



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

ROBERTA MONÇÃO SOARES DE MELO E SILVA

**CELEBRIDADES E MORTE: um estudo sobre o sucesso
póstumo de Michael Jackson**

RIO DE JANEIRO

2018

Roberta Monção Soares de Melo e Silva

CELEBRIDADES E MORTE: um estudo sobre o sucesso póstumo de Michael
Jackson

Monografia apresentada à Escola de
Comunicação da Universidade Federal do Rio
de Janeiro, como parte dos requisitos
necessários à obtenção do grau de bacharel em
Comunicação Social. Habilitação em
Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof. Ma. Tatiane Cruz Leal Costa

RIO DE JANEIRO

2018

S586

Silva, Roberta Monção Soares de Melo e
Celebridades e morte: um estudo sobre o sucesso póstumo de
Michael Jackson / Roberta Monção Soares de Melo e Silva. - 2018.
71 f.

Orientadora: Prof^a. Tatiane Leal

Monografia (graduação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro,
Escola de Comunicação, Habilitação Publicidade e Propaganda,
Rio de Janeiro, 2018.

1. Celebridades. 2. Morte. 3. Michael Jackson. I. Leal, Tatiane.
II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de
Comunicação.

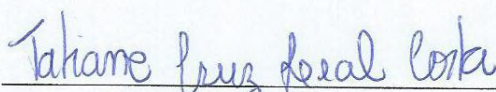
CDD: 302.23

**CELEBRIDADES E MORTE: UM ESTUDO SOBRE O SUCESSO PÓSTUMO DE
MICHAEL JACKSON**

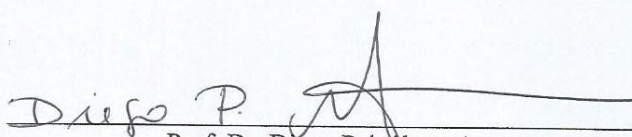
Roberta Monção Soares de Melo e Silva

Trabalho apresentado à coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da
Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de
Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda.

Aprovado por



Prof. Ma. Tatiane Cruz Leal Costa – orientadora



Prof. Dr. Diego Paleólogo Assunção



Prof. Dr^a. Mônica Machado Cardoso

Aprovada em: 05/07/2018

Grau: 10,0

À minha família

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Tatiane Leal, pela paciência, dedicação, entrega e entusiasmo para com o trabalho.

À minha família, pela força, pelo apoio, pelo amor incondicional e por serem meu porto seguro.

À Rachel Monteiro, por toda a ajuda.

À Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, cujos ensinamentos inspiraram a produção do presente estudo.

RESUMO

SILVA, Roberta Monção Soares de Melo e. **Celebridades e morte**: um estudo sobre o sucesso póstumo de Michael Jackson. Rio de Janeiro, 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

Este trabalho consiste em um estudo dos processos que possibilitam o sucesso póstumo de artistas da indústria fonográfica, bem como o consumo de conteúdo produzido após a morte, com foco no caso do cantor Michael Jackson. Para tal, foi feita uma revisão da literatura abrangendo estudos sobre celebridades e transformações nas concepções históricas sobre a morte. No primeiro capítulo o tema é abordado à luz de teorias sobre cultura de celebridades, com destaque para os trabalhos de Tom Mole (2007), Paul Hollander (2011) e Graeme Turner (2004). O objetivo é desmistificar os processos por trás do atual consumo ávido de celebridades, relacionando-o com questões históricas e sociais, além de situar o lugar ocupado por Jackson enquanto indivíduo célebre. No segundo capítulo, o foco são as concepções de morte que possibilitam o interesse por conteúdo póstumo de cantores, com destaque para os trabalhos de Renata Rezende Ribeiro (2009) e de Leticia Cantarella Matheus e Eliane Tadeu da Silva Belleza (2016). As formas de lidar com a morte advindas da Idade Média e da Modernidade têm suas consequências nos tempos atuais analisadas, de forma a embasar um interesse tão grande pelo pós-morte de artistas. Por fim, no terceiro capítulo são analisadas as principais produções póstumas de Jackson, a citar o longa-metragem *Michael Jackson's This Is It* (2009) e seus três álbuns póstumos *Michael* (2010), *Xscape* (2014) e *Scream* (2017), com foco no primeiro disco. Neste capítulo final o objetivo é definir em que consiste o conteúdo póstumo de um cantor e suas diferenças em relação à produção em vida do artista. Conclui-se então que a possibilidade de criar laços com os mortos no espaço midiático, o chamado “além” contemporâneo de Ribeiro (2009), a presença de uma forte cultura de celebridades e a busca por entender melhor a morte tomam forma e se relacionam no consumo póstumo de cantores, tendo como espaços os meios diversos nos quais o trabalho do artista continua a circular. Além disso chega-se à conclusão de que a produção póstuma limita o funcionamento do tripé indivíduo-indústria-fã de Mole (2007), expondo o componente da indústria e, por fim, conclui-se que neste tipo de conteúdo a autenticidade é o principal atrativo em detrimento da qualidade do trabalho.

Palavras-chave: Celebridades; Morte; Sucesso póstumo; Michael Jackson.

Sumário

1.	INTRODUÇÃO	8
2.	<i>TABLOID JUNKIE: JACKSON ENQUANTO CELEBRIDADE</i>	13
2.1	MICHAEL JACKSON EM VIDA	13
2.2	CELEBRIDADES:COMO CHEGAMOS ATÉ AQUI?	16
2.3	INDÚSTRIA DE CELEBRIDADES	21
2.4	MICHAEL JACKSON ENQUANTO CELEBRIDADE	25
2.5	CELEBRIDADES: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES	27
3.	<i>BLOOD ON THE DANCE FLOOR: MORTE</i>	29
3.1	IDADE MÉDIA E O “ALÉM” CONTEMPORÂNEO.....	30
3.2	MODERNIDADE: MORTE NA ESFERA PRIVADA	38
3.3	MORTE DE CELEBRIDADES	39
3.4	MORTE E CELEBRIDADES: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES	45
4.	<i>THIS IS IT: O PÓS-MORTE DE JACKSON</i>	47
4.1	<i>MICHAEL JACKSON’S THIS IS IT: O FILME</i>	48
4.2	<i>MICHAEL?: A AUTENTICIDADE NA PRODUÇÃO PÓSTUMA DE JACKSON.</i> ..	57
4.3	<i>“THE SHOW MUST GO ON”</i> : PRODUÇÃO PÓSTUMA	65
5.	CONCLUSÃO	66
6.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71

1. INTRODUÇÃO

Dia 25 de junho de 2009 em Los Angeles na Califórnia, faleceu por intoxicação de remédios o cantor e *performer* Michael Jackson. Curiosa, entretanto, não foi sua morte – visto que já se sabia sobre a saúde comprometida do cantor e seu vício em analgésicos -, mas sim o impacto que esta teve na imprensa e, principalmente, no consumo de música da época. Logo após o site TMZ noticiar pela primeira vez a morte da celebridade¹, as redes Google e Wikipedia registraram sobrecarga por causa das buscas pelo nome do cantor². O Twitter registrou que 15 % de todas as publicações feitas mundialmente se deviam à morte de Jackson, a uma aproximação de 5.000 tweets por minuto³. Seu funeral foi televisionado e contou com apresentações de diversos artistas como Mariah Carey, Stevie Wonder e Lionel Richie, além de discursos emocionados de parentes e amigos próximos⁴. Não é preciso ir muito mais longe para perceber que a morte de Jackson, assim como tudo mais que o cantor fazia, foi transformada em um espetáculo e dessa vez um bastante lucrativo.

Entretanto, foi o pós-morte de Jackson que impressionou mais e é este momento que será discutido no presente estudo. No final de sua vida, o cantor estava afundado em dívidas estimadas em 500 milhões de dólares⁵, lutando para sair da falência. Não conseguia emplacar um *hit* há tempos, e todas as suas tentativas de reverter essa situação fracassavam. Soma-se a isso a perseguição incessante da imprensa devido às acusações de assédio a menores, suas constantes cirurgias estéticas, suas excentricidades e seu estado debilitado de saúde por causa das doenças lupus e vitiligo. Jackson quando vivo, fez diversos esforços para sair dessa complicada situação financeira, mas bastou morrer para que tudo se resolvesse: após o falecimento, onze álbuns do cantor encontravam-se na lista dos mais populares da iTunes Store⁶, dois desses ocupando o topo da lista. Emplacou *singles* inéditos no rádio, lançou videoclipes, três álbuns inéditos, através de sua gravadora Epic Records, e o filme *Michael Jackson's This is it* (MICHAEL, 2009) estreou nos cinemas. A celebridade Michael Jackson

¹ Disponível em: <https://www.telegraph.co.uk/culture/music/michael-jackson/5653140/Michael-Jackson-the-final-days-and-how-TMZ.com-scooped-the-world.html>. Acesso em: 05 nov. 2017.

² Disponível em: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/8120324.stm>. Acesso em: 05 nov. 2017.

³ Disponível em: <https://bits.blogs.nytimes.com/2009/06/25/michael-jackson-tops-the-charts-on-twitter/>. Acesso em: 05. Nov. 2017.

⁴ Disponível em: <https://www.terra.com.br/istoegente/edicoes/514/artigo144078-1.htm>. Acesso em: 05 nov. 2017.

⁵ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/dividas-de-michael-jackson-chegaram-us-500-milhoes-diz-contador-9521342>. Acesso em: 05 nov. 2017.

⁶ Disponível em: <https://macmagazine.com.br/2009/06/25/morte-de-michael-jackson-faz-astro-do-pop-estourar-em-popularidade-na-itunes-store/>. Acesso em: 05 nov. 2017.

continuou disponibilizando conteúdo mesmo depois do falecimento e, cinco anos após o ocorrido, ele havia quitado todas as dívidas, rendido cerca de 700 milhões e se tornado o primeiro bilionário com ganhos pós-morte⁷. O *performer* rendeu mais morto do que vivo no início de sua carreira⁸.

Lembro-me bem de quando ele morreu. Todos os meios de comunicação não falavam de mais nada, tudo que se lia, via e ouvia era Michael Jackson. Eu tinha 14 anos e meu primeiro contato com a música do cantor se deu graças à sua morte, pois até então eu o conhecia apenas como a mídia o retratava, ou seja, o senhor pedófilo de aparência um tanto assustadora. Depois que o artista morreu, suas músicas e vídeos voltaram ao topo das paradas e eu tive a oportunidade de conhecer seu trabalho, que na minha opinião, foi – é? – brilhante. Entretanto, o que mais me marcou nessa época não foi apenas a minha ignorância em relação a um componente tão importante da história musical, mas o cenário midiático que me cercou após sua morte: *singles* inéditos de Jackson tocando nas rádios, lançamento de álbuns, vídeo clipes e um filme inédito com imagens nunca antes vistas do cantor e, antes disso tudo, o funeral que mais parecia um *show* do que um evento fúnebre televisionado mundialmente.

Na época achei (e ainda acho) tudo aquilo muito estranho e mórbido. O homem estava morto e mesmo assim produzia conteúdo e lucrava em cima disso, lucro este que Jackson, em seus últimos anos vivo, encontrava sérias dificuldades em gerar. Mais curioso ainda para mim foi descobrir, ao dividir com colegas meu espanto, que a maioria achava aquilo bastante normal. Mesmo hoje, com 22 anos, quando comentei o tema deste Trabalho de Conclusão de Curso com familiares e colegas, escutei os mesmos comentários de nove anos atrás. “É assim, sempre foi assim, quando o artista morre, as vendas alavancam”.

De fato, os exemplos de artistas que prosperaram após morrerem são numerosos, e os avanços da tecnologia que possibilitam a produção de conteúdo após a morte são apenas novas ferramentas que servem a um velho mecanismo de comportamento tanto do consumidor quanto da indústria. O que eu quis estudar e compreender foi *como* se dá esse processo. Como nossa sociedade tem tornado possível e normalizado uma situação como essa e que conteúdo é este que o fã consome que independe da presença física da celebridade, mas ainda assim está intimamente conectado a esta personalidade específica? Inúmeros artistas tiveram suas mortes transformadas em espetáculos, sendo o caso mais recente o da cantora Amy Winehouse, cujo

⁷ Disponível em: <http://forbes.uol.com.br/negocios/2015/10/michael-jackson-torna-se-primeiro-bilionario-com-ganhos-pos-morte/>. Acesso em: 05 nov. 2017.

⁸ Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2014/06/cinco-anos-apos-morte-michael-jackson-rende-us-700-milhoes.html>. Acesso em: 05 nov. 2017.

documentário pós morte (AMY, 2015) recebeu até um Oscar. É importante entender que implicações éticas e morais esse comportamento midiático acarreta e o que isso diz sobre o mundo no qual vivemos atualmente. Há limites para a sociedade do espetáculo? Se sim, a tecnologia é capaz de flexibilizá-los? E afinal, quem de fato lucra com este consumo pós-morte e como isto se tornou possível?

É este fenômeno que foi investigado no presente TCC. Vivemos em uma sociedade espetacularizada (DEBORD, 1967), e é importante entender o que está por trás dessa espetacularização, onde a morte se encaixa nisso e quais as implicações éticas da geração de lucro às custas de um artista falecido. Que condições de possibilidade de nosso tempo histórico permitem que a morte não seja um impedimento e sim um catalisador da produção de conteúdo? Que conteúdo é este? Como, em um momento, a imprensa não falava em Michael Jackson a não ser para noticiar escândalos e, de repente após sua morte, ocorreu uma espécie de “santificação” do *performer*, enaltecendo sua carreira, seu trabalho e sua história?

Compreender como se dá esse processo de “sucesso pós-morte”, de que forma ele se relaciona com a espetacularização da sociedade, como os avanços da tecnologia quebram as barreiras entre a vida e a morte (por exemplo, *shows* lotados com hologramas de artistas mortos, lançamento de vídeos e *singles* inéditos, etc.) levam a um entendimento mais consciente da sociedade em que vivemos, por isso a relevância deste estudo. O caso de Jackson foi especificamente escolhido porque expressa de forma bastante gritante o que o falecimento fez com a carreira decadente de um artista marcante e revolucionário na história da música. É claro que a morte de Jackson não poderia passar em branco, mas como não lhe foi atribuído todo esse valor – simbólico e monetário – quando vivo em seus últimos anos? Para este estudo fiz uma revisão da literatura que culminou em 3 capítulos brevemente resumidos a seguir.

No primeiro capítulo, começando com uma breve biografia de Jackson, abordo teorias sobre a cultura da celebridade contemporânea, partindo do princípio do tripé fã – indústria – celebridade que sustenta este fenômeno (MOLE, 2007). Meu objetivo nesta seção é situar o lugar que Jackson ocupou durante toda a sua vida, já que começou a carreira artística muito cedo, e entender exatamente como funciona a indústria da celebridade, focando na intimidade do cantor como produto de extrema importância. Também parto do princípio do fã ativo que influencia no conteúdo gerado pela indústria para melhor entender o que o consumidor busca obter da celebridade atualmente. Os autores que tomo como principais referências nesta seção são Tom Mole (2007), Paul Hollander (2011), Graeme Turner (2004) e Edgar Morin (1969).

No capítulo dois faço um breve estudo sobre a morte no ocidente partindo de dois períodos cruciais para este estudo: a Idade Média e a Modernidade. Para melhor entender os

processos pelos quais a morte de artistas é tão consumida, me aprofundo na concepção e nos entendimentos humanos a respeito do falecimento que se originaram nesses dois marcantes momentos históricos e tem seus resquícios fortes até hoje. Características destes períodos fundamentam o ávido interesse e conseqüente consumo do pós-morte de cantores e é isso que busco desenvolver neste capítulo. Para este estudo utilizo principalmente os autores Renata Rezende Ribeiro (2009) e Letícia Cantarela Matheus e Eliane Tadeu da Silva Belleza (2016).

Já o capítulo final consiste em uma análise do filme *Michael Jackson's This is It*, grande lançamento após a morte de Michael Jackson, à luz das teorias e conceitos abordados nos dois capítulos anteriores. Também tomo por objetos de estudo seus 3 álbuns póstumos denominados *Michael* (2010), *Xscape* (2014) e *Scream* (2017), com foco principal no disco *Michael* e a polêmica que o cercou. O lugar ocupado por Jackson enquanto celebridade e o impacto de sua morte na sociedade foram destrinchados nos primeiros capítulos, juntamente com os processos que possibilitam um ávido consumo e produção de conteúdo póstumo. Neste terceiro e final capítulo objetivo entender melhor em que consiste de fato a produção póstuma de um cantor e que questões ela coloca em pauta a respeito da celebridade como a concebemos.

Tomei por objeto principal de estudo o filme *Michael Jackson's This Is It* por ser este o grande marco da morte de Jackson. A turnê que prometia acabar com suas dívidas foi transformada em um longa-metragem bastante lucrativo após seu falecimento, produção esta cuja o principal chamariz era a revelação de intimidades até então inéditas do cantor⁹. Esta contínua produção e consumo de conteúdo pessoal e privado é o que me interessa mais nesta análise. O próprio Michael Jackson estava bastante animado com a bateria de *shows* que ia fazer, queria que o público ficasse impressionado, que fosse algo diferente de tudo que os fãs já tinham visto. Por isso as *performances* desta turnê abusavam de tecnologia de ponta, músicos e dançarinos extremamente competentes. Entretanto, com a morte de Jackson, o que antes seria uma turnê a princípio extraordinária se transformou em um filme que “revelava cenas raras da intimidade de Michael Jackson”, segundo a sinopse da obra. O propósito dos *shows* segundo seu idealizador não é o principal atrativo, visto que revelações a respeito da vida privada do cantor são o que filme diz vender em primeira instância. Como é possível que um artista continue tendo sua vida privada comercializada estando morto? É esta situação, que está intrinsecamente ligada à cultura de celebridade, que motivou esta pesquisa.

⁹ Disponível em:

https://www.google.com.br/search?dcr=0&source=hp&q=filme+this+is+it&oq=filme+this+is+it&gs_l=psy-ab.3..014.8877.10609.0.16482.17.9.0.0.0.0.341.894.0j1j2j1.4.0....0...1.1.64.psy-ab..13.4.893.0..0i67k1j0i131k1.0.QBmK5hle9MU. Acesso em: 05 nov. 2017.

Além do longa-metragem, analiso também os álbuns póstumos de Jackson, com foco especial no disco *Michael* (2010), que por causa da polêmica que gerou acerca da voz do *performer*, levanta questões muito interessantes a respeito da autenticidade e seu papel na construção sólida de uma celebridade.

Por fim, com o presente trabalho busquei responder à minha questão principal: como pode a morte alavancar a carreira de um artista e o que isso revela sobre nossa sociedade, com foco no estudo de caso do cantor Michael Jackson. Acredito na importância dessa pesquisa no que diz respeito a um melhor entendimento da sociedade mediatizada e fluida na qual estamos inseridos. Entender os processos que conectam de forma tão naturalizada a morte e os meios de comunicação de massa atrelados a essa figura da celebridade, que é tão presente no mundo contemporâneo, é de suma importância para o âmbito da Comunicação.

2. **TABLOID JUNKIE: JACKSON ENQUANTO CELEBRIDADE**

Neste primeiro capítulo desejo situar o lugar que o cantor Michael Jackson ocupava enquanto *performer* e celebridade produtora de conteúdo nas sociedades americana e global. Para isso traçarei um panorama de alguns estudos a respeito da cultura de celebridade e sua história, além de resumir brevemente a biografia do cantor, com o seguinte objetivo: compreender os processos que possibilitam hoje a existência tanto de uma indústria e de um aparato da celebridade extremamente desenvolvidos, quanto de uma massa pré-disposta a consumir diária e avidamente os seus produtos. Neste capítulo especialmente, deseja-se dar destaque às construções sociais originadas de processos históricos diversos que possibilitam o consumo da vida íntima de celebridades. Acredita-se no presente estudo que a compreensão desses processos é a chave para o entendimento do sucesso pós-morte de diversos artistas e, conseqüentemente, uma melhor compreensão da nossa sociedade hoje. Por fim, situarei Michael Jackson enquanto artista-celebridade com base no que será apresentado a seguir.

2.1 MICHAEL JACKSON EM VIDA¹⁰

Michael Joseph Jackson (1958-2009) nasceu em Gary, Indiana, sendo um dos nove filhos de Katherine Johnson e Joseph Jackson. Aos cinco anos de idade passou a integrar o grupo musical Jackson 5 ao lado de seus irmãos, atingindo grande sucesso: o conjunto foi o primeiro na história a ter os quatro primeiros *singles* na posição número 1 nas rádios. Jackson é conhecido por ter tido uma infância difícil, já que seu pai era muito rígido e demandava um bom desempenho e sucesso dos filhos no mundo da música. Já nos primórdios de sua infância ele se destacava pela voz aguda e melodiosa, sendo o vocalista principal da banda.

O Jackson 5 seguiu fazendo sucesso ao mesmo tempo em que Jackson se lançava em carreira solo, iniciada em 1971. O vocalista permaneceu no grupo até o ano de 1984, quando após gravar o álbum *Victory* com o conjunto – que neste período chamava-se “The Jacksons” – deixou os irmãos para seguir apenas com sua carreira solo, que nesta época já vivia seu auge.

¹⁰ Biografia disponível em: <https://www.biography.com/people/michael-jackson-38211>. Acesso em: 05 nov. 2017.

Em 1989, The Jacksons lançaram seu último álbum, que marcou o final do grupo pois não atingiu o sucesso esperado¹¹.

O primeiro álbum solo de Michael Jackson, chamado *Got To Be There* (1971) foi lançado em parceria com a gravadora Motown. A partir daí Jackson lança *hits* como “Music and me”, “Ben” e “Got to be there”, construindo aos poucos sua carreira independente do Jackson 5. Em 1979 seu álbum *Off the wall* – produzido por Quincy Jones e não mais pela Motown – lhe rende dois Grammys e a partir deste momento, seu sucesso não encontrou limites. *Thriller* (1982), seu trabalho seguinte, é até hoje o álbum mais vendido na história, atingindo a marca de 104 milhões de cópias vendidas mundialmente. O álbum passou oitenta semanas entre os dez álbuns mais vendidos da América e sete das nove faixas de *Thriller* ficaram na lista dos dez *singles* mais vendidos¹². Indicado a 12 Grammys, dos quais venceu oito, *Thriller* caracterizou o auge da carreira de Jackson. É neste ponto em que ele é consagrado como o Rei do Pop¹³ e é por causa especificamente deste álbum que Jackson é imortalizado como um ícone revolucionário na história da música.

Em 1984, ocorre o que é considerado um divisor de águas na carreira do *performer*: durante a gravação de um comercial para a Pepsi, ele sofre queimaduras de primeiro e terceiro grau no couro cabeludo, o que iniciou uma série de cirurgias plásticas e, supostamente, foi o responsável pelo seu vício em medicamentos para dor. Nos anos 80 então, conforme Jackson foi ganhando mais fama e mais espaço na indústria, sua vida pessoal começou a servir de matéria prima para os tablóides mundiais. Jackson chamava atenção principalmente por seu comportamento excêntrico, a destacar: cirurgias plásticas cada vez mais constantes; uma pele que nesta época já mostrava indícios de embranquecimento, e que ao longo dos anos ficou completamente branca. Supostamente esta mudança se devia à doença vitiligo, da qual Jackson afirmava sofrer¹⁴, mas tanto a imprensa quanto uma boa parte do público acreditavam que o embranquecimento era proposital, o que gerou muitas críticas; seu macaco de estimação chamado “Bubbles”, de quem Jackson era inseparável¹⁵; a compra do rancho “Neverland” em 1988, o qual Jackson batizou inspirado na história de Peter Pan e transformou em uma espécie

¹¹ Disponível em: <https://www.allmusic.com/artist/the-jackson-5-mn0000083013/biography>. Acesso em: 04 nov. 2017.

¹² Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/thriller-ja-vendeu-104-milhoes-de-copias-3633536>. Acesso em: 04 nov. 2017.

¹³ Disponível em: <https://seuhistory.com/hoje-na-historia/nasce-o-rei-do-pop-michael-jackson>. Acesso em: 04 nov. 2017.

¹⁴ Disponível em: <https://minilua.com/tras-musica-black-or-white-4/>. Acesso em: 04 nov. 2017.

¹⁵ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/a-boa-e-velha-reportagem/onde-foi-parar-o-chimpanze-de-michael-jackson/>. Acesso em: 04 nov. 2017.

de parque de diversões particular¹⁶. Isto foi considerado pela imprensa um comportamento estranho para um adulto de trinta anos de idade e um indicativo da síndrome de Peter Pan, doença que durante sua carreira foi constantemente associada ao cantor. Todas essas excentricidades que aumentaram ainda mais a fama do artista começaram nos anos oitenta e foram ganhando maior dimensão ao longo dos anos, ao mesmo tempo em que seu trabalho perdia aos poucos expressividade.

O álbum seguinte a *Thriller*, *Bad* (1987) foi um grande sucesso, mas não chegou aos pés do anterior e *Dangerous* (1991), apesar de conter *hits* como “Black and White”, já mostrava indícios de que os anos áureos do Rei do Pop estavam no passado. Em 1993 ocorre mais um baque que marcou a carreira do artista até o final de seus dias: Jackson é acusado de molestar um menino de 13 anos de idade. Apesar de não ter sido apresentada nenhuma prova, o *performer* resolveu tudo com um acordo de 20 milhões de dólares para a família da suposta vítima. No ano seguinte, ele casou-se com Lisa Marie Presley, para se divorciar nove meses depois e, mais tarde, casar-se com a enfermeira Debbie Rowe, com a qual teve dois filhos por inseminação artificial antes do divórcio, sendo que seu terceiro filho, chamado de “Blanket”, tem origem desconhecida. Em 2001, Michael lança o álbum *Invincible*, considerado um fracasso comercial comparado aos anteriores. Neste momento, Jackson já se encontra com o rosto completamente desfigurado por causa de constantes cirurgias plásticas e, segundo a imprensa, completamente viciado em medicamentos. Sua pele já mudou da cor negra para um branco pálido e, por causa da perda de força dos seus últimos álbuns, o cantor é conhecido por toda uma nova geração como uma figura excêntrica e controversa.

Em 25 de junho de 2009 Michael Jackson morre em Los Angeles ao sofrer um ataque cardíaco que mais tarde foi associado a uma overdose de propofol, um dos medicamentos que o cantor tomava para a dor. Seu médico pessoal, Dr. Conrad Murray, foi preso por homicídio culposo. Três álbuns póstumos foram lançados pela Epic Records: *Michael* (2010), *Xscape* (2014) e *Scream* (2017).¹⁷

¹⁶ Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2017/03/rancho-de-michael-jackson-neverland-esta-a-venda-com-desconto-de-us-33-mi.shtml>. Acesso em: 04 nov. 2017.

¹⁷ Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2017/09/11/interna_diversao_arte.624934/album-postumo-de-michael-jackson.shtml. Acesso em: 04 nov. 2017.

2.2 CELEBRIDADES: COMO CHEGAMOS ATÉ AQUI?

Como já foi levemente expresso na introdução deste capítulo, este trabalho parte do pressuposto de que celebridades não são uma resposta a características naturais do ser humano, mas sim uma consequência de diversos acontecimentos históricos. Portanto, nem sempre existiram, surgiram em um determinado momento da história para suprir às necessidades humanas que esse mesmo momento gerou.

Muitos autores acreditam que a celebridade é um fenômeno do século XX, surgindo pela primeira vez na sociedade norte-americana e atrelado única e exclusivamente aos meios de comunicação de massa (HOLLANDER, 2011). É possível entender este ponto de vista levando em conta que os Estados Unidos têm de fato uma indústria da celebridade extremamente desenvolvida, produzindo celebridades para o mundo inteiro, a partir de Hollywood e da indústria musical. Como este estudo é focado em um *performer* estadunidense, muita atenção será dada à indústria e ao aparato norte-americano que sustenta suas celebridades, bem como aos processos que possibilitaram o desenvolvimento considerável deste fenômeno no país. Entretanto, o presente trabalho parte do pressuposto de que a cultura de celebridades teve seu nascimento no final do século XVIII, no período romântico, graças a três elementos que pela primeira vez se organizaram para gerar uma transformação no estatuto da fama: a indústria, o fã e o indivíduo, aparato cultural este que tomou forma graças ao desenvolvimento da indústria literária no período (MOLE, 2007). Começam a nascer as primeiras celebridades.

Graças a fatores como industrialização, aumento de alfabetizados, urbanização e crescimento populacional, na Grã-Bretanha do final do século XVIII tornou-se possível produzir quantidades nunca antes vistas de jornais, revistas e livros para um público agora pré-disposto a este consumo (MOLE, 2007). Para distribuir essa produção, torna-se necessário criar formas de diferenciar tantos materiais impressos, e o nome do autor – que antes permanecia anônimo – passa a ser atrelado a seu livro. O nome então passa a ser um elemento de distinção na compra de uma obra. Junta-se a isso o nascimento do Romantismo, movimento característico deste período, do qual emerge a noção de sujeito moderno como um indivíduo único, dotado de uma interioridade fascinante e original (MOLE, 2007). A partir de tal contexto, fica fácil perceber porque nesta época os autores começaram a ser vendidos como *indivíduos* fascinantes e a personalidade começa a ser interessante para o público (MOLE, 2007). Aí estão as raízes da celebridade como a concebemos hoje, um indivíduo que vive da própria imagem e comercializa a própria vida – que é tida como fonte de identificação e entretenimento, por ser extremamente interessante – sendo “conhecida por ser conhecida” (BOORSTIN, 1961, p. 57). Percebe-se

também que a celebridade não nasce atrelada a meios de comunicação de massa como a televisão ou o cinema, como alguns autores sugerem, mas que tem sim uma conexão necessária a uma industrialização que permita um grande alcance de pessoas. Todas essas pessoas, por sua vez, diferenciam-se do indivíduo célebre ao serem anônimas, responsáveis pelo consumo da produção literária de um indivíduo célebre. Vemos então neste cenário o funcionamento do tripé indústria-indivíduo-fã que sustenta as celebridades até hoje.

Também deve-se destacar no trabalho de Mole o que ele chama de *hermenêutica da intimidade*, que nada mais é do que um entendimento da obra de um artista como um eco direto de sua subjetividade à qual consumidores perspicazes e sensíveis podem ter acesso (MOLE, 2007, p. 25). Essa lógica gera uma identificação e uma conexão aparentemente íntima do fã com o indivíduo que permanece até hoje. Celebridades diversas, com destaque para as da indústria fonográfica, utilizam a própria vida como matéria prima para seus trabalhos e incorporam o discurso de que a obra é uma porta de entrada para a intimidade do artista. Dessa forma, atraem maior atenção para o seu trabalho que, funcionando segundo este modelo, possui maior valor artístico aos olhos do público e se torna automaticamente mais interessante, visto que é mais uma forma de vender o maior produto da celebridade, que é sua vida privada. Exemplos disso não faltam: o álbum *Lemonade* (2016) de Beyoncé é aberta e completamente baseado na traição de seu marido Jay-Z¹⁸. A cantora Taylor Swift é conhecida por escrever canções sobre seus relacionamentos, que são acompanhados de perto pela imprensa.

O próprio Michael Jackson emplacou diversos *singles* que refletem diretamente sua vida, a citar: a canção “Billie Jean”, um de seus maiores sucessos, é baseada nas cartas de uma fã que dizia ser a mãe de um filho de Jackson e exigia que ele se responsabilizasse pela criança¹⁹; “Black or White” é uma espécie de desabafo sobre a repercussão do embranquecimento de sua pele devido ao vitiligo, algo extremamente criticado pela imprensa e pelo público; “Tabloid Junkie” é uma clara afronta aos assédios de paparazzi, jornais e tablóides que Jackson sofria ao longo de sua carreira.

A hermenêutica da intimidade teve então suas primeiras impressões no final do século XVIII, possibilitando a lógica da celebridade como a conhecemos hoje e permanecendo fortemente associada a esse fenômeno. O sucesso deste modelo se deve à mistificação que ele faz do aparato da celebridade, tornando possível a existência de uma produção massificada sem

¹⁸ Disponível em: <http://br.eonline.com/enews/beyonce-insinua-traicao-de-jay-z-no-album-lemonade/>. Acesso em: 05 nov. 2017.

¹⁹ Disponível em: <https://mjbeats.com.br/a-hist%C3%B3ria-da-m%C3%BAsica-billie-jean-7dc23775d10e>. Acesso em: 04 nov. 2017.

“a falta de personalização característica da cultura *commodity*” (MOLE, 2007, p. 25). O interessante nesse processo é a conexão e a sensação de proximidade que este modelo gera, como se o fã conhecesse profundamente a alma do autor, pois se identificou com sentimentos únicos que só aquele artista poderia ter expressado.

É essa mesma lógica de pensamento, essa suposta conexão que possibilita que milhões de pessoas que jamais conheceram Jackson ou sequer o viram cara a cara chorem por sua morte como se tivessem perdido um amigo ou um ente próximo. A sensação genuína de perda só pode ser alcançada graças a anos se identificando com músicas e canções variadas, acreditando que havia uma conexão genuína, pois o autor reflete a sua subjetividade na mesma obra na qual o fã reflete a dele. Quase que, literalmente, duas faces da mesma moeda.

Além disso, a sensação de intimidade e proximidade é reforçada pelo fato de constantemente estarmos em contato com essas celebridades em ambientes íntimos e ao longo do nosso dia a dia. Recebemos a voz de Jackson através de rádios e/ou serviços de *streaming* diretamente em nossas casas e quartos. Acompanhamos um funeral sentados em nossas salas de estar, talvez até com nossa família presente. A caminho do trabalho ou enquanto caminhamos na rua, escutamos, colada em nosso aparelho auditivo, a voz desse artista cantando palavras que só nós, graças a nossos fones de ouvido, podemos escutar, ao mesmo tempo em que – abafando o barulho externo – nos isola do mundo exterior, criando um ambiente em que apenas o indivíduo e o artista existem. A celebridade muitas vezes está mais presente em nossa vida do que amigos e parentes próximos e isso cria uma sensação de real proximidade. Dessa forma, a hermenêutica da intimidade opera desde o século XVIII até os dias de hoje, encontrando novas formas de expressão graças ao desenvolvimento da tecnologia e permanecendo vital para o funcionamento do aparato da celebridade, pois é o que conecta fã e indivíduo.

Continuando pelo panorama histórico sobre celebridades e seus processos de formação, encontramos o trabalho de Paul Hollander, referência muito importante para esse estudo. Em seu artigo “A cultura da celebridade americana, a modernidade e a decadência” (2011), Hollander parte do pressuposto de que a cultura da celebridade nasceu nos Estados Unidos, sendo assim um fenômeno contemporâneo, e não moderno como já foi posto aqui. Apesar de este estudo não partir do mesmo pressuposto a respeito da origem das celebridades, Hollander apresenta considerações bastante relevantes para este trabalho no que diz respeito às causas e processos que possibilitam o ávido consumo atual de celebridades.

A cultura da celebridade americana é um sintoma de decadência moderna visto que as celebridades substituíram os heróis no imaginário popular (HOLLANDER, 2011, p. 62). Enquanto heróis personificavam valores, ética, integridade, caráter e grandes feitos – dos quais

sua fama emergia – a celebridade personifica sucesso, juventude, beleza, riqueza, notoriedade e, conseqüentemente, felicidade. Para Hollander, a celebridade americana é fruto de conceitos ligados à aparência, visto que há uma transição da importância dada a feitos públicos para características privadas, de personalidade. Segundo o autor, não importa tanto o que a celebridade faz pela sociedade, mas sim o que ela é, aparenta ser e consome.

É possível entender o valor atribuído pelos norte americanos às suas celebridades e, conseqüentemente, a evolução deste aparato nos EUA, a partir de diversos fatores, sendo um deles a força da cultura do – “*self made man*” – presente nesta nação. A lógica do igualitarismo e do individualismo americanos, sobre a qual esse país se construiu, faz crer que todos podem melhorar suas condições de vida e o sucesso ou fracasso depende somente do indivíduo. Seguindo este pensamento, narrativas de superação ou de ascensão social tem bastante força, pois reiteram a crença de que qualquer um pode ter sucesso, basta querer. “As celebridades (...) são admiradas por personificarem o êxito, ou seja, por serem ricas, conhecidas, reverenciadas e fisicamente atraentes” (HOLLANDER, 2011, p. 62). As celebridades são valorizadas por espelharem tudo o que os americanos almejam ser, personificando modelos a serem seguidos e provando que o sucesso supostamente está ao alcance de qualquer um. Aliás, um dos motivos pelos quais Michael Jackson é tão reverenciado é o fato de ser um artista negro que, apesar dos preconceitos que envolvem a cor de sua pele, alcançou um sucesso extraordinário. Sua música é conhecida por quebrar barreiras raciais, visto que se trata do trabalho de um cantor afro-americano consumido por pessoas de todas as etnias e classes sociais ao redor do mundo.

Outro fator que justifica o consumo constante de celebridades pela sociedade americana citado por Hollander é a sede moderna por entretenimento. Esta é uma consequência da modernidade, que trouxe mudanças para a vida em sociedade e uma delas foi um controle maior de cada pessoa sobre o seu próprio tempo. Com a revolução industrial e a urbanização, muitas pessoas começam a trabalhar em fábricas, sob uma carga horária definida pelos seus superiores e a partir daí ocorre uma divisão entre tempo de trabalho e tempo de lazer. Este tempo livre então deve ser ocupado com alguma coisa, afinal, o tédio é desesperador e daí surge a sede moderna por entretenimento. “Esta sede é estimulada pelo alargamento do tempo discricionário, por padrões de vida mais elevados, o temor do tédio, o desejo de auto-realização nas atividades recreativas e aquilo a que se pode chamar a esperança de relações virtuais com celebridades” (HOLLANDER, 2011, p. 62-63). A celebridade então surge como *entertainer*, papel este que Michael Jackson, inclusive, desempenhava brilhantemente. Suas músicas, principalmente as dos álbuns *Off The Wall*, *Thriller* e *Bad* foram sucessos estrondosos, transitando facilmente entre os estilos *pop* e R&B; seus videocliques traziam elementos de *storytelling* que envolviam

o espectador e o vídeo de “Thriller” é considerado uma revolução na indústria musical; sua dança prendia o olhar do espectador por simular efeitos de movimentos que pareciam externos ao corpo humano. Todo o seu trabalho era propositalmente extraordinário e isso é visível no próprio filme “This Is It”. A partir daí pode-se entender parte do seu sucesso sob a visão da sede moderna por entretenimento, já que Jackson supria essa necessidade com destreza. Não só sua vida era fonte de entretenimento, mas seu trabalho também e ousou afirmar que este era a fonte principal, ao menos no que diz respeito aos anos áureos de sua carreira.

Partindo dessa mesma lógica, também pode-se parcialmente explicar o sucesso pós morte de um artista. Só porque a vida de uma celebridade chega ao fim, não quer dizer que a sede e a busca pelo entretenimento que ela gerava quando viva vá morrer junto com ela e, enquanto puder ser extraído material dessa celebridade, será. Além disso, a morte faz despertar um desejo por conteúdos do artista que antes do seu falecimento poderia estar até adormecido, como foi o caso de Jackson. Um *performer* com um legado tão importante para a história e a indústria musical deixa milhões de fãs para trás quando morre, fãs que consomem tudo o que genuinamente vier deste artista, independentemente de ele estar vivo ou não. O fato de estar morto pode até facilitar o processo de produção de conteúdo, visto que a indústria não precisa mais negociar com Jackson a respeito do que é produzido e como isto é disponibilizado para o público.

Outro fator explorado por Hollander para relacionar a cultura das celebridades à vida moderna é o declínio da comunidade, enfraquecimento das relações sociais e perda da noção de pertencimento. Com a urbanização e a formação da massa anônima, os laços que as pessoas mantinham umas com as outras em pequenas comunidades se perdem, e passamos a ser uma multidão sem rosto, desconectados entre nós. “Perante a escassez de relações cara a cara sustentadas e comunidades reais as pessoas procuram substitutos. A ‘identificação’ com uma celebridade (...) torna-se esse substituto.” (HOLLANDER, 2011, p. 77). Não conhecemos nossos vizinhos, mas sabemos tudo o que acontece na vida privada de celebridades e a constante interação através de diferentes meios de comunicação com esses artistas reforça uma espécie de conexão íntima mediada pela indústria do entretenimento, como já foi explicado anteriormente.

A celebridade é então completamente humanizada e é essa humanização que em parte nos atrai para seu consumo. Ao perceber que os artistas, que parecem tão elevados e distantes de nós também sofrem por amor, casam, divorciam-se, e cometem erros, nos conectamos com eles e encontramos um norte em meio à bagunça anônima da modernidade (HOLLANDER, 2011, p. 75), fazendo-nos sentir que não estamos sozinhos, já que existe outro ser humano

passando pelas mesmas dificuldades que nós. Assim, a celebridade é um espelho no qual projetamos nossas próprias questões e problemas, conectando-nos com ela, por isso consumimos tão avidamente sua vida privada e para isso sua intimidade é seu maior e mais rentável produto.

Adicionalmente, a celebridade também funciona como um pólo concentrador e conector de milhões de pessoas ao redor do mundo. Quando assistimos ao funeral de Jackson, transmitido internacionalmente e aberto ao público, nos conectamos com todos os presentes lá, estamos todos unidos por uma única sensação de luto, chorando pelo mesmo motivo. O fato de comunidades de fãs terem tanta força e sucesso é a sensação de união entre as pessoas, a conexão que a celebridade forja entre seres humanos que, sem ela, seriam completos desconhecidos. Segundo Hollander, essa identificação com a celebridade aparece para suprir a necessidade humana de formar laços, sentir-se parte de alguma coisa maior do que si mesmo. Daí explica-se o interesse tão curioso de várias pessoas a respeito da vida privada desses indivíduos. “O conhecimento de tais aspectos estabelece uma ligação – uma ligação aparente – entre as celebridades e as audiências; é uma informação que humaniza as celebridades” (HOLLANDER, 2011, p. 75), ajudando assim a “personalizar um mundo cada vez mais impessoal” (idem), nos livrando do constante desespero do anonimato.

Os dois fatores desenvolvidos acima são importantíssimos neste trabalho para explicar porque consumimos celebridades tão avidamente no mundo atual. Com os trabalhos de Mole e Hollander mais especificamente, podemos entender como nasceu isso que hoje chamamos de cultura de celebridade e concluir que se trata de uma construção social.

Já foram abordados brevemente tanto a celebridade quanto o fã neste estudo, com o objetivo de explicar o processo de formação do tripé celebridade-fã-indústria citado por Mole. Gostaria agora de perpassar um pouco alguns estudos sobre a indústria que fomenta o consumo constante desses artistas e que, a meu ver, desempenha um papel importantíssimo na alavancada da carreira de diversos artistas após sua morte.

2.3 INDÚSTRIA DE CELEBRIDADES

“Celebridades são criadas para gerar dinheiro” (TURNER, 2004, p. 34). Esta visão desmistificada basicamente resume o real propósito das celebridades no que diz respeito a um cenário geral e pode ser entendida da mesma forma com a qual os seriados e programas de TV que tanto amamos apenas existem para que haja comerciais durante seus intervalos. Dentro de

uma sociedade capitalista, celebridades nada mais são do que produto e, a meu ver, um produto brilhante visto que sua própria dimensão de produto é mistificada justamente para que possa gerar lucro e cumprir sua função. Sendo assim, a celebridade nega a indústria e a imprensa – aparelhos sem os quais ela jamais existiria – e utiliza constantemente um discurso de autenticidade, segundo o qual seu sucesso é fruto do próprio esforço e não o resultado de um *star system*.

É muito importante para o funcionamento da celebridade que o público não perceba a indústria por trás do indivíduo, pois isso desmascara a ideia de individualidade e destrói a conexão íntima do fã com aquele artista ao mostrar que aquele indivíduo é parte de uma produção massificada além de uma fonte abastada de lucro para si mesmo e grandes companhias. Quando essa desmistificação eventualmente acontece, o artista é alvo de críticas, como por exemplo o que aconteceu na edição de 2017 do festival de música Rock In Rio. Devido a um cancelamento de última hora do *show* da cantora Lady Gaga por questões de saúde, a banda Maroon 5 fez um *show* substituto no seu lugar, sendo que o grupo se apresentaria no festival no dia seguinte ao da substituição. A grande reclamação do público foi a de que o *setlist* das duas apresentações se manteve exatamente o mesmo, o que revelou a dimensão “massificada” do *show*, que já não se constituía mais de um momento único. É esse tipo de desmistificação que a celebridade e a própria indústria lutam contra, já que ambos se apoiam justamente na ideia de que o artista é autêntico e autônomo.

O fato é que a celebridade é um trabalhador cultural, pago pelo seu trabalho como qualquer outro, ao mesmo tempo em que é propriedade. Ou seja, em uma dimensão possui autonomia visto que se trata de um ser humano com as próprias aspirações, vontades, planos e desejos e em outra dimensão é propriedade de outros que ganham em cima de sua imagem e seu trabalho. Da mesma forma a indústria não possui a autonomia que teria se estivesse trabalhando com um produto objeto e deve negociar com a celebridade. Esta, por sua vez, nem sempre está de acordo com os interesses da indústria, mas também deve ceder a esses eventualmente se quiser ter sucesso contínuo (TURNER, 2004).

Aqui é importante observar que quando o indivíduo morre a dimensão autônoma se vai com ele, restando apenas a propriedade que se traduz nos direitos sobre seu trabalho. Apesar de muitas vezes boa parte desses direitos ficarem em posse da família, o falecimento do artista acaba tornando muito mais fácil servir aos interesses da indústria, já que esta não mais tem que encontrar suas vontades em conflito com as do indivíduo que promove e, uma vez em posse de apenas parte dos direitos, pode fazer com estes praticamente o que quiser. No caso de Michael

Jackson por exemplo, a empresa Sony gastou 750 milhões de dólares para comprar as ações do cantor de seus herdeiros, que hoje só possuem 10% das ações relativas ao *performer*²⁰.

A indústria da celebridade então lida constantemente com a eterna contradição da cultura de massa: produzir massificadamente produtos e conteúdos individualizados e personalizados (MORIN, 1962, p. 25-26). Como já foi explicado na seção anterior, um dos mecanismos que possibilitam isso é a hermenêutica da intimidade aliada a um discurso meritocrático. Além disso, existe uma eterna negociação da celebridade e das pessoas que trabalham para ela (agentes, empresários, produtores) com a indústria que a promove e por fim, dessas duas com a audiência, que é ativa e pode responder positiva ou negativamente ao que quer que lhe seja disponibilizado (FREIRE FILHO, 2007). Essa teia de negociações, dialéticas e contradições envolve todo o aparato industrial da celebridade e nos entrega esse produto como hoje o conhecemos, com o único objetivo de gerar lucros.

Dessa forma, não há freio que segure indústrias que possam lucrar em cima de celebridades com carreiras sólidas uma vez que estas já faleceram. Todo o aparato industrial e a lógica da celebridade continuam funcionando como se ela estivesse viva e dessa vez, sem um componente que muitas vezes ficava no caminho da produção: a própria celebridade. Estando morta, ela não pode barrar especulações de tablóides sobre sua vida privada; não pode escolher liberar ou não um *single*, ou assinar ou não um contrato, assim como não pode dirigir seus *shows* ou vídeoclipes. Tudo a partir da sua morte está nas mãos dos detentores de direitos sobre seu trabalho, que por vezes acabam se tornando as grandes corporações, ou seja, a indústria. Pode-se dizer que a morte da celebridade mais ajuda do que atrapalha o desenvolvimento de sua carreira, o que é uma contradição bizarra, mas não chocante se considerarmos que todo o aparato industrial desses artistas funciona à base da contradição. É claro que este processo não seria possível sem a existência da celebridade, mas é bastante interessante observar como a morte de uma figura pública é mais catalisador do que obstáculo a lucro e sucesso.

Seria também possível pensar que a constante e contínua produção de conteúdo atrelada a um indivíduo apesar de sua morte seria mais uma forma de desmascarar o lado padronizado e massificado da indústria da celebridade, mas curiosamente, diversas vezes essa prática reforça a lógica de autenticidade da celebridade em questão e trabalha de forma positiva para sua imagem. Ao invés desta situação específica ser vista como gravadoras e companhias ganhando dinheiro em cima do falecimento de um artista, o artista em si é então entendido como um

²⁰ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/03/1750087-sony-compra-parte-de-michael-jackson-em-empresa-de-catalogos-musicais.shtml>. Acesso em: 04 nov. 2017.

indivíduo autêntico e criativo, cuja produtividade não coube na própria vida e ficaria no escuro para sempre se não fosse a benevolente indústria, que disponibiliza este conteúdo misterioso para os fãs agora órfãos. A indústria aparece como o intermediário salvador entre a audiência e a celebridade e continua de certa forma operando segundo o tripé indústria-indivíduo-fã, mas, dessa vez, sem a presença física do indivíduo.

Mesmo quando esta situação é questionada, pouco ou nunca são levantadas questões éticas sobre o fato de empresas estarem lucrando às custas de um falecido, mas sim se a autenticidade permanece mesmo após a morte, como foi o caso de Jackson. Quando seu primeiro álbum póstumo, *Michael*, foi lançado houve a polêmica a respeito da voz nas músicas, se era mesmo Michael Jackson cantando²¹. Talvez por a produção póstuma de artistas ser uma prática comum – mas não menos bizarra –, questões de cunho ético e moral muitas vezes não recebam tanta atenção. Entretanto, a importância da autenticidade para o aparato da celebridade é tanta que, para o sucesso póstumo ser possível, é imprescindível que o que quer que seja produzido seja autêntico e verdadeiro.

O poder da indústria é tão grande que já chegamos ao ponto no qual sequer é necessário que exista uma celebridade de carne e osso para que esta faça sucesso, como é o caso do Japão e sua cantora virtual Hatsune Miku. Hatsune é um holograma em estilo de desenho mangá com voz criada a partir de sintetizadores vocais, que faz *shows* lotados e rende milhões aos responsáveis por sua criação e manutenção²². Seria Hatsune Miku o ideal da indústria de celebridade? Uma figura lucrativa completamente manipulável e à disposição dos desejos das grandes companhias, sem autonomia nenhuma? Acredito que não, posto que um dos fatores que mais sustenta a celebridade é a humanização e identificação que esta gera em seu público. Entretanto, é interessante observar os novos campos abertos pela tecnologia para a indústria fonográfica e a partir daí continuar nos questionando: o que isso diz sobre nossa sociedade, nossos anseios, necessidades e desejos? Que lacuna é esta que celebridades mortas-vivas e hologramas preenchem? O poder das grandes companhias cada vez mais toma formas antes sequer sonhadas ao mesmo tempo em que mistifica os próprios mecanismos de funcionamento, e é exatamente essa lógica mistificada combinada a avanços tecnológicos que permite o fenômeno abordado neste estudo. A necessidade de compreender os interesses e mecanismos utilizados pela indústria se faz então de máxima importância.

²¹ Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/02/filha-de-michael-jackson-diz-que-album-nao-tem-voz-do-cantor.html>. Acesso em: 04 nov. 2017.

²² Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2014/04/cantora-virtual-hatsune-miko-vai-abrir-shows-de-lady-gaga.html>. Acesso em: 04 nov. 2017.

2.4 MICHAEL JACKSON ENQUANTO CELEBRIDADE

Michael Jackson foi um *performer* que marcou para sempre a história da música. Inovou em seus trabalhos e desde pequeno viveu sob os holofotes, conquistando um nível de fama duradoura que é para poucos, principalmente na era da fluidez (BAUMAN, 2001) e da velocidade da informação. Considerado por muitos brilhante e polêmico ao mesmo tempo, esta figura controversa deixou para trás um legado que sobreviveu à sua morte e continua a deixar seus passos na indústria fonográfica atual, já com três álbuns póstumos lançados. Nesta seção desejo entender como Jackson se encaixava no papel de celebridade, ou seja, quais características desta cultura ele apresentava que o tornaram uma celebridade tão bem sucedida.

Se considerarmos toda a lógica da celebridade e tudo o que torna um indivíduo uma pessoa célebre, veremos que esta qualificação caía em Michael Jackson como uma luva, principalmente no que diz respeito ao quesito autenticidade. Segundo Turner, “toda a estrutura da celebridade é baseada na construção da personalidade individual” (2004, p. 37), sendo que a *star* possui uma imagem física altamente identificável, icônica e específica e toda celebridade busca essa especificidade. Se esta definição é algo inerente e imprescindível à celebridade, Jackson foi então durante toda vida a perfeita celebridade. Tudo em seu trabalho e vida gritava especificidade. Seu jeito de se vestir, seus penteados de cabelo, seus passos de dança ficaram imortalizados como características marcantes de um único indivíduo. O conceito de seus movimentos e coreografias era completamente específico, com fortes referências de Bob Fosse, nada menos que outro ícone bastante marcante na história da dança.

Sua voz era um ponto fora da curva desde sua infância. Quando era menor, se destacava pela voz aguda, melodiosa, precisa e cheia de harmônicos, tendo um domínio técnico vocal impressionante para um adulto, que dirá uma criança. Quando cresceu, sua voz ficou ainda mais diferente: Jackson se transformou em um tenor agudíssimo, de voz leve e alto alcance, coisa que raramente acontece com vozes masculinas, que durante a puberdade geralmente ficam mais graves. Ele não só manteve a voz aguda como desenvolveu em cima disso uma forma muito específica de cantar, com seus gritos e gemidos que se tornaram sua marca registrada. Para completar, seu guarda-roupa também era bastante diferenciado, com jaquetas coloridas, luvas brilhantes e sapatos pretos com meias brancas (outra referência de Fosse). Jackson desenvolveu em cima de sua imagem toda uma identidade icônica e bastante específica, que é, segundo Graeme Turner (2004), o objetivo de todo indivíduo que busca obter celebridade.

Outro motivo para Jackson desempenhar tão perfeitamente o papel de celebridade é o fato de se encaixar muito bem no paradoxo de Morin da indústria cultural “padrão-individualidade”, “burocrática-invenção” (MORIN, 1975, p. 26). Ao mesmo tempo em que era extremamente específico tanto no seu trabalho quanto na sua imagem, Jackson era um produto comercial, capaz de ser vendido a milhões de pessoas. Inovava com sua música misturando *pop*, *disco*, funk e *R&B*, transitando facilmente entre estes estilos ao mesmo tempo em que produzia trabalhos capazes de agradar a massa. Se Jackson fosse completamente fora do comum, provavelmente não teria sido o fenômeno que foi, mas o fato é que juntamente com a indústria ele foi capaz de ser ao mesmo tempo específico e comercial-padronizado. Seu trabalho seguia uma linha única, na qual se podia reconhecer a marca de Jackson. O cantor era o perfeito equilíbrio entre a linha de produção e a criatividade, pois criava dentro do padrão industrial da época. Um perfeito exemplo disso em sua carreira é o álbum *Off The Wall* (1979), que possuía uma forte presença do *disco*, estilo que viveu seus tempos áureos na década de 1970, linha que Jackson deixou de seguir em seus trabalhos seguintes sem perder sua identidade musical.

Além das características de sua produção artística, um componente da cultura de celebridades que Jackson possuía em abundância também era a vida pessoal escandalosa que torna muitos indivíduos famosos. Suas excentricidades – além de também serem extremamente específicas – eram um prato cheio para a imprensa. Como já foi explicado, a vida pessoal das celebridades é seu maior produto e muitas vezes fonte principal de fama. Jackson é um perfeito exemplo disso, pois apesar da grande expressividade de seu trabalho no mundo da música, sua vida foi alvo de um processo exponencial de grande exploração da sua intimidade por parte da mídia.

Como afirma Boorstin, “a celebridade é conhecida por ser conhecida” (1961, p. 57), ou seja, a personalidade e as ações de um indivíduo célebre tem como único objetivo mantê-lo na mídia. O importante é que a vida pessoal de uma celebridade seja capaz de entreter e a vida de Jackson certamente o fazia. Sua suposta síndrome de Peter Pan, suas cirurgias plásticas, o embranquecimento da pele, suas manias e atitudes excêntricas, as acusações de pedofilia e sua sexualidade indefinida, tudo isso era extremamente bizarro, chocante e possuía alta capacidade de entretenimento, tornando o *performer* uma celebridade no sentido boorstiniano do termo. Além disso, Jackson também funcionava segundo a lógica mistificada do aparato da celebridade quando negava a imprensa e reclamava dos tablóides, sendo que sem estes sua fama e reconhecimento não seriam possíveis. Essa atitude é mais um fator que o encaixa na qualificação de indivíduo célebre.

Aqui entramos em outro ponto interessante. Por ser esta figura tão diferente, excêntrica e distante, a vida pessoal de Jackson muitas vezes não funcionava como um espelho para a identificação dos indivíduos que consumiam sua celebridade, como é comum ocorrer com outros indivíduos célebres. Jackson, ao invés de ocupar o lugar da identificação comum ao das celebridades atuais, ocupava mais um lugar de projeção (MORIN, 1975), de distanciamento, que se devia às excentricidades de sua intimidade e também a seu trabalho. Ele era considerado um gênio, suas músicas, vídeos e *shows* estavam completamente acima da média, seu sucesso era acima da média. Seus passos de dança, assim como a tecnologia de seus *shows* eram mergulhados em uma certa magia que o envolviam de um caráter mais semi-olimpiano (MORIN, 1975) do que propriamente humano. Como pode uma pessoa deslizar sobre um palco? Como pode desafiar a gravidade com o próprio corpo? Ao mesmo tempo pode-se também perguntar: como pode um ser humano molestar uma criança? Como pode alterar a cor da própria pele? Tudo a respeito de Jackson o colocava neste lugar de projeção distante das pessoas comuns.

Estes são alguns dos fatores mais marcantes que caracterizam a celebridade e Jackson possui todos eles de forma bastante forte. Fica fácil entender então porque o *performer* conquistou um *status* de celebridade acima da média, bem como o lugar que ele ocupava em uma sociedade que consome esses indivíduos tão avidamente.

2.5 CELEBRIDADES: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

É interessante ver como foi possível, desde o nascimento da celebridade no período romântico até os dias de hoje, que esse fenômeno tenha se desenvolvido tanto, tomando conta da nossa rotina, do nosso dia-a-dia, do nosso consumo. É de suma importância entender os processos que fazem com que consumamos isso com naturalidade para poder compreender o que faz com que a produção póstuma de um artista alavanque sua carreira de forma tão inacreditável, que certas questões éticas e morais sejam pouco levantadas.

Entender o lugar de Michael Jackson dentro de uma sociedade consumidora de indivíduos célebres, por sua vez, é necessário para compreender o impacto que sua morte teve e as proporções gigantescas que esta tomou no cenário mundial. Sendo a perfeita celebridade inserida em um mundo que idolatra celebridades, faz sentido a comoção que seu falecimento gerou, assim como o apego dos fãs a seu trabalho e o conseqüente consumo contínuo de

conteúdo póstumo, principalmente se analisarmos este fenômeno sob a ótica dos processos discutidos aqui.

Ao longo deste capítulo, o lugar ocupado por Michael Jackson enquanto celebridade – em vida e após a morte – foi analisado à luz de teorias específicas a respeito da formação da cultura de celebridades. Esta análise objetiva um melhor entendimento dos processos que possibilitam um consumo tão forte da produção póstuma de artistas. Visando o mesmo objetivo, o capítulo seguinte analisará estes nossos hábitos de consumo à luz de certas concepções históricas sobre a morte no Ocidente, para melhor compreender o fascínio humano por esta. Acredita-se que este fascínio é a origem de diversos processos que possibilitam o tema estudado neste trabalho.

3. **BLOOD ON THE DANCE FLOOR: MORTE**

O funeral do cantor Michael Jackson, dono do título de Rei do Pop, foi um grande evento, que assim como a carreira e a vida do artista, marcou o mundo do entretenimento. Após um velório restrito à família e aos amigos íntimos do *performer* no cemitério Forest Lawn em Hollywood Hills, o corpo de Jackson foi levado em um caixão fechado para o Staples Center em Los Angeles, onde aconteceu o memorial público.

A cerimônia foi organizada pela prefeitura de Los Angeles e pela empresa AEG Live, também responsável pela turnê *This Is It!* que, devido à morte do cantor jamais aconteceu e foi transformada em filme. Mais de 17 mil fãs foram sorteados para assistirem ao velório que teve três horas de duração e foi transmitido por 18 canais de televisão. Estima-se que 31,1 milhões de espectadores norte americanos tenham acompanhado no dia sete de julho de 2009 o funeral que foi transmitido mundialmente²³.

Considerado bastante comovente, o memorial contou com performances emocionadas de artistas consagrados como Stevie Wonder, Lionel Richie, Jennifer Hudson, Mariah Carey, Usher entre outros. Além disso, houve depoimentos regados de lágrimas de artistas próximos ao cantor, como as atrizes Brooke Shields e Queen Latifah, além do pronunciamento de membros da família. Paris Jackson, filha de Michael Jackson, emocionou a todos com seu primeiro discurso público, aos prantos²⁴.

O fato de a morte de Jackson ter sido transformada em um grandioso espetáculo é bastante impressionante, entretanto nenhuma novidade. Celebidades como a princesa Diana, Elvis Presley e o ex-presidente norte-americano Ronald Reagan passaram pela mesma situação. Mais interessante ainda é o que vem *após* a morte desses indivíduos: o consumo ávido de tudo o que leve o nome ou a marca da celebridade falecida, além de investigações por parte da imprensa sobre a vida pessoal do morto. O ato de falecer parece não ser um empecilho à contínua atividade produtiva de pessoas como Jackson, que experimentam o que poderíamos chamar de uma vida midiática após a morte. Para entender melhor como isso é possível e quais conteúdos são produzidos no pós-morte de artistas, o presente capítulo busca compreender as raízes desse interesse tão grande pela morte de celebridades e como ele é expresso atualmente.

²³ Disponível em: <https://www.terra.com.br/istoegente/edicoes/514/artigo144078-1.htm>. Acesso em: 04 nov. 2017.

²⁴ Disponível em: <http://www.telegraph.co.uk/culture/music/michael-jackson/5772767/Michael-Jackson-memorial-service-daughter-Paris-pays-tearful-tribute.html>. Acesso em: 04 nov. 2017.

Dessa forma, o objetivo deste segundo capítulo é perceber não só os processos atuais pelos quais se dá a morte de celebridades, como também o que originou esses processos, sob uma perspectiva histórica. Sendo assim, busca-se entender as ressignificações pelas quais a morte humana passou ao longo do tempo e como essas mudanças encontram seus reflexos na nossa experiência atual em relação à ela. Durante a revisão da literatura, dois momentos históricos foram considerados cruciais para o objetivo deste trabalho: a Idade Média e a Modernidade. Por serem esses períodos a fonte de muitas das práticas contemporâneas em relação à morte, eles serão o foco e o ponto de partida das reflexões presentes neste capítulo.

3.1 IDADE MÉDIA E O “ALÉM” CONTEMPORÂNEO

Primeiramente, serão analisadas nossas atitudes contemporâneas em relação à morte à luz das consequências da época medieval e mais precisamente, à luz da religiosidade característica desse tempo. Para isso, será utilizado como base o trabalho de Renata Rezende Ribeiro (2009), que concebe o ciberespaço como espaço sagrado.

Ribeiro defende que ao lidarmos com a morte no ciberespaço, este se torna uma espécie de “além” contemporâneo, que funciona segundo um imaginário cristão secularizado. O desejo de dar sentido à nossa existência, alicerçado a um inconsciente marcado por concepções cristãs a respeito da morte é o que rege em parte nossa relação com o falecimento no ciberespaço, segundo a autora. Este capítulo defende que o consumo do pós morte de artistas funciona sob a mesma lógica, traçando paralelos com as conclusões de Ribeiro.

O ciberespaço como definido pela autora se configura como um lugar no qual a mortalidade é transcendida e a imortalidade é possível. Quando um ser humano falece, a vida construída por ele em, por exemplo, um *site* de rede social, continua ali. Considerando que o perfil é a representação daquele ser humano dentro das plataformas *online*, é como se ele permanecesse vivo naquele espaço (RIBEIRO, 2009). O mesmo ocorre com artistas que morrem e permanecem presentes em diversos lugares, como o rádio, a televisão, o cinema e, é claro, o ciberespaço. Seu trabalho e sua imagem continuam a circular nesses meios e assim eles transcendem a mortalidade, continuam a ser consumidos e mais importante: continuam a produzir. Tendo em vista este ponto em comum entre o ciberespaço e o consumo do pós-morte de artistas, a presente seção utiliza os conceitos de Ribeiro e os aplica ao caso estudado neste trabalho.

Durante a Idade Média, a Igreja foi o centro condutor da vida em sociedade e, sendo assim, as pessoas se comportavam e enxergavam o mundo através das crenças cristãs. Isto inclui a morte. Relegada à Igreja nos tempos medievais, a forma pela qual concebíamos e compreendíamos a morte nesta época estava imersa em um imaginário religioso. Este imaginário pregava que o ato de falecer nada mais é do que uma passagem para o “além”, onde a alma do ser humano viverá uma espécie de pós-vida espiritual. A morte, portanto, não era o fim e sim a transição para outra vida, imortal e superior à vida terrena (RIBEIRO, 2009).

Chega ao fim a Idade Média e ao longo de diversos processos e mudanças históricas que não cabem nos propósitos deste trabalho, a Igreja vai perdendo seu papel central na regência da vida social até chegarmos aos dias de hoje. Vivemos em uma sociedade que pode ser chamada de laica, na qual a Igreja perdeu grande parte de seu prestígio de detentora da verdade para a ciência e a razão. Em meio a um mundo agora descrente, a morte não está mais completamente sob o domínio da Igreja e encontra-se envolta não só em discursos religiosos, mas também médicos e científicos. Entretanto, a laicização da sociedade não significa um fim completo da influência do cristianismo, cujos ideais se secularizaram e continuam fortemente presentes no imaginário coletivo. A religião cristã ainda ocupa um papel muito importante na sociedade ocidental e conseqüentemente muitas de nossas ações e comportamentos podem ter como base os ideais desta religião, inclusive a forma com a qual lidamos com a morte. A ideia da existência de um “além”, de uma vida após a morte continua fortemente presente no imaginário coletivo, sendo um dos diversos resquícios da influência cristã na sociedade (RIBEIRO, 2009).

Por causa da necessidade de melhor compreendermos este evento tão misterioso que é a morte, segundo Ribeiro, muitas vezes utilizamos certos espaços como espaços sagrados (2009). Em outras palavras, imbuímos tais espaços de religiosidade. Focando no ciberespaço, a autora defende que a forma como o utilizamos tem como uma de suas bases o imaginário cristão e, ao lidar com a morte no mundo virtual, transformamos este espaço em uma espécie de “além contemporâneo”. Quando alguém falece no mundo físico, seu *profile* em redes sociais continua presente, e dada a importância que essas interfaces têm em uma sociedade completamente midiaticizada, é como se no ciberespaço aquela pessoa continuasse viva, imortalizada, circulando naquele universo (RIBEIRO, 2009). O ciberespaço então funciona em certos pontos como o “além” cristão, pois neste espaço é possível continuar presente mesmo após a morte e ali, por causa das plataformas virtuais, não é necessário um corpo para se existir. Além disso, trata-se de um território presente em diversos lugares e ao mesmo tempo em lugar nenhum, posto que quando o computador é desligado, ele desaparece, mas continua presente ao

mesmo tempo. Essa onipresença também aproxima o mundo virtual da concepção cristã de espaço sagrado (RIBEIRO, 2009).

Apesar de Ribeiro focar seu estudo em comunidades e perfis em *sites* de redes sociais, os conceitos trabalhados pela autora serão aqui estendidos para o consumo póstumo de artistas e os espaços utilizados por este. Estes lugares não são apenas virtuais – plataformas de *streaming*, redes sociais, *websites*, e etc. – mas também físicos, como o rádio, o cinema, a televisão, revistas, entre outros. Os intermediários do consumo da produção póstuma de artistas também funcionam como espaços sagrados, sendo não só, mas também o reflexo de um inconsciente coletivo marcado pelo cristianismo. Através desses intermediários, artistas falecidos vivem uma espécie de vida após a morte em função dos vivos. Quando Jackson continua presente como artista, lançando *singles*, videoclipes, filmes e material novo por intermédio da indústria, é como se o rádio, as plataformas de *streaming*, a televisão e o cinema fossem o “além” habitado por ele após sua morte. Sagrados são todos os espaços que Jackson ocupa enquanto artista falecido, visto que, neste estudo, a presença póstuma deste artista neles é justamente o que os sacraliza.

A autora parte do pressuposto que diversos espaços ocupados e construídos pelo homem, sejam eles físicos, imaginados, reais, materiais ou virtuais, surgem a partir do desejo humano de encontrar uma resposta ao “dilema de localizar o corpo e alma e, assim, talvez, (...) encontrar sentido para a morte” (RIBEIRO, 2009, p. 2). Esta hipótese é bastante interessante, visto que apresenta também como motivador para as ressignificações da morte no espaço virtual, não só construções sócio-históricas, mas também uma questão existencial humana que já data de muitos anos: o sentido da mortalidade e o desejo de transcendê-la.

Ribeiro defende que todo espaço possui uma história responsável por sua criação, e a forma como utilizamos e concebemos a morte dentro do ciberespaço é fruto de um imaginário cristão que se assentou em nosso pensamento e teve seu auge no período medieval. A crença cristã de que a morte não é o fim da vida e sim o início de uma jornada ao paraíso (WERTHEIM, 2001 *apud* RIBEIRO, 2009) é o que nos faz utilizar o mundo virtual também como uma forma de transcender a mortalidade humana. Sendo assim, o ciberespaço torna-se uma forma de “além” contemporâneo, torna-se a nossa forma atual de subjetivamente ultrapassar a morte e alcançar a imortalidade numa tentativa de dar sentido à nossa existência. Isto só ocorre porque essa percepção deriva de uma religião que acredita na ressurreição, e por isso tem como grande preocupação o futuro de nossa alma após a morte e o lugar que esta ocupará. Para a autora, atualmente este lugar é o ciberespaço. Em outras palavras, nosso comportamento é regido a partir de um imaginário coletivo moldado parcialmente por anos de cristianismo, que construiu

“o laço entre o espaço do corpo e o espaço da alma” (RIBEIRO, 2009, p. 6). O motivo de criarmos espaços sagrados em uma contemporaneidade descrente é “uma forma de estabelecermos conexões com o mundo que não conseguimos compreender, mas também é uma forma de habitar esse mundo” (RIBEIRO, 2009, p. 8).

O mesmo que se diz do ciberespaço pode ser aplicado aos espaços ocupados por artistas após sua morte. A televisão, o rádio, o cinema e a Internet, ao transmitirem conteúdo de e sobre Jackson, tornam-se o ponto de contato entre os vivos com o *performer* falecido. O que é mais interessante no caso aqui estudado é o fato de que, para a grande maioria dos fãs e dos consumidores em geral, a única forma de contato possível com Jackson – e com celebridades em geral – foi e é através desses meios. Era através do rádio e/ou da Internet que ouvíamos suas canções, através da televisão que víamos seus videoclipes, através de revistas que líamos notícias a seu respeito, quando ele estava vivo. À exceção de *shows*, a sua morte praticamente não altera a forma pela qual entramos em contato com a celebridade e seu trabalho. Então, quando continuamos a ver e ouvir Jackson através dessas plataformas após a sua morte, é como se ele ainda estivesse presente, quase como se não tivesse morrido e o fato de ainda serem produzidos conteúdos novos do *performer* reforça bastante essa sensação. É neste ponto que os espaços ocupados por Jackson, assim como o ciberespaço definido por Ribeiro, também ocupam este lugar de “além” contemporâneo, transcendendo a mortalidade do cantor e fazendo-o ainda influente na vida dos consumidores.

Além disso, o desejo imbuído de religiosidade de estabelecer canais de comunicação com o pós-morte para melhor compreender nossa existência (ELIADE, 1992 *apud* RIBEIRO, 2009) também encontra expressão no consumo de conteúdo póstumo de artistas falecidos. Quando as vendas de Jackson aumentam consideravelmente, quando seus *singles* voltam ao topo das paradas, quando, por causa de sua morte, o artista torna-se mais uma vez o centro das atenções de todos os meios de comunicação de massa, isso é, não só, mas também o reflexo de um desejo humano de melhor entender a morte e talvez transcendê-la. Fazer Jackson estar mais presente em nossas vidas após sua morte é uma forma de nos aproximar deste universo desconhecido e fascinante chamado de “além”, cuja concepção o cristianismo deixou impressa em nosso imaginário.

Ao consumir o pós-morte de Jackson, buscamos entre outras coisas, dar sentido à nossa própria existência. Neste caso, os canais de comunicação estabelecidos são as plataformas através das quais temos acesso ao conteúdo de Jackson. Tais espaços funcionam como uma “linha” que separa e ao mesmo tempo conecta morte e vida. De um lado, encontra-se o artista morto, do outro estão os fãs e consumidores do conteúdo deste artista. Na “linha”, estão a

indústria e os espaços ocupados tanto por ela quanto pelo próprio artista: o rádio, o ciberespaço, o cinema, a televisão, que fazem, graças à indústria, o intermédio entre a vida e a morte, aproximando artistas como Jackson de seu público. Estabelecem-se aí os canais de comunicação. Adicionalmente, é interessante perceber como os espaços midiáticos aqui citados passam a ocupar um lugar sagrado após a morte de um artista. Antigamente, os principais espaços de contato com uma espécie de plano superior eram lugares como a Igreja ou o cemitério. Na contemporaneidade, graças aos avanços da tecnologia e a transformação nas mentalidades, espaços midiáticos também passaram a ser um ponto de contato dos vivos com os mortos.

Além das questões supracitadas, depreende-se do trabalho de Ribeiro que nos é confortante pensar que a morte não é o fim da vida, por conta do imaginário cristão e do próprio mistério no qual a morte está envolta. Apesar de quisermos nos aproximar do “além” para melhor entendê-lo, a morte nos assusta e logo, a ideia de permanecer presente após o falecimento, da forma que for, nos acalenta.

Esta lógica de pensamento também encontra eco no consumo do pós morte de artistas. Quando Jackson morre e ocorre uma produção em massa de conteúdo póstumo seu, isto gera dois tipos de conforto para os consumidores: a sensação de que aquele artista tão amado continua presente de alguma forma, pois seu “corpo digital” continua a circular no mundo dos vivos; e a crença de que a vida de um ser humano – e logo, a nossa própria vida - não é em vão e não encontra seu fim absoluto com a morte. Uma evidência clara deste desejo de que ele continue presente entre nós são as teorias de fãs²⁵ sobre uma conspiração para fraudar sua morte e a crença de alguns de que ele continua fisicamente vivo. Mantê-lo “vivo” e produtivo, além de gerar lucro para os detentores de seus direitos, cria um conforto para os consumidores por ser uma forma de imortalizar a vida de um ser humano e, logo, nossa própria vida. Enquanto Jackson continuar produzindo após sua morte é como se ele não estivesse morto de fato, posto que supostamente continua a verter sua subjetividade em material artístico.

Além disso, se é tão importante para a sociedade ser capaz de transcender a mortalidade, “a questão do corpo torna-se fundamental” (RIBEIRO, 2009, p. 6). Por conta da vulnerabilidade e fragilidade de nosso corpo é que nós morremos. Se conseguirmos ultrapassar os limites corporais – de acordo com a concepção cristã de separação entre corpo e alma – alcançaremos a imortalidade e é por isso que o mundo virtual obtém tanto sucesso na fluidificação das

²⁵ Disponível em: <https://mundoestranho.abril.com.br/cultura/teoria-da-conspiracao-michael-jackson-esta-vivo/>. Acesso em: 04 nov. 2017.

barreiras entre a vida e a morte. No ciberespaço, não é necessário um corpo físico para que ali se possa transitar. Basta um *login* e uma senha e, naquele ambiente, um ser humano se faz presente da forma que bem entender sem precisar de um corpo físico. Naquele lugar, o indivíduo coloca todas as suas informações pessoais e profissionais e torna aquele *profile* uma representação fiel de quem ele é, para si e para os outros. Ao menos assim concebemos os perfis em *sites* redes sociais atualmente. Quando este indivíduo morre, seu corpo se vai, mas sua identidade representada naquele espaço fica e, de certa forma, no ciberespaço ele permanece vivo.

Com artistas este processo é potencializado, visto que estes ao morrerem não deixam para trás apenas seus rastros em perfis de *sites* de redes sociais. Eles deixam todo um legado de músicas, videoclipes, entrevistas, trabalhos e projetos inacabados. Todo este material continua circulando em diversas plataformas midiáticas que não se restringem apenas ao ciberespaço e assim eles continuam presentes em vários espaços midiáticos e não só no mundo virtual. Desta forma, sem seu corpo o artista permanece vivo após sua morte, pois a porta de entrada para sua identidade e intimidade, que é o seu trabalho – e neste ponto remontamos à questão da *hermenêutica da intimidade*, na qual o trabalho de um artista é reflexo total de sua subjetividade – continua presente e circulando. Isto é bastante interessante tendo em vista que o principal produto de uma celebridade – a sua intimidade – continua de certa forma circulando e sendo consumido (MOLE, 2007).

O único empecilho a esta produção continua de subjetividade seria a ausência da própria celebridade, mas graças à hermenêutica da intimidade esta barreira consegue ser transposta e a partir do lançamento de novos trabalhos póstumos, um *performer* como Jackson continua a disponibilizar conteúdo recheado de sua própria subjetividade. E isso só quando levamos em conta o trabalho lançado após a morte da celebridade e não as descobertas póstumas sobre sua vida pessoal, que continua a ser investigada pela imprensa e disponibilizada para o público. Pode-se até dizer que a indústria encontra menos dificuldades para investigar e especular sobre a vida de uma celebridade morta justamente porque a pessoa falecido não está mais presente. Não pode então impedir nem se defender dos avanços da imprensa e sua vida é contínua fonte de entretenimento mesmo após sua morte.

Novos trabalhos permanecem sendo lançados, como é o caso de Jackson e de muitos outros, ou seja, mesmo morto aquele artista continua a produzir. Sendo assim, se a produção de um artista é vista como fruto direto de sua identidade, autenticidade e subjetividade e este continua produzindo mesmo depois de morto, é como se ele estivesse vivo, pois sua essência, sua identidade se mantém presente de formas novas e diversas. Graças aos avanços da

tecnologia, é possível hoje então que muitos artistas transcendam o limite do corpo e permaneçam vivos enquanto artistas produtores de conteúdo. Claro que o tempo desta pós-vida depende bastante da quantidade de material deixada pelo artista em questão antes de morrer e da dimensão do sucesso que ele alcançou em vida. No caso de Jackson, este já lançou seu terceiro álbum póstumo²⁶.

Outros fatores que aproximam o ciberespaço de um lugar sagrado podem ser estendidos aos espaços ocupados por artistas após sua morte. Segundo Ribeiro, o mundo virtual é o novo local do espírito, pois ali o corpo não é necessário e funciona então como o novo “além cristão medieval, onde a alma viveria em um espaço infinito, fora do tempo” (RIBEIRO, 2009, p. 7). Um dos fatores que gera essa aproximação é a ilusão corporal causada pelo universo virtual, já que apesar de dispensar a matéria, graças a recursos como sons, imagem, texto e movimento, o ciberespaço cria uma ilusão de materialidade. Esta ideia é muito interessante quando a aplicamos a algo que está se tornando cada vez mais comum no mundo do entretenimento atual: os *shows* com hologramas de artistas falecidos, como inclusive foi o caso de Jackson em uma apresentação na premiação Billboard Music Awards do ano de 2014²⁷. Muitas vezes é o caso de grandes quantidades de pessoas pagam para assistir a um holograma, uma imagem tridimensional gerada por computador, apresentar-se como se fosse aquele artista. Graças à tecnologia, a vivência de assistir à *performance* de um artista falecido pode ser recriada, e apesar de os consumidores saberem que se trata de uma ilusão, usufruem desta experiência para que possam ter uma sensação próxima ao que seria ver de fato aquele *performer* se apresentando. A ilusão de materialidade gerada por computadores é tão forte que se assemelha à experiência material real.

Outro fator que contribui para a condição sagrada do espaço virtual é sua aparente ausência de limites (RIBEIRO, 2009). Nas palavras da autora, temos “a impressão de estarmos imersos em um espaço infinito – não que ele não tenha fim, mas porque não conseguimos ver o fim” (RIBEIRO, 2009, p. 7). Além disso, as regras do mundo físico diferem das do mundo virtual. Segundo Michael Heim (*apud* WERTHEIM, 2001, *apud* RIBEIRO, 2009, p. 7), por conta da ausência do corpo, experimentamos uma espécie de liberdade no ciberespaço, visto

²⁶ Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2017/09/11/interna_diversao_arte,624934/album-postumo-de-michael-jackson.shtml. Acesso em: 04 nov. 2017.

²⁷ Disponível em: <https://diversao.r7.com/pop/musica/holograma-permite-show-de-michael-jackson-no-billboard-music-awards-veja-a-performance-13062017>. Acesso em: 04 nov. 2017.

que as fronteiras geográficas de tempo e espaço não se aplicam no espaço virtual e tudo se torna muito mais fluido.

Esta característica do ciberespaço também pode ser estendida aos muitos espaços ocupados por um artista falecido. Neste caso, todos os limites que poderiam existir são ultrapassados, visto que a grande barreira que seria impeditiva à produção de um artista seria a ausência do próprio artista. Entretanto, graças aos avanços da tecnologia, assim como no ciberespaço, a falta do corpo atualmente não é um impedimento à produção contínua. É como se os rádios, as plataformas de *streaming*, a televisão e é claro, a Internet fossem todos espaços sagrados, pois estão tornando o impossível possível: mesmo após a sua morte, Jackson – e muitos outros – continuam a se fazer presentes e relevantes na indústria do entretenimento.

Portanto, a partir das características explicitadas acima percebe-se que os espaços midiáticos hoje operam como o novo “além” medieval cristão e é justamente este seu caráter sagrado que orienta em parte a forma como consumimos o pós-morte de artistas. Esta é uma razão importante por trás dos processos estudados neste Trabalho de Conclusão de Curso, que investiga a forma como lidamos com a morte no universo tecnológico no qual estamos imersos atualmente. Pode-se dizer que os avanços tecnológicos foram e são em grande parte motivados por este desejo do homem de transcender a morte. Utilizando métodos científicos, tentamos cada vez mais nos aproximar do desconhecido e do sagrado. É essa experiência que buscamos quando consumimos os produtos póstumos de artistas: queremos nos aproximar deste mundo tão misterioso e assustador que há anos assombra a humanidade, aquilo a que, graças a concepções cristãs secularizadas, é chamado de “além”.

Em algum lugar, acreditamos que ao ouvir a voz de Michael Jackson nos vocais de uma nova música ou ao assistir a um *show* do holograma de um artista morto, estamos mais perto deste universo desconhecido, tornando-o assim minimamente mais familiar a nós. Dessa forma, nos colocamos mais próximos da resposta ao mistério de nossa existência. Ribeiro expressa isso muito bem quando diz que “a funcionalidade do espaço sagrado é o fato de que ele proporciona abertura para o contato com o transcendente” (RIBEIRO, 2009, p. 9). Além disso, ao consumirmos a produção póstuma de Jackson, é como se ele não estivesse morto e essa ideia nos conforta pois ameniza o medo de que a morte seja o fim definitivo da vida de um ser humano, resultando em uma ausência de propósito existencial.

Outro ponto interessante é o fato de que a intimidade e a subjetividade de um artista continuam a ser produzidas e consumidas após a sua morte, desta vez sem a interferência da celebridade nos avanços e especulações da indústria. Seu maior e mais comercial produto, que é sua vida pessoal, transcende a duração de sua vida biológica e continua a servir de alimento

a uma sociedade sedenta por celebridades. Após falecer, a celebridade vive a própria vida pessoal em um “além” mediado pela indústria, vendendo seu trabalho e sua vida privada, que, graças à hermenêutica da intimidade (MOLE, 2007), acabam por se tornarem a mesma coisa.

Estas são algumas das consequências do imaginário cristão na forma como consumimos a morte de artistas atualmente. Agora, passaremos para o segundo momento histórico que orienta as reflexões deste capítulo: a Modernidade.

3.2 MODERNIDADE: MORTE NA ESFERA PRIVADA

As concepções sobre a morte que emergem no período moderno são de grande importância para este estudo pois, além de, assim como ocorre com a Idade Média, serem em parte responsáveis pelas concepções de morte que temos hoje em dia, este período particular levanta questões curiosas a respeito do consumo da produção póstuma de artistas. Como base, foi utilizado o trabalho “A visibilidade da morte e a perversão no caso Cristiano Araújo”, das autoras Letícia Cantarela Matheus e Eliane Tadeu da Silva Belleza, e as questões aqui levantadas serão analisadas à luz do trabalho de Matheus e Belleza. As autoras fazem uso em parte da perspectiva de Ariès (1977) e Elias (2001) de que é justamente na transição para a modernidade que há uma tentativa de transferir a morte da esfera pública para a esfera privada. Ocorre o que é chamado de formação de uma concepção e sensibilidade modernas para com a morte:

Observando o fenômeno de longa duração (BLOCH, 2001), sabe-se que fez parte do processo de entrada na Modernidade o trabalho de envio da morte para a esfera privada (VOVELLE, 1987) e de ordenamento do território urbano, separando mortos dos vivos, como parte da sanitização das cidades na Europa, como mostrou Foucault (1995) (BELLEZA; MATHEUS, 2016, p. 255).

Segundo as autoras, neste período, cada vez mais discursos jurídicos e médicos tomaram conta da morte, apesar de a Igreja ainda disputar o domínio sobre ela. Menos explicações mágicas e religiosas tomavam conta do fenômeno, em detrimento de mais explicações científicas. A morte também deixou de ser um evento público e rotineiro como o era na Idade Média – devido a guerras e violência constantes e rotineiras - para ir aos poucos para a esfera privada, posto que cada vez mais a Europa passava a viver períodos longos de paz. Claro que este processo civilizador não banuiu completamente a morte da esfera pública, posto que podemos ver facilmente sua presença nos noticiários espetacularizados e violentos em nosso

dia-a-dia. Também é interessante observar esse ideal de privacidade da morte ocidental no valor que atribuímos aos hospitais, considerados templos da boa morte no ocidente. Enquanto na Idade Média a morte acontecia em casa na forma de um ritual público, nos hospitais isto muda completamente. Ali o ser humano é medicado para evitar dor e sofrimento ao mesmo tempo em que se encontra em um ambiente limpo e isolado, longe dos parentes para “morrer assepticamente e sozinho” (ELIAS, 2001 *apud* BELLEZA; MATHEUS, 2016, p. 255).

Por que esta característica da transição para o período moderno é tão importante e recebe tanto destaque neste trabalho? Porque junto a esta a tentativa não tão bem-sucedida de mandar a morte da esfera pública para a esfera privada existe um discurso moralizante da boa morte ocidental que predomina no imaginário coletivo contemporâneo. Este discurso defende que o falecimento de alguém é um acontecimento que merece respeito e um momento íntimo que só deve ser compartilhado com os parentes e amigos mais próximos (BELLEZA; MATHEUS, 2016).

As autoras, entretanto, destacam que apesar de este pensamento orientar uma série de atitudes nossas em direção à morte, ele encontra sérias contradições em algumas de nossas práticas mais atuais. Segundo elas, ao mesmo tempo em que emitimos este discurso, parece existir uma espécie de voyerismo potencializado por redes como Facebook e Whatsapp, além do uso de aparelhos celulares e a presença constante da internet na vida pública e pessoal dos indivíduos. *Nudes*, filmes eróticos caseiros e até vídeos de morte – como foi o caso do cantor sertanejo Cristiano Araújo, que teve vídeos seus em momentos pré e pós falecimento vazados e viralizados em diversas redes sociais (BELLEZA; MATHEUS, 2016) – são assistidos, repassados e compartilhados por diversos usuários em massa, sendo que, quando essa mesma prática é feita por veículos jornalísticos e pela mídia em geral, é criticada e considerada “apelativa” e “sensacionalista”. Essa crítica vem justamente da crença de que a morte é um evento íntimo, o que gera um discurso moralizante a respeito da exposição midiática da morte alheia, discurso este que entra em conflito com as práticas de usuários que, ao compartilharem e produzirem vídeos expositivos da morte de figuras anônimas ou públicas, “dão vazão a seus impulsos perversos” (BELLEZA; MATHEUS, 2016, p. 254).

3.3 MORTE DE CELEBRIDADES

Que conclusão então pode-se tirar deste cenário? Existe toda uma concepção de morte íntima e isolada, tida como a “forma moralmente correta de morrer” – se é que isso existe – que

coexiste com um comportamento completamente contraditório por parte tanto da indústria quanto da massa: *morte nos é vendida e morte nós consumimos*. Isto se aplica tanto a noticiários sobre tragédias e sobre a morte de pessoas até então anônimas para o grande público quanto para o frenesi midiático que ronda a morte de celebridades.

Entretanto nestes dois casos encontramos mais uma contradição interessante: enquanto a mídia é geralmente criticada por exibir noticiários sangrentos e sensacionalistas a respeito das mortes violentas de pessoas anônimas, esta prática de publicização da morte parece ser mais aceita quando se trata de celebridades. É claro que geralmente, figuras públicas não tem suas entranhas expostas em rede internacional, mas ainda sim sua morte, mais do que a de qualquer pessoa, consiste em um evento público, como foi o caso do funeral de Jackson. No que diz respeito ao velório do *performer*, este discurso moralizante foi reproduzido pela atriz Liz Taylor, grande amiga do cantor, que não compareceu ao memorial e escreveu em seu twitter:

Não acredito que Michael gostaria que eu dividisse meu sofrimento com milhões de pessoas. O que eu sinto é entre nós. Não um evento público. Eu disse que não vou ao Staples Center e eu realmente não quero me tornar parte disso. Eu o amo muito. Meus sentimentos vão para Katherine (mãe do cantor) e para seus filhos amados²⁸.

Mais do que a exibição da morte em si, existe todo um mercado na indústria fonográfica que experimenta um pico de vendas após a morte de um artista. Pouco tempo depois do falecimento, biografias são lançadas, filmes são produzidos, novas descobertas sobre a vida do falecido são feitas, projetos inacabados do próprio artista são administrados e levados à público. A morte de uma celebridade a coloca em total evidência e ela se torna o foco da atenção midiática, principalmente se for um indivíduo de proporções globais como Jackson. Pouco se questiona sobre o motivo por trás dessa produção em massa, que é a morte do produtor, mesmo com a existência de um discurso que prega o respeito pelos mortos. Consumimos a produção póstuma de um artista, sem que ele esteja presente para defender ou para se responsabilizar pela própria produção. Suas posses são administradas por outros e nós possibilitamos que isso aconteça ao consumirmos esse conteúdo. É interessante perceber como esta prática entra em contradição com o discurso moralizante que prega o respeito pelos falecidos.

Em outras palavras, apesar de ser considerado correto e respeitoso ter uma morte privada exposta apenas a parentes e amigos, essa regra parece não se aplicar a celebridades, que têm seu falecimento partilhado com os milhões de espectadores que acompanham sua vida. Mais que isso, sua morte é transformada em mercadoria, visto que ela impulsiona um consumo quase

²⁸ Disponível em: <https://www.terra.com.br/istoegente/edicoes/514/artigo144078-1.htm>. Acesso em: 04 nov. 2017.

frenético de produtos do falecido e possibilita que ele continue produzindo. Por exemplo, como já foi dito, a morte de Jackson foi responsável pelo fim de suas dívidas. Tudo isso parece contradizer o posicionamento de respeito frente à morte defendido pelo senso comum.

Uma razão por trás dessa contradição é a própria condição de celebridade, que já foi esgarçada no primeiro capítulo. O produto vendido por uma celebridade é sua vida, que deixa de ser apenas sua e vira produto comprado e consumido pelos fãs (TURNER, 2004). Por definição, a intimidade de uma celebridade é e precisa ser pública para que a indústria a seu redor funcione propriamente. Ou seja, apesar de existir um discurso que condena a exibição pública da morte por parte da mídia, esta crítica realmente não se aplica às celebridades, que têm suas mortes exibidas para o mundo inteiro. Pouco se questiona sobre o fato de o funeral de Jackson ter sido transformado em uma espécie de tributo-*show*, assim como pouco se estranha os diversos álbuns póstumos lançados pelo cantor. Como as celebridades já levam uma vida que constantemente mistura as fronteiras do público e privado, faz sentido que sua morte ocupe o lugar de um evento público acessível a todos. Mesmo assim é interessante perceber como essa prática entra em contradição com o discurso emitido comumente pela massa. Em outras palavras: a morte é um acontecimento íntimo e privado e deve permanecer assim para que não haja desrespeito em sua direção. A não ser, é claro, que você seja uma celebridade.

A verdade é que a morte de um indivíduo célebre ser um evento público e não privado é algo completamente naturalizado em nossa sociedade. Não só o artista Michael Jackson, mas diversos outros casos podem ser usados como exemplo para ilustrar essa realidade, como o da atriz e cantora Lea Michele, estrela do seriado *Glee* (Fox, 2009). Após a morte aos 31 anos por overdose de seu noivo e co-estrela no mesmo programa, o ator Cory Monteith, ela pediu à indústria que lhe desse privacidade durante seu período de luto²⁹. Segundo o discurso ocidental moralizante que reina sobre a morte, este pedido sequer seria necessário pois seria óbvio que a privacidade lhe deveria ser dada. Entretanto, o pensamento é invertido quando se trata de celebridades por não haver de fato uma divisão entre o que é público e o que é privado na vida dessas pessoas. Outro exemplo mais grotesco é o caso do vídeo viral do corpo do cantor Cristiano Araújo durante a preparação para o sepultamento em uma clínica de tanatopraxia descrito por Barbosa (2004 *apud* BELLEZA; MATHEUS, 2016, p. 261):

Dois técnicos da clínica participam do vídeo: um homem, que manipula o corpo morto do sertanejo, e uma funcionária, que filma a ação. Num determinado momento, a mulher vira o celular para si e enquadra o rosto na gravação e, aos risos, pede ao

²⁹ Disponível em: http://www.purepeople.com.br/noticia/depois-da-morte-de-cory-monteith-a-namorada-lea-michele-pede-privacidade_a7260/1. Acesso em: 4 nov. 2017.

colega para acenar um “tchauzinho” para a câmera. Como se aquela morte fosse uma cena pública, um ato público (BARBOSA, 2004 *apud* BELLEZA; MATHEUS, 2016, p. 261).

A forma natural e despreocupada com a qual esses dois funcionários tratam o corpo de uma celebridade falecida é um perfeito exemplo de como nos é natural que a vida e a morte dessas pessoas nos pertença e deva ser compartilhada com outros. A ação de gravar um vídeo deste tipo não é percebida como um ato de desrespeito pelos responsáveis justamente por se tratar de uma celebridade. Não é um ser anônimo que faleceu de forma violenta, mas sim um indivíduo famoso cuja vida é de domínio público. A lógica é que tal ação não é desrespeitosa, mas sim natural, da mesma forma que nos é natural ouvir a voz de Jackson após sua morte ressoar no rádio em novos *singles*. Nos é quase inquestionável que o material desconhecido deixado por um artista após sua morte venha a público, porque concebemos e consumimos a vida das celebridades como algo que pertence mais a nós do que a elas mesmas. A naturalização dessas práticas faz com que questionamentos éticos fiquem em segundo plano, justamente por estarem naturalizadas no imaginário coletivo.

Além disso, dentro deste universo da morte de celebridades, há que se considerar um fator muito importante: o fã. Este se destaca dos outros espectadores justamente por sua condição de fã. Por ocupar este lugar, esta pessoa cultiva uma relação íntima com a celebridade que funciona segundo a hermenêutica da intimidade. O fã forja, com a ajuda da indústria, conexões íntimas com seu ídolo que lhe são extremamente reais, o ídolo ocupa um lugar importantíssimo na vida do fã e é alvo de sua admiração, desejo e amor. Para os fãs, a morte da celebridade é algo extremamente doloroso, pois sentem que perderam um ente ou amigo muito próximo, o que os faz perceber este evento como algo do qual é natural que participem. Os fãs então se sentem como parte do cortejo íntimo que cerca uma celebridade na hora da morte (BARBOSA, 2004 *apud* BELLEZA; MATHEUS, 2016). Além disso, fazer parte deste cortejo pode até ser desejado pelo fã, visto que isto reafirma sua intimidade com o ídolo segundo a crença de que o momento de luto deve ser só compartilhado entre as pessoas mais próximas do falecido.

Entretanto, apesar da naturalização do caráter público que a morte de celebridades possui em sociedade, não se pode perder de vista a contradição entre discurso e atitude mencionada mais cedo, que encontra sua maior expressão quando falamos em celebridades. Principalmente no que diz respeito ao fã, pois sua intimidade com o ídolo se trata de uma via de mão única, visto que a celebridade em geral não conhece de fato a maioria dos seus fãs. Além disso, a transmissão internacional do funeral desses indivíduos – como foi o caso de

Jackson – não diferencia os fãs dos espectadores gerais, o que significa que a morte de celebridades está ali, exposta, pública para quem quiser ver, ao mesmo tempo em que um discurso moralizante classifica a morte como um evento íntimo e discreto. O memorial de Jackson não apenas foi transmitido em diversas redes televisivas como foi também aberto ao público³⁰ e entradas foram sorteadas para mais de dezessete mil pessoas, lotando o local do tributo. Além disso, foi transformado em um *show*, ou seja, o que segundo os ideais da “boa morte ocidental”, deveria ser uma ocasião sóbria e privada, virou uma grande fonte de entretenimento, contando com apresentações de artistas como Mariah Carey, Usher e Lionel Richie³¹.

Esta contradição entre discurso e atitude é bastante interessante para percebermos o quanto ainda temos dificuldade em lidar com a morte, justamente por ser esse acontecimento inexplicável que coloca em cheque o sentido da existência humana. O fato de consumirmos a produção póstuma de artistas falecidos pode ser uma tentativa de melhor compreender algo que até hoje parece incompreensível para a humanidade. Quando nos interessamos mais por Jackson por causa da sua morte e consumimos tudo o que este artista produz depois de morto, podemos estar tentando preencher de significado este acontecimento que nos atormenta. Como já foi dito, talvez queiramos dar sentido à morte do outro como uma forma de dar sentido à nossa própria morte, talvez consumamos a produção póstuma de artistas para nos aproximarmos do suposto “além” que este indivíduo ocupa e que nós, um dia, talvez ocupemos. Afinal, como disse o escritor e dramaturgo Ariano Suassuna em sua obra “O Auto da Compadecida”, a morte é “o único mal irremediável, aquilo que é a marca do nosso estranho destino sobre a terra, aquele fato sem explicação que iguala tudo o que é vivo num só rebanho de condenados, porque tudo o que é vivo, morre” (SUASSUNA, 2005, p. 113).

Matheus e Belleza também destacam o consumo da morte como uma forma de criar laços e se identificar com o outro. “Em última instância, a experiência da morte só pode se dar pelo outro” (BELLEZA; MATHEUS, 2016, p. 260). Ou seja, quando entramos em contato com o sofrimento alheio, experienciamos empatia e nos identificamos com aquele indivíduo, afinal, se há algo comum a todos os seres humanos, é a realidade de que todos vamos morrer eventualmente. Acrescenta-se a isso o fato de que o combustível da fama da celebridade é a identificação de seus fãs com ela, e o consumo demasiado de sua morte se justifica

³⁰ Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/geral/funeral-sera-aberto-ao-publico-diz-familia.395186>. Acesso em: 04 nov. 2017.

³¹ Disponível em: <http://diversao.terra.com.br/gente/michaeljackson/interna/0,,OI3862651-EI14032,00.html>. Acesso em: 04 nov. 2017.

perfeitamente, pois trabalha de acordo com a lógica da cultura de celebridades. Em outras palavras, a morte desses indivíduos é mais um acontecimento marcante que faz a ponte da identificação entre essa celebridade notável inalcançável e a massa anônima, continuando a operar segundo a lógica da indústria da celebridade.

Considerando que a exposição da vida privada de celebridades é extremamente valorizada, o maior produto dentro desta gama de possibilidades são as fraquezas, os defeitos, as mazelas, os sofrimentos e a vulnerabilidade, pois é isso que nos torna humanos e, conseqüentemente, é a maior fonte de identificação entre as pessoas. Logo, a exposição de situações envolvendo doenças e/ou morte é mais um potente formador de laços entre a celebridade e seus fãs, movimentando bastante essa indústria. Afinal, se o produto vendido é a intimidade, o que poderia ser mais íntimo, mais exposto, mais *vulnerável* do que a própria morte?

E isto se dá em uma dimensão maior ainda quando falamos de Jackson, visto que este *performer* em particular ocupava um lugar não tanto de identificação para com seu público, quanto de projeção e distanciamento. Essa posição de Jackson em relação a seus fãs se dava, como já foi explicado no capítulo 1, por causa de suas excentricidades, seu talento e suas *performances*. Quando este ser, que possui em volta de si uma aura mágica e sobre-humana, morre, como todo ser humano, é como se ele descesse do Olimpo para a dimensão dos mortais (MORIN, 2011). Por causa da grande estranheza que ele causava, a morte de Jackson talvez tenha sido o ponto de maior identificação entre ele e seu público. Esta forma de empatia e solidariedade faz com que as pessoas se conectem com o ídolo falecido e, conseqüentemente, gera o interesse que movimenta o consumo dos produtos desse artista.

Portando, segundo Belleza e Matheus (2016), a Modernidade é então o período em que ocorre uma tentativa de transferir a morte da esfera pública para a esfera privada. Isto hoje convive com um discurso moralizante ocidental que entra em contradição com as práticas atuais, principalmente no que diz respeito à morte de figuras públicas. Enquanto assistimos ao funeral de celebridades como Michael Jackson, lemos notícias que contam detalhes específicos sobre seu falecimento e paramos nossa vida para sermos espectadores deste evento. Mais que isso, consumimos até hoje, quase dez anos após o ocorrido não só a produção póstuma de Jackson, mas também toda sua vasta produção em vida. Tudo isto se deve à naturalização do consumo da vida de celebridades, que pertence mais ao público do que a elas mesmas e ao próprio mistério no qual a morte está envolta. O desejo de dar sentido a um acontecimento que até hoje permanece misterioso, junto ao aparato da celebridade possibilitam o consumo intensificado pelo falecimento de um indivíduo célebre e a naturalização da cultura de

celebridade torna possível que essas pessoas experimentem uma espécie de vida após a morte dentro das plataformas midiáticas. Assim, o consumo do pós-morte de artistas pode ser a expressão de tentativas que buscam compreender a condição humana, dar sentido à vida de um indivíduo célebre e logo, à nossa própria.

3.4 MORTE E CELEBRIDADES: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Diversas são as representações da morte ao longo da história, assim como variadas são as repercussões dessas representações nos dias de hoje. Neste capítulo, foram frisados dois momentos específicos da história da morte: o período medieval e a Modernidade, mais especificamente a transição para esta. Acredita-se que as consequências históricas destes dois momentos são as que encontram maior expressividade no fenômeno estudado neste trabalho, possibilitando e simultaneamente justificando essa atividade tão curiosa e naturalizada que é o sucesso pós-morte de artistas. A sacralização dos espaços ocupados por artistas como Michael Jackson após sua morte; a visibilidade que é dada ao seu funeral, assim como o consumo ávido do mesmo em coexistência com um discurso moralizante de uma morte privada e íntima; as marcas históricas de uma espetacularização da morte: tudo isso torna visíveis os processos pelos quais é possível que um artista não só continue a produzir após seu falecimento, mas também tenha um pico de sucesso derivado justamente de sua morte.

A morte humana é por si só um mistério que se apoiou em diversas construções sociais e religiosas para melhor ser compreendida e explicada. O consumo, desejo e interesse pela morte de artistas pode ser um reflexo de uma preocupação existencial humana que há séculos nos acompanha e encontrou expressão na religião e nas tentativas de mudança social. Quando ouvimos *singles* inéditos de Jackson, compramos seus produtos e assistimos a seu funeral, buscamos de certa forma encontrar respostas para o fato de nossa existência ser abruptamente interrompida por este acontecimento misterioso que é a morte. Essa necessidade aumenta ainda mais quando levamos em conta o fato de que a religião não mais domina as narrativas sobre a morte, nem ocupa o mesmo lugar que em outras épocas ocupou na vida social.

Além disso, a produção contínua de Jackson, além de gerar lucro para os envolvidos, nos dá o conforto de que ele de certa forma ainda está presente entre nós, o que mascara a finitude da morte ao nos dar a impressão de que ela não significa de fato o fim da vida e do legado de um ser humano. Buscamos, no consumo do pós-morte de Jackson, a ideia confortante de que ninguém se vai realmente após o falecimento. Em uma sociedade laica, encontramos

outros formatos para a crença na vida após a morte e o sucesso póstumo de artistas como Jackson é uma grande expressão deste desejo, fruto de toda uma história cristã. O consumo da produção póstuma de artistas pode ser mais uma forma de tentarmos dar sentido a este acontecimento inexplicável que é inerente a todos os seres vivos e assim, devolvermos à nossa existência o propósito que a morte lhe tirou.

4. THIS IS IT: O PÓS-MORTE DE JACKSON

Era a primavera de 2009.

Aos 50 anos de idade, após uma década ausente dos palcos, Michael Jackson estava criando e executando uma experiência de *show* completamente nova.

Sua única plateia era um pequeno grupo de técnicos e dançarinos que assistiram Michael criar o *show* que teria sido seu retorno aos palcos.

Este filme consiste em filmagens capturadas durante o período de ensaio de março até junho. As filmagens iriam para a biblioteca particular de Michael e seriam usadas como próprio conteúdo original para os concertos.

No dia 25 de junho, Michael e sua equipe estavam a oito dias de distância de viajarem para Londres para começarem os últimos ensaios de até então não precedentes 50 concertos esgotados.

Com a permissão do Espólio de Michael Jackson e graças a algumas câmeras que capturaram a magia, aqui está um vislumbre do presente apaixonado que Michael estava preparando para seus fãs e espectadores do mundo todo (MICHAEL, 2009)³².

Estas são as primeiras palavras que surgem na tela sobre um fundo preto, logo no começo do longa-metragem *Michael Jackson's This Is It*. A morte de Michael Jackson foi um grande acontecimento que não só se restringiu à indústria fonográfica, mas ocupou todos os campos midiáticos, sendo na época impossível ligar a televisão e não ser bombardeado com discussões a respeito das imensuráveis contribuições do ídolo (HOLLANDER, 2010). Pode-se até dizer, em vista da repercussão de seu falecimento, que a morte do *performer* o colocou de volta no mapa, mais uma vez no centro da atenção midiática e mundial. Jackson, que em seus últimos anos apenas protagonizava manchetes que noticiavam escândalos sobre sua vida pessoal, se viu santificado e homenageado no momento da morte.

Seu falecimento e o caráter celebratório e saudosista que este teve desencadearam uma intensa produção de conteúdo – e consequente lucro – que o cantor há muito tempo não gerava. Pode-se dizer que nos oito anos após sua morte, o *performer* produziu mais do que nos últimos nove anos de sua vida, o que é impressionante considerando que tal produção não mais é mediada pelo artista que supostamente a gerou. Isto levanta diversas perguntas, como por exemplo: existe alguma diferença do conteúdo produzido por Jackson em vida para o que foi

³² Tradução minha de: “It was the Spring of 2009.

At the age of 50, after a decade’s absence from the stage, Michael Jackson was quietly performing and crafting an entirely new concert experience.

His only audience was a small group of technicians and dancers who watched Michael create a show that would have been his return to the stage.

This film consists of footage captured during the rehearsal period from March through June. It was intended for Michael’s personal library and as original film content for the show.

On June 25th, Michael and his team were eight days away from traveling to London to begin their final dress rehearsals for an unprecedented 50 sold out concerts.

With the permission of the Michael Jackson Estate and thanks to a few cameras that caught the magic, here is a glimpse of the passionate gift Michael was preparing for his fans and audiences of the world” (MICHAEL..., 2009).

produzido postumamente? Como é possível essa produção? Quem é seu mediador? Em que, exatamente, ela consiste?

Os processos pelos quais o consumo do pós-morte de artistas é tão presente, possível e naturalizado em nossa sociedade já foram desenvolvidos ao longo dos capítulos um e dois. Agora, no capítulo final, o objetivo é responder à seguinte pergunta: que conteúdo é este produzido após a morte de um artista?

Para desenvolver essas questões, serão analisados à luz dos conceitos desenvolvidos ao longo deste trabalho os principais lançamentos de Jackson durante seu pós-morte: o filme *Michael Jackson's This Is It* e seus três álbuns póstumos chamados *Michael* (2010), *Xscape* (2014) e *Scream* (2017), com foco principal no disco *Michael* e a polêmica que o cercou.

4.1 MICHAEL JACKSON'S THIS IS IT: O FILME

O filme *This Is It* foi sem a menor dúvida o grande lançamento símbolo da morte de Jackson, como se fosse o *grand finale* de todo o espetáculo que envolveu o falecimento do *performer*. O documentário tem duração de uma hora e cinquenta e dois minutos, direção de Kenny Ortega e produção das companhias AEG Live e The Michael Jackson Company, LLC, juntamente com o próprio Jackson, Ortega e outros produtores. A distribuição foi feita pela Sony Pictures³³. Lançado em cinemas de diversos países em outubro de 2009, quatro meses após a morte do cantor, o documentário consiste, como sua introdução supracitada define, em filmagens do período de ensaios da turnê que Jackson estava preparando em seus últimos anos. A venda de ingressos para essa bateria de *shows* estava esgotada³⁴ e, como o longa-metragem deixa claro, Jackson queria que fosse um espetáculo inédito, impressionante e arrebatador, abusando de efeitos especiais e tecnologia de ponta.

³³ Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Michael_Jackson%27s_This_Is_It
https://www.google.com/search?ei=HXXnWpOjDIjBwATrx4ygCQ&q=this+is+it+filme+michael+jackson+informacoes&ogq=this+is+it+filme+michael+jackson+informacoes&gs_l=psy-ab.3..33i160k112.3880.4972.0.5074.11.8.0.0.0.317.900.0j2j1j1.4.0....0...1c.1.64.psy-ab..7.4.898...33i21k1.0.YwHAfhx1Pr0. Acesso em: 10 mar. 2017.

³⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL1041343-7085,00-INGRESSOS+PARA+SHOWS+DE+MICHAEL+JACKSON+EM+LONDRES+ESGOTAM+EM+HORAS.html>. Acesso em: 10 mar. 2017.

Com a marca de 261, 2 milhões de dólares de bilheteria mundial³⁵, o filme mostra os bastidores de tudo que cerca a criação e execução do *show* que pretendia ser uma experiência completamente inovadora. Em uma hora e cinquenta e dois minutos, o espectador tem acesso a imagens que mostram, por exemplo: o processo seletivo dos dançarinos que teriam trabalhado na turnê; a produção de vídeos e efeitos especiais (como pirotecnia e fogos de artifício) feitos com tecnologia de ponta especialmente para os concertos; a fabricação e teste de equipamentos desenvolvidos sob encomenda para o *show*; e principalmente, imagens que mostram Michael Jackson ensaiando, cantando e dançando seus principais sucessos no palco, além de momentos nos quais ele comanda a direção musical e coreográfica do espetáculo, enfatizando o domínio e a autonomia sobre tudo o que dizia respeito a seu próprio trabalho.

Resumidamente, pode-se dizer que se trata de um documentário sobre a produção de um grande *show* e sobre a genialidade de Jackson no que diz respeito a seu trabalho, além de ter um foco especial em sua relação com os fãs. Considerando que, como o próprio filme relata em seus dizeres iniciais, as imagens eram um registro do processo de ensaios da turnê para o acervo pessoal do *performer* e para material exclusivo dos concertos, faz sentido que todo o enfoque do longa-metragem seja voltado para o trabalho de Jackson, para suas realizações enquanto artista. Entretanto, é interessantíssimo perceber em uma primeira análise a divergência entre o conteúdo apresentado e a própria sinopse de anúncio do filme, a destacar:

Resultado de uma edição de mais de cem horas de gravação, o diretor Kenny Ortega revela cenas raras da intimidade de Michael Jackson. A filmagem aconteceu durante os ensaios para a última turnê do cantor, programada para o início do verão de 2009 em Londres³⁶.

O resumo acima do filme vende a exposição de “...cenas raras da intimidade de Michael Jackson...” quando na realidade todo o conteúdo do documentário gira em torno da produção do concerto e do trabalho de Jackson enquanto *performer* e figura pública.

³⁵ Disponível em: https://www.google.com.br/search?dcr=0&ei=-h8jW'sWOEIObwAS8gKiwDg&q=this+is+it+ilheteria&oq=this+is+it+ilheteria&gs_l=psy-ab.3..33i160k1.11914.14403.0.14554.21.13.0.0.0.335.1694.0j4j3j1.8.0....0...1.1.64.psy-ab..13.8.1693...0j35i39k1j0i67k1j0i203k1j0i22i30k1j0i19k1j0i13i30i19k1.0.pPHn7-xCE9s. Acesso em: 10 mar. 2017.

³⁶ Disponível em:

Ao ler em sua sinopse que o filme vende a exposição de “...cenas raras da intimidade de Michael Jackson...” é muito provável – considerando a sociedade saturada de celebridades na qual vivemos – que o consumidor espere um conteúdo cinematográfico repleto de informações sobre a vida íntima, privada e pessoal do *performer*. Revelações bombásticas sobre sua família, suas acusações de pedofilia, seu misterioso rancho Neverland, seus sentimentos e sua relação consigo mesmo ou até seus hábitos e excentricidades particulares seriam exemplos deste tipo de intimidade. Entretanto o filme trabalha com outro aspecto do foro íntimo de Jackson, que tem muito mais a ver com a relação que ele tinha com seu trabalho e sua música do que revelações inéditas sobre quem ele era fora dos palcos. A “intimidade” mostrada no filme está completamente relacionada com a produção musical de Jackson e em poucos momentos é dito algo específico sobre a vida íntima, pessoal e privada do cantor. Ocorre então uma clara quebra de expectativa, visto que o tipo de intimidade exposto no filme não é o que se espera encontrar a partir do resumo do próprio.

A partir disso, pode-se primeiramente perceber que a lógica da celebridade é tão presente e arraigada na nossa sociedade, principalmente no que diz respeito a uma celebridade como Jackson, que, talvez com o objetivo de aumentar as vendas do filme, é feita uma propaganda que praticamente não se sustenta. A pergunta que se deseja levantar aqui é por que a sinopse do filme não é completamente condizente com o conteúdo do próprio? Será que, se colocassem algo como “o diretor Kenny Ortega revela cenas exclusivas dos ensaios de Jackson” ou “do processo de criação do Rei do Pop” isto afetaria as vendas e/ou a procura pelo filme? Já é sabido que o público consome a vida pessoal das celebridades, mas tal conteúdo seria pouco possível de se extrair de um filme como *This Is It*, visto que o propósito das filmagens era, desde o início, registrar o período de ensaios, e não expor de fato a intimidade do *performer*. O documentário é o que é e isto fica bem claro quando o assistimos, mas entra em certa contradição com o seu resumo, que por acaso é uma das primeiras informações que aparecem sobre o filme quando o pesquisamos na plataforma de busca *Google*.

Dessa forma, é interessante perceber que existe uma forte lógica da celebridade comandando a produção de conteúdo póstumo de artistas. O filme de fato consiste em registros que em nada ou muito pouco tem a ver com a vida íntima e pessoal de Jackson da forma como a concebemos, feitos sem o intuito de se transformarem em um longa-metragem de sucesso mundial e que o fizeram por força das circunstâncias. Pouco ou nada se pode alterar no que está imortalizado em imagem e som e por isso o documentário não é mais nem menos do que uma exposição do trabalho de Jackson e sua relação com ele, o que parece não bastar para suscitar o interesse das audiências mundiais, tendo em vista a sinopse duvidosa do filme.

O caráter exclusivo do documentário também é ressaltado logo nos dizeres iniciais do filme, quando é expresso que as imagens inicialmente iriam para o acervo pessoal de Jackson. Com essa informação, o espectador que assiste ao documentário tem a sensação de que está olhando por uma fechadura, tendo acesso a um conteúdo que supostamente jamais seria mostrado para o mundo. O longa-metragem passa a impressão de estar envolto em uma espécie de mistério e exclusividade, exibindo momentos de ensaios que seriam supostamente secretos e que só foram levados a público em vista do triste e inesperado falecimento de seu protagonista.

Esta característica de conteúdo privilegiado é bastante ressaltada tanto nos dizeres iniciais do filme quanto na sua sinopse levemente inconsistente, e funciona como forma de atrair audiências que anseiam por conteúdo personalizado, diferenciado e principalmente exclusivo, que não dê a impressão de ser mais uma commodity. *This Is It* cumpre esta função com maestria justamente *por causa* da morte de seu protagonista. Segundo dizeres do próprio filme, não havia a princípio uma intenção de lançar o documentário, ou seja, o conteúdo dos ensaios não era para ser visto por pessoas além do “...pequeno grupo de técnicos e dançarinos...” envolvidos na turnê. Tendo em vista o falecimento inesperado de Jackson, o filme é feito com o único conteúdo que se tem disponível sobre a turnê que, como o longa-metragem tanto ressalta, teria sido espetacular e impressionante. *This Is It* emerge como uma forma de salvar essa turnê revolucionária que nunca aconteceu, mostrando um esboço, um rascunho dela expresso em filmagens dos ensaios.

Este caráter de privilégio que cerca o filme faz o espectador se sentir mais próximo do *performer* e principalmente mais íntimo, visto que está tendo acesso a conteúdo que a princípio seria “segredo”. Ensaios por si só já tem essa característica de algo destinado apenas para “pessoas autorizadas”, pois é no ensaio que o artista se expõe completamente. É no ensaio que erros acontecem, que tudo o que não é perfeito e pronto para o público é trabalhado para alcançar o nível da apresentação final.

Os ensaios geralmente não são expostos e o filme, ao mostrar Jackson ensaiando, sem figurino, em um palco nu, sem efeitos especiais, o aproxima do seu espectador pois o humaniza, desmistificando todo o *glamour* de seus *shows*. É claro que as cenas mostradas no documentário foram frutos de horas de cuidadosa edição, ou seja, o legado de Jackson não está tão exposto quanto parece, mas isto fica mistificado quando assistimos ao longa-metragem justamente por causa dos ensaios mostrados. Em outras palavras, grande parte deste efeito de humanização e intimidade é dado pela própria edição e pela essência dos ensaios. Ao longo do filme diversos erros de execução dos músicos e dos dançarinos, assim como falhas técnicas acontecem e são corrigidos pelo próprio Jackson, que constantemente repete “é para isso que ensaiamos”. O

espectador então se sente parte dos privilegiados e íntimos do cantor que tem acesso a um conteúdo exclusivo e expositivo que, em tese, não deveria ser visto por ninguém.

Seria possível ingenuamente pensar que esta exposição dos ensaios do cantor prejudicaria a ideia que as audiências mundiais possuem a seu respeito, que o define como um artista idealizado, genial e brilhante. Afinal em *This Is It*, Jackson é exposto sem filtro, sem pirotecnias, sem fogos de artifício, sem fantasias. Muito pelo contrário, em diversos momentos o próprio filme destrincha estes efeitos especiais, que são responsáveis por envolver Jackson, seu trabalho e sua turnê em magia. Jackson emerge então exposto na forma mais crua de seu trabalho e é esta humanização que é o trunfo do filme. Ao aproximar o *performer* tão idealizado das pessoas comuns, mostrando que todos os artistas precisam ensaiar e que não é de mágica que seu trabalho é feito, ele é humanizado, o que causa *identificação*.

Como já vimos, a identificação é o combustível da celebridade e levando em consideração que estamos falando de um documentário lançado após a morte de seu protagonista, isto é completamente potencializado. Só o fato de Jackson ter falecido já causa empatia e identificação com as audiências mundiais, pela simples realidade de que todos vamos morrer um dia. Jackson, que nos últimos anos de vida ocupava um lugar de distanciamento em relação às audiências devido às suas excentricidades e polêmicas, encontrou o ponto de talvez máxima identificação com o público na hora da morte. A própria imprensa mudou todo o seu posicionamento em relação a Jackson, visto que antes de sua morte, ele em geral ocupava manchetes que relatavam suas polêmicas e atividades sob um ângulo negativo.

Após o falecimento, começou a ser celebrado, lembrado e homenageado pela mídia em geral, deixando sua vida pessoal conflituosa em segundo plano. Este posicionamento dúbio, além de servir a propósitos lucrativos, também tem a ver com a empatia que a morte do outro gera em todos nós e com o discurso da boa morte ocidental desenvolvido no capítulo dois. A grande maioria de nós não enfrenta processos por pedofilia, muda a cor de nossa pele ou se afunda em dívidas, mas todos nós morreremos. Além disso, não é considerado de “bom tom” falar mal de alguém que acabou de falecer, apesar de aparentemente não haver problemas em consumir a morte desse mesmo alguém.

Sendo assim, Jackson já se encontrava humanizado após sua morte e com o lançamento do filme que o mostra em seus ensaios, em uma espécie de “*no filter*”, corrigindo e aperfeiçoando o próprio trabalho, esta humanização é potencializada. *This Is It* emerge então como uma espécie de redenção do cantor, que provavelmente só teve a repercussão que teve por causa de sua morte. É quase como se o seu falecimento criasse a oportunidade perfeita para

o lançamento de um filme que o redimisse, justamente porque este ato de redimir é o mais lucrativo dentro das circunstâncias acarretadas pela sua morte.

Ao mesmo tempo também é preciso observar que mesmo sendo aproximado do seu público, Jackson não desce completamente do pedestal em seu filme talvez pelo que podemos assumir que foram horas de edição cuidadosa. Apesar de interromper canções, recomeçar números, dar deixas e refazer coreografias ao longo do filme, Jackson apenas os faz para corrigir os erros *dos outros*. Em momento algum Jackson é mostrado desafinando em uma canção, errando passos durante os ensaios ou utilizando de grosseria para falar com seus subalternos. O cantor não é de fato exposto de forma negativa em nenhum ponto durante o filme. Pelo contrário, além do documentário mostrar seu desempenho que pode ser considerado impressionante nos ensaios, também mostra os depoimentos gravados na época dos músicos que trabalharam com ele, que ressaltam a dedicação, a humildade, o perfeccionismo e preciosismo do *performer* em relação a seu trabalho. Se falhas técnicas vindas do *performer* não aconteceram de fato ou se ocorreram mas foram editadas, jamais saberemos. O que se pode dizer com certeza é que o filme não expõe Jackson cometendo erros que seriam característicos de sua profissão, como desafinar, quebrar uma nota, ou errar uma coreografia. Pelo contrário, diversas vezes a genialidade de Jackson é enfatizada verbal e visualmente, quando o assistimos executar com maestria os números de sua futura turnê. Dessa forma, apesar de estar humanizado por causa de sua morte e pelos ensaios mostrados no filme, Jackson não desce do lugar gênio perfeito da música *pop*. Em outras palavras, o *performer* é humanizado por ser exposto em seu período de ensaios, mas nenhum dos erros cometidos diz respeito à sua própria *performance*, e sim ao desempenho dos seus subalternos.

Indícios dessa genialidade e paradoxal humanização ao longo do documentário são inúmeros. Uma das primeiras cenas do filme mostra Jackson corrigindo o baixista durante a execução de seu famoso *hit* “Wanna Be Startin` Something”, o que ilustra seu perfeccionismo. Isto também fica claro no momento em que ele canta “Human Nature” para seu diretor musical, explicando exatamente como deve ser a segunda voz da canção. Nos depoimentos feitos por seus músicos, o cuidado que Jackson tinha com seu trabalho e o fato de ele o conhecer melhor do que ninguém são constantemente mencionados, o que mostra tanto o artista genial quanto o perfeccionista humanizado. Além disso, tudo o que envolvia o *show* tinha que ser aprovado por Jackson, desde as coreografias até os efeitos especiais utilizados nos concertos, o que mostra o artista como o comandante de tudo o que envolvia seu trabalho, com total autonomia artística, reforçando a ideia de autenticidade em torno do cantor.

Dessa forma, *This Is It* é um prato cheio de atributos positivos a respeito de Jackson, enaltecendo de forma saudosista o Rei do Pop. O fato de ele ter falecido, como já foi dito, prepara o terreno para o lançamento de um filme com tal abordagem, colocando em primeiro plano a suposta genialidade do *performer* e em segundo a sua vida pessoal atribulada. Com a morte do cantor sendo tão recente, a abordagem enaltecedora e idealizada torna-se bastante lucrativa, visto que uma necessidade de redenção acompanha o ato de falecer. Quando uma pessoa morre, em especial uma celebridade, o público encontra-se muito mais aberto a consumir a redenção do morto por questões de identificação, empatia e pena. Para os produtores de conteúdo e espaços midiáticos, é bastante interessante redimir o falecido, até porquê o filme *This Is It* foi produzido pelas empresas AEG Live e Michael Jackson Company, que teriam produzido a turnê. Dessa forma, o documentário jamais poderia ilustrar Jackson por uma perspectiva que não fosse extremamente positiva, visto que foi produzido em parte pela própria empresa do cantor. Para The Michael Jackson Company é obviamente mais interessante produzir conteúdo que enalteça a imagem do cantor e lucrar em cima disso.

Outra característica marcante do longa-metragem é o foco na relação de Jackson com seus fãs. Uma das primeiras cenas que o espectador vê consiste em entrevistas emocionadas dadas pelos dançarinos supostamente antes das audições para a turnê. Nestas entrevistas os candidatos se revelam verdadeiros fãs do trabalho de Jackson. O primeiro entrevistado diz que pegou um voo de dez horas de duração apenas para poder fazer o teste, dando a entender que fez isso por ser um grande fã do cantor, enquanto o segundo diz que não se importa se passar ou não, mas que só quer dançar para Michael Jackson no palco. O terceiro dançarino diz que Jackson é a inspiração de sua vida e o motivo pelo qual ele dança e o quinto entrevistado até revela que a primeira coisa que ele faz ao acordar sequer é comer, mas sim ouvir a música de Jackson e dançá-la (MICHAEL, 2009).

Além desses depoimentos reforçarem o lugar idealizado e de projeção que Jackson ocupa na mente dos fãs, sendo uma grande inspiração para eles, tais entrevistas colocam já em primeiro plano a relação dos fãs com o *performer* e vice-versa. Logo nos dizeres iniciais do documentário, reforça-se a ideia de que a turnê se tratava de um “presente apaixonado” de Jackson para seu público. Isto também é bastante reforçado no momento em que Jackson anuncia, para uma plateia animadíssima, a turnê *This Is It*, na qual, parafraseando o *performer*, ele apresentará as canções que seus fãs querem ouvir. Após reações apaixonadas do público, Jackson diz entre sorrisos “eu amo vocês”. O filme então passa a mensagem de que toda a turnê era literalmente um presente de Jackson para seus fãs, mistificando completamente a dimensão mercadológica de tal empreitada. O fato de que Jackson encontrava-se afundado em dívidas,

longe dos palcos por dez anos e que a turnê estendeu o número de apresentações de dez para cinquenta tendo em vista a procura por ingressos³⁷ se perdem em meio à ideia de que toda aquela bateria de *shows* seria feita especial e somente para os fãs, como se nem Jackson nem mais ninguém lucrassem com aquilo.

Esta relação com as audiências mostrada no filme corrobora o caráter saudosista do mesmo, causando no espectador a sensação de que se perdeu um grande e generoso artista, que fazia de tudo pelo seu público ao redor do mundo. Jackson é santificado mais do que qualquer outra coisa nesta produção. Ele é retratado como um artista dedicado, generoso e humilde, esta última qualidade sendo bastante reforçada na forma com a qual ele lida com seus subalternos. Todas as notas e correções que Jackson faz são, em suas próprias palavras, feitas com “amor”, algo que ele repete ao longo do documentário. Jackson é mostrado falando com educação e cuidado com seus músicos e diretor, que em depoimentos próprios ressaltam a humildade do *performer*. Outro exemplo forte da santificação do cantor é o discurso que é emitido no filme na sua própria voz sobre a necessidade de preservarmos o planeta Terra, ao som do *single* “The Earth Song”. A importância que Jackson dava a esta causa é ressaltada quando o vídeo que teria sido usado para esta canção nos concertos é exibido e retrata uma criança assistindo a toda uma floresta ser devastada pela ação humana e lutando para protegê-la.

Ainda discutindo esta relação Jackson-público, durante o filme os próprios músicos, cantores, diretor e dançarinos são retratados como fãs do cantor em diversos momentos. Uma cena em particular é bastante emblemática, quando Jackson canta a música “I’ll Be There” no palco para os dançarinos, que se reúnem em uma pequena plateia e ovacionam o cantor. Mais um indício da capacidade, genialidade e talento artísticos tão reforçados no filme.

Michael Jackson’s This Is It foi uma produção extremamente lucrativa. O estúdio Columbia Pictures, da Sony, pagou ao todo R\$ 104 milhões pelo filme e apenas na primeira semana em cartaz o documentário rendeu o equivalente a R\$ 176 milhões mundialmente³⁸. Atualmente o filme sustenta a marca de 261,2 milhões de dólares em bilheteria mundial, e detém o recorde de filme sobre *show* com maior arrecadação mundial da história³⁹, gerando bastantes lucros para a corporação Sony.

³⁷ Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL1041343-7085,00-INGRESSOS+PARA+SHOWS+DE+MICHAEL+JACKSON+EM+LONDRES+ESGOTAM+EM+HORAS.htm>. Acesso em: 10 mar. 2017.

³⁸ Disponível em: <http://entretenimento.r7.com/cinema/noticias/this-is-it-ficara-mais-tempo-em-cartaz-20091103.html>. Acesso em: 10 mar. 2017.

³⁹ Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/03/justin-bieber-ultrapassa-michael-jackson-nas-bilheterias.html>. Acesso em: 10 mar. 2017.

Por fim, o filme *This Is It* consiste principalmente em uma redenção cinematográfica de Michael Jackson, em um documentário que surge após sua morte inesperada para coroar o grande espetáculo que foi seu falecimento, celebrando e relembrando com nostalgia o Rei do Pop. O longa-metragem santifica e ao mesmo tempo humaniza o cantor, sem tocar nem que seja brevemente nos assuntos polêmicos de sua vida pessoal e enfatizando sua relação com os fãs, seu talento e seu perfeccionismo com o próprio trabalho. Com todos estes aspectos imbuídos na promessa de um conteúdo exclusivo e íntimo, pode-se dizer que as polêmicas de Jackson ficam praticamente mistificadas, visto que o filme só ilustra como ele é uma inspiração para milhões e como é dedicado, genial e talentoso. *Michael Jackson's This Is It* é exatamente o tipo de conteúdo que se espera após a morte de uma celebridade de grande porte, justamente por ser no momento do falecimento que uma abordagem redentora é mais bem-vinda pelo público. A produção só foi o sucesso estrondoso que foi *por causa* da morte de seu protagonista e obviamente jamais poderia ser feita da forma que foi se ele não tivesse falecido. Trata-se então de um conteúdo completamente ligado ao pós-morte de Jackson, que só pode existir dentro deste pós- morte e gerando lucro por causa deste pós-morte. Esta perspectiva é importante para que se possa entender de fato em que consiste a produção póstuma de um artista da indústria fonográfica.

Analisando mais profundamente, pode-se até dizer de forma bastante mórbida que o *timing* da morte de Jackson talvez tenha sido perfeito. Afinal, além de haver material cinematográfico para que se produzisse *This Is It*, o fato de o cantor morrer antes de fazer a turnê que teria sido seu retorno triunfal aos palcos contribui para o caráter saudosista e triste da morte de Jackson ilustrado no filme. Sob essas circunstâncias temos a impressão de que ele foi “cedo demais”, sem dizer um último adeus e sem que seu público pudesse ver tudo o que a turnê poderia ter sido. Esta perspectiva é obviamente bastante atrativa para um público que se encontra de luto e conseqüentemente sedento por conteúdo vindo da celebridade morta e logo, bastante lucrativa para a empresa que oferece este conteúdo redentor, que no caso é a Sony.

Seguindo com o objetivo de melhor compreender que conteúdo é este lançado após a morte de artistas, partiremos agora para uma análise dos três álbuns póstumos de Jackson. Esta análise será feita tendo como foco principal a polêmica que envolveu o lançamento do álbum *Michael*, que foi acusado de conter faixas que não foram de fato gravadas pelo cantor.

4.2 MICHAEL?: A AUTENTICIDADE NA PRODUÇÃO PÓSTUMA DE JACKSON

Nesta seção serão analisados os três os álbuns póstumos do cantor Michael Jackson. O álbum *Michael*, seu primeiro após a morte foi lançado em dezembro de 2010, um ano depois de seu falecimento, contendo 10 faixas inéditas, todas compostas e supostamente gravadas por Jackson antes de falecer. O álbum foi lançado pela Sony Music sob o selo da gravadora Epic Records. As canções inéditas foram produzidas por nomes do R&B americano, como Teddy Riley e Christopher “Tricky” Stewart e contam com participações de diversos artistas como 50 Cent, Ne-Yo, Lenny Kravitz, Jamie Foxx, Dave Grohl e Yellow Magic Orchestra⁴⁰. O álbum vendeu 540 mil exemplares, considerado pouco para o *performer*⁴¹. Este álbum contém o *single* “Hold My Hand”, parceria feita com o cantor Akon antes da morte de Jackson, e que foi o primeiro *hit* póstumo do cantor, circulando em diversas estações de rádio pouco tempo após sua morte. Com faixas produzidas também após a morte do cantor, este álbum será o principal objeto de análise desta seção devido à polêmica que o circunda e que está intimamente relacionada com o tema de estudo deste trabalho.

Já seu segundo álbum póstumo chama-se *Xscape* e foi lançado em maio de 2014, contendo oito canções inéditas, em sua grande maioria compostas por Jackson, tendo sido gravadas em diferentes momentos ao longo de sua carreira, assim como o álbum *Michael*. Foi lançado também pela gravadora Epic Records, juntamente com a MJJ Music e como seu predecessor, passou por um processo de produção após a morte de Jackson para seu lançamento⁴². Também foi lançada uma edição de luxo que inclui as versões originais de todas as músicas e em sua primeira semana após o lançamento, vendeu 156 mil cópias⁴³.

Seu terceiro álbum póstumo chama-se *Scream* e foi lançado em setembro de 2017, consistindo em uma compilação de canções orientada pelo tema terror. Diferente dos seus dois predecessores repletos de conteúdo inédito, essa produção póstuma de Jackson possui 13 faixas todas já lançadas pelo *performer* ao longo de sua carreira, algumas delas remasterizadas. Foi

⁴⁰ Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/12/cd-postumo-de-michael-jackson-e-lancado-oficialmente-nesta-segunda.html>. Acesso em: 10 mar. 2017.

⁴¹ Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2014/05/novo-album-postumo-de-michael-jackson-e-lancado-nos-eua.html>. Acesso em: 10 mar. 2017.

⁴² Disponível em:

<https://www.google.com/search?q=michael+jackson+xscape+m%C3%BAasicas&stick=H4sIAAAAAAAAAAONgFuLWz9U3MDQwzc2zqFRC5miJZidb6eeWFmcm6yfmJJXmWhXn56UXAwCxjWs0MwAAAA&sa=X&ved=0ahUKEwjo147AzeraAhXIfpAKHcdPC4EQMQj4ATAT&biw=1366&bih=662>. Acesso em: 10 mar. 2017.

⁴³ Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/noticia/para-quincy-jones-disco-postumo-de-michael-jackson-foi-criado-para-ganhar-dinheiro/>. Acesso em: 10 mar. 2017.

lançado pela Epic Records juntamente com a Legacy Records, cuja organização mãe também é a Sony⁴⁴. Na segunda semana de lançamento, *Scream* tinha 14 mil cópias vendidas⁴⁵.

Grande parte da administração do material artístico de Jackson está hoje nas mãos da empresa Sony, que desembolsou 750 milhões de dólares para obter dos herdeiros do cantor as ações na empresa Sony/ATV Music Publishing. A família de Jackson detém atualmente apenas dez por cento das ações de Jackson na empresa EMI Music Publishing⁴⁶.

Apesar do sucesso de uma de suas faixas, o primeiro álbum póstumo, *Michael*, não foi muito bem recebido pela crítica e pelo público, o que se deve em parte a uma polêmica que, pode-se dizer, torna-se uma grande questão da produção póstuma de cantores: a autenticidade do trabalho. Houveram indícios de que a voz em algumas faixas do álbum não era de Jackson e sim de um cantor com o timbre bastante parecido chamado Jason Malachi, entre eles declarações de membros da família Jackson e do próprio Malachi que serão citadas no desenvolvimento desta seção.

Ainda objetivando responder às perguntas propostas na introdução deste capítulo, os álbuns póstumos de Jackson serão analisados à luz desta polêmica que coloca em cheque todo um mercado da indústria fonográfica que gira em torno de artistas mortos. Como é possível que um artista continue produzindo estando morto? Em que consiste essa produção? Como funciona o tripé indivíduo-fã-indústria de Mole (2007) sem que o componente da celebridade esteja vivo?

Primeiramente, é necessário destacar a importância de registros de diversos tipos e de avanços tecnológicos midiáticos para a produção póstuma de celebridades. No caso desses indivíduos específicos, os registros de teor imagético e sonoro têm um papel central no seu pós-morte e considerando que estes também são necessários para o funcionamento da indústria fonográfica como um todo, podemos dizer que se trata de um arranjo perfeito. Um exemplo concreto de tais registros são as gravações. A gravação é de extrema importância para a indústria fonográfica, pois é em cima da gravação de canções, *singles* e *hits* que esse mercado se constrói e desenvolve. Ao mesmo tempo, ela é um registro póstumo de grande força, pois trata-se da imortalização da voz daquele indivíduo cuja fala tecnicamente jamais ouviríamos de novo. Quando levamos em consideração que a voz é como uma digital sonora, ou seja, nenhuma

⁴⁴ Disponível em:

[https://www.google.com/search?q=michael+jackson+scream+m%C3%BAasicas&stick=H4sIAAAAAAAAAAONgFuLVT9c3NEwzyI63MMkqU0LlaolmJ1vp55YWZybrJ-YkleZaFefnpRcDAKKXZTA3AAAA&sa=X&ved=0ahUKEwiqnPSR3-
raAhWQI5AKHffZCEUQMqjZATAS&biw=1366&bih=662](https://www.google.com/search?q=michael+jackson+scream+m%C3%BAasicas&stick=H4sIAAAAAAAAAAONgFuLVT9c3NEwzyI63MMkqU0LlaolmJ1vp55YWZybrJ-YkleZaFefnpRcDAKKXZTA3AAAA&sa=X&ved=0ahUKEwiqnPSR3-
raAhWQI5AKHffZCEUQMqjZATAS&biw=1366&bih=662). Acesso em: 10 mar. 2017.

⁴⁵ Disponível em: <https://mjbeats.com.br/vendas-do-%C3%A1lbum-scream-nos-eua-41b08b2df492>. Acesso em: 10 mar. 2017.

⁴⁶ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/03/1750087-sony-compra-parte-de-michael-jackson-em-empresa-de-catalogos-musicais.shtml>. Acesso em: 10 mar. 2017.

voz é igual à outra – até mesmo quando falamos de gêmeos – quase poderíamos dizer que a gravação imortaliza o que havia de mais único naquele indivíduo, a sua essência, especialmente quando falamos de um cantor com um timbre vocal tão específico quanto o de Jackson. A gravação tem então um papel muito importante na extensão da produção póstuma de celebridades, especialmente as da indústria musical.

Sendo a gravação uma condição inerente ao mercado específico da indústria fonográfica, artistas musicais, quando falecem, tendem a deixar para trás diversos projetos inacabados e muito conteúdo desconhecido do público, o que permite que sua produção seja continuada a partir de um conteúdo “novo-velho”. Novo porque é desconhecido das audiências, velho porque foi feito enquanto o artista estava vivo e não de fato após a sua morte.

Neste ponto os cantores e *performers* da indústria musical diferem dos atores e atrizes de cinema, que, apesar de deixarem entrevistas e filmes para trás ao morrerem, encontram certas dificuldades em dar seguimento à produção de um conteúdo “novo-velho”. Isto fica nítido em seriados e filmes nos quais, inesperadamente, o ator morre e os produtores precisam encontrar uma solução para a trama da série em vista do falecimento inesperado. Por exemplo: o ator Domingos Montagner, que morreu antes do final da novela *Velho Chico* (Rede Globo, 2016), da qual era protagonista. O diretor Luiz Fernando Carvalho teve que fazer uso de um jogo de câmeras – que muito provavelmente não teria sido utilizado caso o ator principal não tivesse falecido – para justificar a impossibilidade do personagem não mais aparecer na trama. Outro exemplo foi a morte do ator Cory Monteith, durante as gravações do seriado *Glee* (FOX, 2009) co-estrelado por ele. Ryan Murphy, criador da série, foi obrigado a inesperadamente “matar” seu personagem na trama e, à exceção de filmagens antigas, ele nunca mais apareceu no programa. Outro caso marcante foi o do ator Richard Harris, intérprete do professor Albus Dumbledore que, após morrer no decorrer do desenvolvimento da saga *Harry Potter* (Warner Bros. Entertainment, 2001) foi substituído por Michael Gambon⁴⁷.

Milhares de exemplos podem ser citados para mostrar que talvez seja muito mais difícil para celebridades das indústrias cinematográfica e televisiva continuarem a produzir este conteúdo “novo-velho”, por causa da própria natureza de seu trabalho, que necessita imprescindivelmente da *imagem* de seus atores. Quando algum “novo” conteúdo é lançado, geralmente gira em torno das vidas desses indivíduos, mas eles não mais continuam a exercer

⁴⁷ Disponível em:

https://www.google.com/search?ei=cG7rWqqPC8r9wQSFtZuoCg&q=ator+morre+abus+dumbledore&oq=ator+morre+abus+dumbledore&gs_l=psy-ab.3..33i22i29i30k1.379436.382745.0.382880.26.20.0.0.0.279.3023.0j5j9.14.0...0...1.1.64.psy-ab..12.12.2501...0j0i131i67k1j0i67k1j0i131k1j0i22i30k1j33i160k1.0.bwUIJLrbBhE. Acesso em: 10 mar. 2017.

seu trabalho, sua função de *atores* após morrerem. Seu falecimento de fato interrompe sua produção, como acontece com a maioria das pessoas.

Entretanto, com cantores a morte consegue de certa forma ser driblada, pois, também por causa da natureza de sua profissão, ela não impede que eles continuem a produzir conteúdo inédito. Afinal, de que vive um cantor? De suas gravações, principalmente as de áudio. Claro que os videoclipes são importantes, mas estes também giram em torno da música, do *single*. O que faz um artista da indústria fonográfica continuar relevante no mercado é a produção de novas canções. É claro, *shows* são feitos e videoclipes são gravados, mas o que seriam *shows* se não a reprodução ao vivo das gravações? O que seriam videoclipes se não mais uma forma de promover as novas músicas gravadas?

De certa forma, a base da carreira de um artista da indústria musical é a produção musical, e o que acompanha isso é apenas derivado desta. Seria possível pensar que, assim como cantores, os atores também poderiam deixar diversos materiais gravados em vídeo, inéditos. Entretanto, levam-se meses, às vezes anos para produzir um filme ou uma série, enquanto uma canção pode ser gravada em um dia. Talvez aí esteja a principal diferença entre esses dois ramos do mercado artístico e o motivo pelo qual nos parece muito mais abundante a produção póstuma de cantores do que de atores.

Dessa forma, graças à natureza da profissão do cantor atualmente, a morte consegue ser driblada especialmente pelo fato de diversas músicas ficarem gravadas, “imortalizadas” para um futuro planejado pelo artista e sua equipe. Essas músicas ficam longe do conhecimento do público e, após a morte, elas ainda podem ser lançadas, o que garante que o artista continue produzindo conteúdo inovador mesmo após falecer. Por existir conteúdo para ser consumido, este o é e isso ocorre de forma ávida visto que, como já foi explicado nos capítulos anteriores, a morte de um artista impulsiona em seus consumidores o desejo por conteúdo. Jackson lançou diversos sucessos após sua morte, como por exemplo os supracitados “Hold My Hand” e “Love Never Felt So Good”. O videoclipe deste último foi feito com imagens antigas do cantor, ou seja, a impossibilidade de fazer um videoclipe novo póstumo foi de certa forma contornada, mas isso apenas foi possível graças à existência de um *single* que, para o público, era completamente novo.

Desta forma, a produção póstuma de cantores é mais possível e facilitada por girar em torno das gravações, que não necessitam da imagem do cantor e sim da sua voz, que permanece imortalizada. Ao mesmo tempo em que possibilita o pós-morte de cantores, essa “facilidade” pode gerar problemas, como foi o caso de Jackson. Ouvir a voz do amado artista falecido em *singles* inéditos é o que torna a produção póstuma tão lucrativa e de certa forma mágica, pois

anula e mascara a ausência do *performer* em questão. Se a voz que é reproduzida ali não é de fato a do cantor morto, todo o conteúdo perde sua autenticidade e atratividade, visto que, quando falamos em produção póstuma, não é a qualidade da música que é o principal atrativo – como seria com cantores vivos –, mas sim o fato de aquela música ser algo novo advindo de um artista já falecido. A qualidade do que é produzido fica em segundo plano para o fato de simplesmente existir uma produção no âmbito do conteúdo póstumo.

Sendo assim, quando Paris Jackson revelou em um *chat* com amigos que a voz presente nas novas canções do, mais tarde, primeiro álbum póstumo de seu pai não era a dele próprio e sim a de um cantor chamado Jason Malachi, houve um grande rebuliço na imprensa⁴⁸. No vídeo, que se tratava de uma conversa *online* com amigos em 2008, Paris toca “Hold My Hand”, na época *single* ainda não lançado, e seus amigos questionam o timbre da voz de Jackson, que aparentemente soa estranho. Paris então diz que o disco inteiro não é cantado pelo seu pai, mas sim por Malachi e que ela saberia reconhecer a voz do pai, pois ele cantava para ela o tempo todo.

Esta revelação só veio à tona em 2012 através da descoberta do vídeo por parte da imprensa, dois anos após o lançamento do álbum *Michael*. Na época em que foi lançado, o disco levantou questionamentos justamente pelo timbre de Jackson, que soava diferente da voz tão característica e específica do cantor. Nesta época, tanto a gravadora como a família do *performer* asseguraram que se tratavam de canções gravadas por Jackson antes de falecer⁴⁹.

Antes mesmo deste vídeo vazar, em 2011 Malachi revelou em seu perfil na rede social Facebook que foi ele quem gravou algumas faixas do álbum *Michael*⁵⁰. Tal revelação foi corroborada por outros familiares de Jackson além de Paris, como seus sobrinhos TJ e Taryll Jackson, que afirmavam ter a certeza de que os vocais na canção “Breaking News” não eram de seu tio e que por isso não apoiavam o lançamento das faixas por parte da Sony⁵¹. A Sony, por sua vez, defendeu a autenticidade da voz de Jackson no álbum *Michael*, negando as acusações.

É bastante interessante perceber, a partir dos acontecimentos que cercaram o álbum *Michael*, como se dá na prática o funcionamento do tripé de Tom Mole (2007), trabalhado no

⁴⁸ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/filha-de-michael-jackson-diz-que-voz-em-disco-postumo-nao-e-do-pai/>. Acesso em: 10 mar. 2017.

⁴⁹ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/filha-de-michael-jackson-diz-que-voz-em-disco-postumo-nao-e-do-pai/>. Acesso em: 10 mar. 2017.

⁵⁰ Disponível em: <https://newspressrelease.wordpress.com/2011/01/17/polemica-jason-malachi-diz-eu-gravei-as-novas-musicas-do-album-de-michael-jackson/>. Acesso em: 10 mar. 2017.

⁵¹ Disponível em: <http://gizmodo.uol.com.br/nova-musica-de-michael-jackson-e-completamente-falsa/>. Acesso em: 10 mar. 2017.

primeiro capítulo deste TCC. De acordo com Mole, a indústria da celebridade prescinde de três elementos para funcionar: celebridade-indústria-fã e o grande atrativo da celebridade é sua *autenticidade*. Quando o indivíduo está vivo, a indústria fica completamente mascarada e o artista vende uma personalidade que é dele e supostamente *autêntica*, sem qualquer interferência nem comprometimento com um órgão cujo principal objetivo é lucro. As ações da indústria que endossam essa *performance de autenticidade* ficam escondidas atrás da figura da celebridade. Entretanto, quando essa mesma celebridade morre, a indústria fica completamente exposta, sem um escudo para lhe proteger do elemento fã. Seu intermediário não mais existe e ela precisa encontrar uma outra forma de dialogar com os consumidores, visto que estes na maioria das vezes não estão abertos a um diálogo direto com as empresas.

Vemos então as grandes corporações musicais buscarem o lucro e tentarem uma última mistificação através dos registros póstumos do artista falecido. Lançam então álbuns com canções inéditas gravadas pelo cantor, conteúdo exclusivo e autêntico, vendendo a possibilidade de os fãs mais uma vez usufruírem da genialidade do morto. Utilizam como escudo os registros póstumos da celebridade, que por causa da sua ausência são muito mais frágeis. Tentam substituir o componente “indivíduo” do tripé pelos resquícios deste e quando questionadas sobre a confiabilidade dos produtos póstumos, fazem como a Sony neste caso fez, negando quaisquer questionamentos e defendendo a autenticidade do conteúdo lançado. Sem o indivíduo, o funcionamento dessa indústria fica completamente fragilizado, pois ela não tem no que se ancorar e é isso que fica nítido com a polêmica do álbum *Michael*. Considerando que autenticidade é o principal atrativo da produção póstuma, pois responde à demanda dos fãs agora órfãos, entendemos a revolta destes, que se sentem enganados e confrontados mais uma vez com a realidade de que seu ídolo se foi.

Esta expectativa por um conteúdo autêntico provinda tanto dos fãs quanto da imprensa fica nítida nas críticas feitas ao álbum *Michael*, que, envolto na polêmica Jackson/Malachi, foi bastante criticado. O portal de notícias G1, ao lançar a crítica a *Xscape*, segundo álbum póstumo de Jackson, acusou seu predecessor de ser “fake”⁵², além de criticar inúmeras faixas do álbum e elogiar algumas. Um comentário em particular desta crítica merece destaque. A reportagem, ao comentar a faixa “(I like) the way you love me”, diz que “o melhor é o início: uma mensagem de voz que o cantor deixou na caixa postal de seu engenheiro de som, na qual reproduz com a

⁵² Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2014/04/g1-ouviu-2-cd-postumo-de-michael-jackson-e-menos-fake-mas-e-ruim.html>. Acesso em: 10 mar. 2017.

boca o arranjo de bateria e cantarola uma parte da música”⁵³. Este tipo de comentário, feito em um órgão jornalístico, ilustra bastante o que se espera e o que se quer ver na produção póstuma: registros autênticos do artista falecido.

A revista *Rolling Stone* também não recebeu muito bem o primeiro álbum póstumo de Jackson, criticando justamente a produção, tocando no ponto da autenticidade comentado acima:

Este não é um álbum de Michael Jackson. Jackson era um dos maiores alvoroços mercadológicos do *pop*: mesmo quando suas canções estavam mal-acabadas, a produção era impecável. Ele jamais lançaria algo como esta compilação, um amontoado de rascunhos e cortes costurados pelo selo Jackson⁵⁴.

Vê-se neste trecho da crítica da conceituada revista *Rolling Stone*, o desejo por um álbum que fosse o mais próximo do que Michael lançaria se ele estivesse vivo, sugerindo uma espécie de protecionismo ao legado do cantor.

Esta demanda por autenticidade tão nítida na produção póstuma fica clara quando percebemos que tal produção se diferencia da feita em vida pelo artista no ponto em que a qualidade do produto fica em segundo plano em relação à autenticidade do mesmo, como expresso anteriormente. Quando um cantor lança um álbum ou *single* quando vivo, a qualidade e a capacidade destes de agradarem ao público e à crítica são os principais fatores levados em consideração para avaliação e consumo do álbum ou *single*. Entretanto, quando falamos em produção póstuma, só o fato do novo produto existir já é suficiente para atrair audiências, pois trata-se de um registro inédito de um cantor falecido. A obra póstuma está envolta no mistério e fascínio que caracterizam nossa concepção de morte atual e seu principal atrativo está na sua essência, ou seja, o fato de ser póstumo. A própria essência póstuma é a característica mais marcante e o maior trunfo deste tipo específico de produção.

Os outros álbuns póstumos de Jackson, *Xscape* e *Scream* causaram menos rebuliço na imprensa do que seu predecessor, que trouxe consigo a polêmica da voz do cantor. *Xscape* foi mais bem recebido pela crítica do que *Michael*: de acordo com o portal de notícias G1, “segundo CD póstumo de Jackson é menos ‘fake’, mas é ruim”⁵⁵ e segundo a *Rolling Stone* argentina,

⁵³ Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/12/cd-postumo-de-michael-jackson-e-lancado-oficialmente-nesta-segunda.html>. Acesso em: 10 mar. 2017.

⁵⁴ Disponível em: <https://www.rollingstone.com/music/albumreviews/michael-20101210>. Acesso em: 10 mar. 2017. Tradução minha de: “This is not a Michael Jackson album. Jackson was one of pop’s biggest fussbudgets: Even when his songs were half-baked, the production was pristine. He would not have released anything like this compilation, a grab bag of outtakes and outlines assembled by Jackson’s label.”

⁵⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2014/04/g1-ouviu-2-cd-postumo-de-michael-jackson-e-menos-fake-mas-e-ruim.html>. Acesso em: 10 mar. 2017.

“o segundo disco póstumo do Rei do Pop é sólido e, por momentos, arrepiante”⁵⁶. Diga-se de passagem, este foi o álbum que trouxe o elogiado *single* “Love Never Felt So Good”, parceria póstuma de Jackson com o cantor Justin Timberlake⁵⁷.

Já seu terceiro álbum póstumo lançado em 2017, *Scream* talvez marque o fim dos últimos anos de rica produção póstuma de Jackson, visto que consiste basicamente em uma compilação de canções já lançadas pelo cantor ao longo de sua carreira. A compilação tem como tema o “terror” e foi lançada como uma espécie de comemoração ao dia das bruxas. As críticas referentes a este álbum se apoiaram em geral no fato de que não havia conteúdo inédito e que não passava de uma seleção de *hits* já conhecidos do cantor⁵⁸. A este posicionamento, podemos perguntar: mas o que se espera de um cantor morto? Um eterno acervo para produção póstuma?

Todas as reflexões acima nos ajudam a pensar e principalmente, a definir em que consiste a produção póstuma de artistas, além de refletir sobre o que o público e a imprensa esperam dessa produção. *Performers* da indústria fonográfica têm sua vida após a morte facilitada por características inerentes à sua profissão, entre elas a gravação de voz, que possibilita um conteúdo “novo-velho”, em torno do qual toda produção póstuma gira. Além disso, a questão da autenticidade é muito mais presente na produção póstuma justamente por esta ser o resquício inédito de um falecido artista, tida como tudo o que restou deste. O fato de ser póstuma, ou seja, sua essência é o principal chamariz deste tipo de produção, que difere do trabalho do artista em vida por deixar a qualidade do trabalho em segundo plano em relação à simples existência de nova produção.

A polêmica em relação à voz de Jackson em *Michael* coloca em cheque a questão da autenticidade, que tem sua importância ainda mais potencializada na produção póstuma e nos mostra que, apesar de a morte de um artista impulsionar sua carreira, ela fragiliza completamente o funcionamento da indústria de celebridades, ancorada no tripé de Mole (2007).

⁵⁶ Disponível em: <http://www.rollingstone.com.ar/1697746-michael-jackson---xscape>. Acesso em: 10 mar. 2017. Tradução minha de: “el segundo disco póstumo del Rey del Pop es sólido y, por momentos, escalofriante”.

⁵⁷ Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2014/05/justin-timberlake-lembra-michael-jackson-em-novo-clipe-de-parceria.html>. Parafrazeando o *link*, a canção foi composta nos anos 80 e vazou nos anos 2000. Vale ressaltar que, sendo uma parceria póstuma, os vocais de Timberlake foram gravados após a morte de Jackson e mixados ao áudio original que continha a voz do cantor falecido.

⁵⁸ Disponível em: <http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/noticia/2017/09/29/michael-jackson-numa-compilacao-conceitual-equivocada-309327.php> e <https://mjbeats.com.br/scream-um-novo-%C3%A1lbum-716a1c5a528a>. Acesso em: 10 mar. 2017.

4.3 “THE SHOW MUST GO ON”: PRODUÇÃO PÓSTUMA

Ao longo deste terceiro e final capítulo, este estudo se propôs a definir, a partir das principais produções póstumas de Jackson, em que de fato consiste este conteúdo póstumo tão avidamente consumido por milhares de pessoas ao redor do mundo. *Michael Jackson's This Is It* e os três álbuns *Michael*, *Xscape* e *Scream* estenderam, entre outras produções, ao máximo possível a vida após a morte de Jackson, dando aos fãs algo o que consumir e a que se apegar após a morte do ídolo. O filme extremamente lucrativo, com seu caráter saudosista e redentor funciona como um *grand finale* para o grandioso espetáculo que foi a morte Jackson, deixando de lado uma vida cheia de polêmicas e fazendo o *performer* emergir quase como um santo de sua morte, mas ao mesmo tempo mais humano e próximo dos fãs. Já os álbuns colocam em cheque a autenticidade na produção póstuma de Jackson e expõem os limites dessa mesma produção, que ficam bem demarcados com o decepcionante lançamento de *Scream* em 2017, coletânea sem qualquer trabalho inédito.

Entender em que consistem essas novas produções é de suma importância para compreender não só como esta produção é possível na sociedade mediatizada, sedenta de celebridades e altamente tecnológica em que vivemos atualmente, mas também para refletir sobre o que esta produção diz sobre nós.

No decorrer deste capítulo buscou-se destrinchar os principais lançamentos símbolo do pós-morte de Jackson para responder à pergunta: que conteúdo é este lançado após o falecimento de artistas? Segue-se agora para a conclusão, parte final deste Trabalho de Conclusão de Curso, que fará um apanhado de tudo o que foi desenvolvido ao longo destes três capítulos.

5. CONCLUSÃO

Ao longo deste trabalho foram destrinchados os processos que cercam e embasam o consumo de conteúdo póstumo de artistas para melhor entender esta prática tão comum em nossa sociedade. Além disso, também foram analisados trabalhos produzidos após a morte de Michael Jackson com o objetivo de entender em que consiste essa produção, tão naturalizada no mundo midiático de hoje.

O primeiro capítulo teve como foco a cultura da celebridade e os processos históricos que a construíram e que se escondem por trás das práticas naturalizadas que temos hoje em relação a esses indivíduos considerados tão singulares. A partir do desenvolvimento desses processos definiu-se também, nessa primeira parte do estudo, o lugar ocupado por Jackson enquanto indivíduo célebre. Vimos que a celebridade como a concebemos surge então no final do século XVIII graças à organização do tripé indústria-indivíduo-fã (MOLE, 2007) em conjunto com os ideais românticos em voga na época. Além disso, a *hermenêutica da intimidade* possibilitava que a obra de um artista fosse considerada como uma janela para a intimidade e subjetividade deste, fazendo do autor o principal atrativo da própria produção. Essa ideia permanece até os dias de hoje, sendo, assim o tripé de Mole em conjunto com a hermenêutica, de máxima importância para entendermos o consumo do pós-morte de cantores.

A hermenêutica da intimidade possibilita a construção de uma conexão íntima entre fã e indivíduo, visto que o primeiro reflete a própria subjetividade na mesma obra em que o segundo supostamente refletiu a dele. Este estudo mostrou que a lógica da hermenêutica não deixa de funcionar após a morte de uma celebridade. Pelo contrário, uma demanda por conteúdo que poderia estar até então adormecida, agora que o indivíduo se foi e a matriz de tanta produção íntima e altamente vendável e interessante não existe mais, ganha proporções gigantescas no caso de Jackson. Após o falecimento, os fãs experimentam uma genuína sensação de perda, visto que o artista com os quais passaram anos se identificando e conectando se foi, como se perdessem um amigo ou ente próximo. Surge uma necessidade de amenizar a ausência do falecido, continuando o processo de conexão e identificação possibilitado pela hermenêutica da intimidade, que após a morte funciona também como uma forma de prolongar a permanência do artista em nossas vidas. Pode-se dizer então que o consumo do pós-morte de cantores também opera como uma espécie de negação da morte, uma vivência de luto por parte das audiências mundiais, que querem continuar a ter contato com o artista morto e, para isso, não aceitam seu falecimento. Talvez também por isso ocorra uma demanda exacerbada por conteúdo póstumo novo e inédito.

A sede moderna por entretenimento, o declínio das comunidades, o enfraquecimento das relações sociais e a perda da noção de pertencimento (HOLLANDER, 2011), por sua vez, possibilitam e justificam bastante o consumo do pós-morte de artistas. Tanto o desejo constante de evitar o tédio quanto a necessidade de criar laços permanecem após a morte do indivíduo e podem até ser mais estimulados por conta da ausência recente da celebridade.

Todos os fatores citados acima prepararam e preparam o terreno perfeito para o consumo em massa de celebridades, e conseqüentemente o consumo em massa do pós-morte desses indivíduos. Esses processos se dão através de uma indústria que se encontra mistificada e cuja mistificação é imprescindível para o funcionamento próprio do aparato da celebridade. A mesma mistificação deve continuar após a morte para que a venda em massa de conteúdo póstumo, cuja autenticidade é neste momento o maior atrativo, seja possível. Entretanto, vimos que tal mistificação encontra dificuldades em se sustentar com a ausência do indivíduo.

Finalmente no primeiro capítulo foi definido o lugar de Jackson enquanto celebridade a partir dos processos previamente discutidos. Fatores como sua capacidade de produzir conteúdo dentro do paradoxo “padrão-individualidade” (MORIN, 1975), sua vida escandalosa e excêntrica com alto potencial de entretenimento e o conseqüente lugar de projeção ocupado por ele possibilitam o exacerbado caráter célebre do *performer*.

Já no segundo capítulo o objetivo consistiu em entender os processos atuais pelos quais se dá a morte de celebridades e suas origens históricas, partindo das concepções sobre a morte de dois momentos cruciais: a Idade Média e a Modernidade.

Traçando paralelos com o trabalho “Idade Média, Idade Mídia: paralelos do espaço sagrado na construção da morte digital” de Renata Rezende Ribeiro (2009) chega-se a algumas conclusões interessantes a respeito da morte de artistas atualmente. O cristianismo, visão de mundo fortemente presente na Idade Média, tem suas influências em nosso imaginário até os dias de hoje e isso se reflete na forma através da qual utilizamos o ciberespaço para lidar com a morte de indivíduos, transformando este espaço virtual em uma espécie de “além” contemporâneo. Pode-se dizer que o mesmo ocorre com artistas da indústria fonográfica, que ganham uma sobrevida após sua morte, não apenas no ciberespaço, mas em todos os lugares nos quais seu conteúdo em vida e póstumo continua a circular. Estes espaços também funcionam como o “além” contemporâneo definido por Ribeiro (2009), no qual as celebridades continuam vivas, transcendendo a morte e em constante contato com seus fãs através da indústria.

Chega-se à conclusão então que um dos possíveis motivos por trás do consumo ávido de conteúdo póstumo de artistas é uma busca por conforto do ser humano em relação à

inevitabilidade da morte. Ao consumirmos a produção inédita de um artista morto, estendemos a sua presença e seu legado, tentando talvez dar sentido à sua partida e buscando respostas a nossas próprias questões existenciais. A televisão, o rádio, as plataformas de *streaming* e a Internet funcionam como os espaços nos quais o artista transcende os limites do corpo e permanece de certa forma “vivo”, além de servirem como o ponto de contato entre fãs e cantor falecido. A produção póstuma supre então essa necessidade de estabelecer canais de comunicação para melhor compreender nossa existência (RIBEIRO, 2009). Além disso, é interessante perceber que a produção póstuma de fato possibilita a sensação de que a celebridade continua viva e presente, visto que deixou para trás trabalhos e projetos inacabados. Como a hermenêutica da intimidade (MOLE, 2007) estabelece que o trabalho é a janela para a intimidade de um artista, é como se sua essência continuasse ali, circulando nas estações de rádio, na televisão, nas plataformas virtuais, etc., ou seja, nos mesmos espaços nos quais circulava em vida.

O desejo humano de transcender a morte encontra então grande expressão no pós-morte de artistas, o que em parte justifica um consumo tão forte desse tipo específico de produção. Jackson, como foi destrinchado no segundo capítulo, é um grande exemplo disto, tendo em vista seu pós-morte duradouro e a legião de fãs órfãos que ele deixou ao morrer, gerando uma demanda avassaladora por conteúdo inédito e autêntico, que foi suprida pela indústria.

Já na seção sobre a Modernidade depreende-se do trabalho de Belleza e Matheus(2016) que este período da história humana foi responsável pelo surgimento de um discurso moralizante sobre a boa morte ocidental. O discurso coletivo prega que a morte é um evento íntimo que deve ser restrito a parentes e amigos próximos do falecido, livre de grandes alvoroços e excessos. Dessa forma, quando a morte é exposta e explorada pelos meios de comunicação, são feitas críticas que definem tal exposição como “sensacionalista” e “apelativa”. Entretanto, esse discurso entra em contradição com o comportamento da mídia e da massa, em especial quando falamos de celebridades.

O fato de a morte de uma celebridade ser completamente espetacularizada e tratada pela mídia e pelos consumidores como um evento público é bastante impressionante quando consideramos o discurso que nós mesmos emitimos a respeito de uma “forma correta de morrer”. Isto ocorre por causa da própria essência da celebridade, que mistura constantemente os limites do público e privado, colocando sua vida pessoal como produto. Se a espetacularização da morte nos meios de comunicação de massa é criticada e ao mesmo tempo consumida, quando a morte é de um indivíduo célebre, a propensão ao consumo de conteúdo póstumo é maior. Isto se dá pois tanto a vida pessoal de uma celebridade quanto a profissional

– que se misturam em uma só – transcendem sua própria vida, pertencendo à indústria e ao público.

É interessante perceber essa grande contradição entre discurso e ação e o motivo por trás dela: o fato de tanto a vida quanto a morte de uma celebridade serem produtos destinados ao consumo das massas. Um indivíduo que, com o auxílio de uma indústria, vendeu sua vida inteira como algo de domínio público, dificilmente terá sua morte abordada de outra forma, até porque esta é uma fonte de lucro bastante considerável. Afinal, o falecimento é um ponto de altíssima identificação entre celebridade e fã, visto que todos vamos morrer um dia e que a morte do outro provoca em nós compaixão e empatia. Jackson, ao morrer, desce do lugar de projeção que ocupou grande parte de sua carreira e encontra talvez o ponto de máxima identificação com suas audiências na hora da morte. Sendo assim, o consumo ávido do pós-morte de artistas é uma consequência direta do funcionamento da cultura de celebridade, cujo maior produto é a própria intimidade. E o que poderia ser mais íntimo do que a morte, tendo em vista o discurso moralizante ocidental que prega justamente o caráter privado e intimista do ato de falecer?

Por fim, com os processos que possibilitam o consumo do pós-morte de artistas destrinchados, chegamos ao terceiro capítulo, onde a produção póstuma de Jackson é analisada com o principal objetivo de entender em que consiste o conteúdo póstumo de um cantor.

Analisando o filme *Michael Jackson's This Is It*, grande lançamento póstumo de Jackson, percebe-se logo à primeira vista a contradição entre a sinopse divulgada do filme e seu conteúdo em essência. Enquanto a primeira prometia um conteúdo de teor íntimo, o segundo consistia em uma espécie de intimidade voltada para o trabalho do *performer*. A partir daí depreende-se que o conteúdo lançado após a morte de um artista continua a ser orientado pela mesma lógica de celebridades que orientou a vida inteira da celebridade em questão, colocando a intimidade como principal produto a ser vendido. Adicionalmente, o documentário encontra-se submerso em um caráter de exclusividade e privilégio, trabalhando ainda a após a morte com o conceito “padrão-individualidade” de Morin (1975), o que ilustra outra semelhança com o conteúdo produzido em vida pelo *performer*. É interessante perceber que Jackson é humanizado e santificado em *This Is It*, que por conta da morte de seu protagonista, funciona como uma redenção do cantor, um *grand finale* para a sua morte completamente espetacularizada e só atinge o sucesso colossal que atingiu por causa da morte de Jackson.

Já na análise dos álbuns póstumos do cantor entra em questão a característica que talvez seja a mais marcante deste tipo de produção: a presença da autenticidade como principal atrativo em detrimento da qualidade do trabalho. Por causa da morte do *performer*, o conteúdo autêntico

é o que mais suscita o interesse dos consumidores, visto que este não mais seria possível em consequência da morte de seu produtor. Quando esta autenticidade é ameaçada, o conteúdo perde sua atratividade, pois expõe uma indústria cujo único objetivo é lucrar em cima dos fãs agora órfãos de seu ídolo. Vemos então, em especial com a polêmica em relação à autenticidade da voz do cantor em algumas faixas do álbum *Michael* as dificuldades impostas pela morte ao funcionamento do tripé de Mole (2007), que a partir do falecimento, não mais conta com o componente do indivíduo. Também é importante perceber que a vida produtiva após a morte de cantores é em parte facilitada pela essência de seu trabalho e pelos mecanismos de funcionamento da indústria fonográfica. A partir das gravações inéditas feitas em vida, constrói-se todo um legado de conteúdo lançado após a morte.

Partindo dessas análises podemos então dizer que o conteúdo póstumo funciona sob a mesma lógica que regeu a vida da celebridade falecida e tem como motor a própria morte, que garante a oportunidade perfeita para o lançamento deste tipo de produção, quase garantindo o lucro. Além disso, se em vida a autenticidade já era um grande atrativo, na morte ela ganha o primeiro plano, e a indústria precisa muitas vezes fazer manobras para burlar as dificuldades que a ausência do indivíduo traz. Apesar de funcionar sob a mesma lógica que dominou a vida do artista em vida, é muito fácil neste momento a indústria ficar exposta, visto que a máscara atrás da qual se escondia não mais existe. As grandes corporações tentam então repetir os mesmos mecanismos de funcionamento utilizando os resquícios de produção deixados pelo cantor, muitas vezes falhando, como foi o caso do álbum *Michael*.

Neste trabalho foi feito um estudo aprofundado sobre o sucesso após a morte de artistas da indústria fonográfica com o principal objetivo de melhor entender os processos que possibilitam o consumo de conteúdo póstumo. Tais processos e suas consequências ilustram de forma bastante clara e desmistificada algumas das engrenagens que regem nossa vida em sociedade, nossa forma de pensar e consumir a morte e nossa relação com celebridades. Através dos avanços da tecnologia, aliados a uma indústria bastante desenvolvida de celebridades conseguimos de certa forma ultrapassar as barreiras da morte, e assim entrar em maior contato com este acontecimento inevitável que há tanto aflige a humanidade. Em um mundo praticamente regido por ideais capitalistas se faz necessário pensar no que consumimos, pois isto define quem somos, de forma a melhor entender a vida que levamos em sociedade e a própria essência e condição humanas.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMY. Direção: Asif Kapadia. Produção: James Gay-Rees, George Pank e Paul Bell. Londres: Altitude Film Distribution, 2015. 1 DVD (128 min.).
- BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001. 260 p.
- BELLEZA, Eliane Tadeu da Silva; MATHEUS, Letícia Cantarella. A visibilidade da morte e a perversão no caso Cristiano Araújo. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, São Leopoldo, volume 18, número 3, p. 253-264, setembro/dezembro 2016.
- BOORSTIN, D. From hero to celebrity: the human pseudo-event. In: BOORSTIN, D. *The Image: a guide to pseudo-events in America*. Nova Iorque: Vintage Books, 1961. p. 45-75.
- DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. 240 p.
- FREIRE FILHO, J. Fãs, a nova vanguarda da cultura? In: FREIRE FILHO, J. *Reinvenções da Resistência Juvenil*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007. p. 81-109.
- HOLLANDER, P. A cultura da celebridade americana, a modernidade e a decadência. In: TORRES, Eduardo Cintra & ZÚQUETE, José Pedro (orgs.). *A vida como um filme: fama e celebridade no século XXI*. Alfragide: Texto Editores, 2011, p. 61-80.
- _____. Michael Jackson, the celebrity, the cult and the popular culture, *Society*, Março-Abril, v. 47 n.2, p. 147-152, 2010.
- JACKSON, Michael. *Michael*. Nova Iorque: Epic Records, 2010. 1 CD.
- _____. *Xscape*. Nova Iorque: Epic Records, 2014. 1 CD.
- _____. *Scream*. Nova Iorque: Legacy Recordings, 2017. 1 CD.
- MICHAEL Jackson's This Is It. Direção: Kenny Ortega. Produção: Michael Jackson, Randy Phillips, Kenny Ortega e Paul Gongaware. Los Angeles: Sony Pictures, 2009. 1 DVD (111 min.).
- MOLE, T. Romantic Celebrity. In: MOLE, T. *Byron's Romantic Celebrity: industrial culture and the hermeneutic of intimacy*. Basingstoke: Palgrave, 2007. p. 1-27.
- MORIN, E. Os Olímpianos. In: MORIN, E. *Cultura de massas no século XX: O espírito do tempo 1- Neurose*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997. p. 99-101.
- _____. Deuses e Deusas. In: MORIN, E. *As Estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989. p. 24-47.
- _____. A indústria cultural. In: MORIN, E. *Cultura de massas no século XX: O espírito do tempo 1- Neurose*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997. p. 22-34.
- RIBEIRO, Renata Rezende. *Idade Média, Idade Média: paralelos do espaço sagrado na construção da morte digital*. In: Anais do VII Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho: mídia alternativa e alternativas midiáticas, 19 a 21 de agosto de 2009, Fortaleza, Universidade de Fortaleza, 2009.

SUASSUNA, Ariano. *Auto da Compadecida*. 35. ed. Rio de Janeiro: Agir, 2005. 186 p.

TURNER, G. The Economy of Celebrity. In: TURNER, G. *Understanding Celebrity*. Londres: Sage, 2004. p. 31-51.