pelada eu sou
Na BMW borrando o batom
Toda boa, boa, boa menina
Solta esse beat, eu resolvo por cima

Jogando um Nintendo ouvindo Beatles
Meu lindo, meu malvado favorito
Sem bala, eu prefiro pirulito
Teu pirulito, teu pirulito

ANEXO B - LETRA DA MÚSICA CHICO

Luísa Sonza

Folia pra mim me arriscar no amor
Apostar na incerteza, pular de onde for
De novo, meu amor

Diziam pra mim que essa moda passou
Que monogamia é papo de doido
Mas pra mim é uma honra
Ser uma cafona pra esse povo

Me pinto pra disfarçar
Rebusco palavras pra te encantar
Reinvento uma moda, faço Bossa Nova
Meu futuro, no Rio será

Chico, se tu me quiseres
Sou dessas mulheres de se apaixonar
Pode fazer a sua fumaça
O Bar da Cachaça vai ser nosso lar

E, Chico, se tu me quiseres
Debato política, tomo o teu partido
E se for pra repartir o amor
Que reparta comigo

Chico, se tu me quiseres
Sou dessas mulheres de se apaixonar
Pode fazer sua fumaça
O Bar da Cachaça vai ser nosso lar

Pois Chico, se tu me quiseres
Debato política, tomo o teu partido
E se for pra repartir o amor
Que reparta comigo, comigo

ANEXO C - LETRA DA MÚSICA PENHASCO2

Luísa Sonza (part. Demi Lovato)

Copos vazios, silêncio e ruído
A casa é grande demais
Vazia demais comigo (comigo, comigo)
Sobras a falta que faz, que não volta mais

Diz o que eu faço, tenta ver meu lado
Só queria um pouco pra mim
Que seja mais um trago, só mais um pedaço
Nem que eu me acabe no fim

Traz de volta meu amanhã
Traz de volta meu amanhã

Cala meu peito que chama, chama
Sara a dor que me arranha
Me arranca a paz, ai, ai
Uoh, uoh, oh

Palavras vazias, pedaço de amor, soltei tua mão
Tua falta faz eco, cê sabe
Reparta comigo essa dor da saudade
Saudade não tem tradução

Cala meu peito que chama, chama
Sara a dor que me arranha
Me arranca a paz (ooh), ai, ai
Uoh, uoh, oh (ah)

**ANEXO D - LETRA DA MÚSICA PRINCIPALMENTE ME SINTO
ARRASADA**

Luísa Sonza

(Caralho, minha cabeça vai explodir)

Eu tô cansada, faz tanto tempo que eu tô cansada
Faz tempo que eu atento contra o tempo
E não consigo nada
Queria odiar você, queria conseguir ter raiva de você

Tua falta, me cansa, teu deboche
Tua bandeira falsa, tenho raiva
Mas que hipócrita, cadê o botão de pausa?
É tanta encenação, que chega tá me dando náusea

Ugh, chega, tá me dando náusea
Observada, eles contam os meus passos
Seguem a boiada, tomar no cu quem acha graça
Grito na cabeça a voz que me sai arranhada
E eu não faço porque os outros querem que eu faça

Putá que pariu, eu tô surtando de irritada
Que caralho eu tô fazendo dando essa rimada?

Eu não podia mais abrir mão de mim
Eu juro que eu fiz tudo que pude
Mas te agradeço tudo que vivi e vi com você
Me fez ser quem sou hoje

E mesmo que às vezes eu
Esteja ou pareça, um pouco, um tanto longe
E mesmo que a cidade não deseje
Que você se lembre, guarda
O que sobrou da gente, eu tenho hoje

Menina, tá ficando muito tarde
Tá tocando o teu alarme, tu tem coisa pra fazer

Para de choramingar, reage, maluca, sai da viagem
Tu não é mais um nenê
Será que alguém vai querer saber?
Ou ninguém mais tá interessado no que eu tenho a dizer?

Será que eu sou uma fraude? Bom, já já vamos ver
Certeza que eu tô à beira de enlouquecer