

**Artigo*****Girl Power! Compondo um currículo com as Spice Girls*****Girl Power! Composing a curriculum with the Spice Girls****Girl Power! Componiendo un currículo con las Spice Girls****Alcidesio Oliveira da Silva Junior¹**

Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa-PB, Brasil

Resumo

Como um acontecimento que sacudiu o mundo no final da década de 1990, as *Spice Girls*, consideradas o maior fenômeno da música britânica pós-*Beatles*, conquistaram uma legião de fãs esbanjando carisma, ousadia e diversão na onda do “feminismo popular” de figuras como Madonna. Por meio de uma análise cultural em diálogo com os estudos de gênero, os estudos da cultura pop e as teorias pós-críticas de currículo, são apresentados no artigo depoimentos de fãs da banda com o objetivo de analisar de que forma as *Spice Girls* operam como um currículo cultural, que aqui chamado de Currículo *Girl Power*, nos processos de subjetividade que se desenvolvem na relação dos/as fãs com as músicas da banda, bem como na relação estabelecida no seu *fandom*. Conclui-se que o Currículo *Girl Power* traz duas temáticas que ganham vida na performance das *Spice Girls*, no corpo de conhecimentos e nas práticas culturais que produziram o ser/estar no mundo destes jovens e adolescentes: a valorização da amizade e o respeito às diferenças. Como fenômeno pop feminista, as *Spice Girls* agenciaram experimentações com múltiplas subjetividades conectadas a elas, criando caminhos e fendas nos roteiros, modos e comportamentos de gênero e sexualidade legitimados pela cultura de seu tempo, formando uma geração.

Abstract

As an event that shook the world in the late 1990s, the Spice Girls, considered the biggest phenomenon of post-Beatles British music, won a legion of fans lavishing charisma, daring and fun in the wave of "popular feminism" of figures like Madonna. Through a cultural analysis in dialogue with gender studies, pop culture studies and post-critical curriculum theories, the article presents testimonials from fans of the band in order to analyze how the Spice Girls operate as a cultural curriculum, which here called Girl Power Curriculum, in the processes of subjectivity that develop in the relationship of fans with the band's songs, as well as in the relationship established in their fandom. It is concluded that the Girl Power Curriculum brings two themes that come to life in the Spice Girls' performance, in the body of knowledge and in the cultural practices that produced the being in the world of these young people and adolescents: the appreciation of

¹Doutorando e Mestre em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal da Paraíba. Membro do Grupo de Pesquisa em Estudos Culturais e Arte/Educação (UFRPE) e do Ensaio – Vida, Pensamento e Escrita em Educação (UFPB). ORCID id: 0000-0002-5536-064X E-mail: ateneu7@gmail.com

friendship and respect for differences. As a feminist pop phenomenon, the Spice Girls brokered experiments with multiple subjectivities connected to them, creating paths and cracks in the scripts, modes and behaviors of gender and sexuality legitimized by the culture of their time, forming a generation.

Resumen

Como un evento que sacudió al mundo a finales de los 90, las Spice Girls, consideradas el mayor fenómeno de la música británica post-Beatles, ganaron una legión de fans que derrochaban carisma, atrevimiento y diversión en la ola de "feminismo popular" de figuras como Madonna. A través de un análisis cultural en diálogo con los estudios de género, los estudios de la cultura pop y las teorías curriculares poscríticas, el artículo presenta testimonios de fans de la banda con el fin de analizar cómo operan las Spice Girls como currículo cultural, que aquí denominamos Girl Power Curriculum, en los procesos de subjetividad que se desarrollan en la relación de los fans con las canciones de la banda, así como en la relación que se establece en su *fandom*. Se concluye que el Currículo Girl Power trae dos temas que cobran vida en la actuación de las Spice Girls, en el cuerpo de saberes y en las prácticas culturales que produjeron el estar en el mundo de estas jóvenes y adolescentes: la valorización de la amistad y el respeto por las diferencias. Como fenómeno pop feminista, las Spice Girls intermediaron experimentos con múltiples subjetividades conectadas a ellas, abriendo caminos y grietas en los guiones, modos y comportamientos de género y sexualidad legitimados por la cultura de su época, formando una generación.

Palavras-chave: Currículo, Relações de Gênero, Cultura pop, Estudos Culturais.

Keywords: Curriculum, Gender relations, Pop culture, Cultural Studies.

Palabras clave: Currículo, Relaciones de Género, Cultura Pop, Estudios Culturales.

1. Introdução

“Você tem entre 18-23 anos e sabe cantar e dançar? Você é dinâmica, extrovertida, ambiciosa e esforçada?” O ano era 1994 quando um anúncio publicado na revista britânica *The Stage* arrebatou a esperança de cerca de 400 meninas que responderam ao chamado dos empresários Bob e Chris Herbert, da Heart Management, para uma audição musical em busca de uma *girl group*² como alternativa às bandas de rapazes que dominavam a cena pop daquela época.

Ao final das etapas da seleção deu-se origem ao grupo *Touch*, formação inicial das *Spice Girls* que contava com Melanie C., Melanie B., Geri Halliwell, Victoria Adams (hoje mais conhecida como Victoria Beckham) e Michelle Stephenson, esta última logo sendo substituída por Emma Bunton. Um relacionamento conturbado com seus antigos empresários fez as meninas tomarem as rédeas da própria carreira e, após muitas negativas na indústria pop britânica, com novas composições, novas coreografias e o nome *Spice Girls* definido, assinaram um contrato com a gravadora *Virgin Records* em 1995 por intermédio de Simon Fuller, o novo empresário.

Para a atual geração, talvez o brilho do grupo seja menos reluzente tamanho o intervalo entre a época do seu auge (1996-1998) e os tempos atuais, mas vale destacar que as *Spice Girls* ainda são consideradas o maior fenômeno da música pop britânica pós-*Beatles*, a maior *girl group* da história, sendo responsáveis por uma avalanche de *hits*, videoclipes memoráveis, premiações

² Grupo musical formado apenas por garotas.

(*Brits Awards, World Music Awards, MTV Europe Music Awards, Billboard Music Awards, American Music Awards*, entre muitos outros), recordes de vendas, diversos produtos com sua marca, inúmeras referências na cultura pop, participação em renomados programas da televisão mundial, além de protagonizarem seu próprio filme: *Spice World – O Mundo das Spice Girls* (1997), este arrecadando cerca de 77 milhões de dólares em todo o mundo³.

Quanto aos seus *hits*, o primeiro *single* das meninas, *Wannabe*, alcançou o 1º lugar em mais de 30 países no ano de 1996, sendo o antecessor de mais 8 músicas que chegaram à posição mais elevada no *Official Chart*⁴ do Reino Unido e de muitos outros países. Em sua trajetória, as *Spice Girls* lançaram 3 álbuns e 1 coletânea com os maiores sucessos do grupo, que incluía duas músicas inéditas, vendendo ao todo 80 milhões de discos em toda a carreira, se tornando um dos grupos de música pop que mais vendeu na história⁵.

Revisitar antigas anotações em diário próprio, deu início às reflexões aqui propostas sobre o impacto do acontecimento *Spice Girls* na vida de tantos/as jovens que estavam descobrindo a sua sexualidade, construindo suas lentes para ver o mundo, estilizando seus modos de vida...Se as músicas e performances visuais de *Sporty Spice, Scary Spice, Ginger Spice, Baby Spice e Posh Spice*⁶ ainda têm muito a dizer em tempos onde as informações correm velozes e adentram nossas vidas por meio das telas de todos os formatos e tamanhos, o que dizer dos efeitos reverberados pelas meninas em plena metade dos anos de 1990?

No artigo, depoimentos de fãs das *Spice Girls* foram perscrutados por meio das lentes teóricas dos Estudos Culturais em interface com o campo da Educação, compreendendo que “os/as influentes pedagogos/as do século XX não são apenas os/as extenuados/as professores/as do sistema escolar público, são também os/as agentes culturais hegemônicos” (GIROUX, 2012, p. 151). Assim, o objetivo é analisar de que forma as *Spice Girls* operam como um currículo cultural, aqui chamado de Currículo *Girl Power*, nos processos de subjetividade que se desenvolvem na relação dos/as fãs com as músicas da banda, bem como na relação estabelecida no seu *fandom*⁷. O termo *Girl Power*, ou “Poder feminino” (tradução livre) é utilizado em referência ao *slogan* utilizado massivamente pelo grupo nos seus discursos, considerado no artigo como produto do feminismo de terceira onda que desponta na década de 1990, marcado pelo jogo das diferenças e que “evidencia ‘novas’ mulheres: as negras,

³ Fonte: Wikipedia. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Spice_Girls. Acesso em: 07 jul. 2020.

⁴ Parada de *hits* organizada pela *Official Charts Company* no Reino Unido.

⁵Fonte: Independent UK. Disponível em: <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/theatre-dance/features/will-spice-girls-inspired-musical-viva-forever-spice-up-my-life-again-8386944.html>. Acesso em 07 jul. 2020.

⁶Apelidos dados em 1996 pela revista *Top of the Pops* com base nos estilos de cada uma das meninas: Mel C, a garota ligada aos esportes (*Sporty Spice*); Mel B, a garota exuberante e agressiva (*Scary Spice*); Geri e seu cabelo ruivo flamejante (*Ginger Spice*); Emma, a mais nova e doce do grupo (*Baby Spice*); e Victoria, transbordando elegância (*Posh Spice*).

⁷*Fandom* é um termo utilizado para nos referirmos à comunidade de fãs que se reúne e que compartilha um determinado interesse (celebridades, modas, hobbies, etc.), formando uma subcultura. De acordo com Camila Oliveira (2015, p. 643), “um dos aspectos que facilita as relações entre o fã e o ídolo no contexto atual é a questão da visibilidade, que foi aumentada com o desenvolvimento da internet”, como mostra este artigo, visto que os questionários elaborados foram compartilhados nas redes de sociabilidades virtuais, nos grupos de fãs das *Spice Girls* no *Facebook*.

as lésbicas, as mulheres do terceiro mundo, as transgêneros, entre outras” (RABAY; CARVALHO, 2011, p. 86), sendo uma fragmentação identitária da modernidade tardia (HALL, 2019). A efervescência em torno das *Spice Girls* também se dá em meio a uma renovação do feminismo, onde vemos a participação ativa das mulheres não apenas no consumo, mas na gestão de produtos culturais, no que podemos chamar de *girl culture* (DRISCOLL, 1999). O argumento desenvolvido com base nas respostas dos/as fãs é que como professoras que emergem na/da cultura pop, as *Spice Girls* ensinam determinados modos de ser e estar no mundo, evidenciando a promoção de um currículo cultural na formação de sujeitos que compõe-se de dois elementos principais: a importância da amizade e o respeito às diferenças⁸.

2. Cultura pop e currículo: modos de apimentar a vida com as *Spice Girls*!

Estendendo-se como ondas transculturais de alcance inimaginável, a música pop destaca-se como um dos produtos de maior contágio da cultura contemporânea, responsável pela promoção de novas lentes para vermos o mundo, novos hábitos, moda, além de fabulações coletivas em torno das identidades. Em meio a uma “nebulosidade afetiva” (JANOTTI JR., 2015, p. 45) que se materializa na indústria da música pop, uma constelação de agenciamentos se propaga através das práticas culturais que se movimentam nos cenários musicais, em especial, da juventude hiperconectada, visto que “vivemos cada vez mais conectados(as) e é por meio das conexões em rede que construímos a nossa cidadania e as nossas subjetividades” (SILVA JUNIOR; FÉLIX; COUTO, 2020, p. 04).

De acordo com Thiago Soares (2014, s/p), “estar imerso na cultura pop é se estender por objetos que falam por clichês, por frases de efeito, por arranjos musicais já excessivamente difundidos, por filmes cujos finais já sabemos, canções cujos versos já ouvimos, refrões que nos arrepiam”. Tais elementos sinalizam para a reverberação do alcance dos produtos da cultura pop no nosso cotidiano, seja por meio dos jargões dos programas humorísticos que repetimos no nosso dia a dia, seja a cópia da roupa da cantora diva que estourou na última parada musical. A música pop torna-se, portanto, um dos veículos responsáveis pelas (des)aprendizagens que ganham corpo na espessura do real social, caracterizada por ser “[...] uma mistura de tradições, estilos e influências musicais [...] um produto econômico com um significado ideológico atribuído por seu público” (SHUKER, 1999, p. 08).

Fazendo mais apontamentos às definições que não se esgotam do que seria o pop, Jeder Janotti Jr. argumenta que este, “além de pressupor modos de habitar e desabitar o mundo, é antes uma encenação de si e dos outros que engloba, ao mesmo tempo, aspectos econômicos, políticos, estéticos e sociais”, reforça, “através do agenciamento de certas produções culturais midiáticas”, com tonalidades, ao mesmo tempo, populares e distintas” (JANOTTI JR., 2016, p. 109).

⁸Apesar do último single inédito, “*Headlines (Friendship Never Ends)*”, ter sido lançado em 2007, a turnê “*Spice World – 2019 UK Tour*” foi um sucesso (mesmo sem a presença de Victoria Beckham, hoje estilista renomada). Foram 13 apresentações no Reino Unido e na Irlanda entre maio e junho de 2019 com um total de 697.357 ingressos vendidos e US\$78,2 milhões arrecadados. Fonte: Wikipedia. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Spice_World_%E2%80%93_2019_Tour. Acesso em: 30 out. 2020.

Uma composição que engloba elementos heterogêneos e que sinaliza para possibilidades de abertura, borramentos de fronteiras estilísticas-musicais, além de uma multiplicação de sentidos, dada a sua amplitude cultural e mercadológica.

Também é possível dizer que, apesar de a ela ser fincada uma etiqueta de pura descartabilidade e futilidade, a cultura pop vai além das limitações que lhes são impostas, do reducionismo de significados que giram em torno da sua produção, vista como puramente homogênea ou de má qualidade. Junto à capacidade de alcance veloz e do contágio em grande escala, a música pop também se destaca por seu “contínuo processo de incorporação e excorporação de tessituras e valores culturais” (JANOTTI JR., 2016, p. 109), bem como uma capacidade criativa e inventiva que não são tolhidas dos seus processos de feitura (SOARES, 2014). Ainda segundo este autor:

Lança-se luz ao fato de que, embora seja claro e evidente que os produtos e as formas culturais em circulação na música e na cultura pop estejam profundamente enraizados pela configuração mercantil, pelas imposições do capital (de modos de produção, formas de distribuição e consumo) não se invalidam abordagens sobre a pesquisa neste segmento da cultura que reconhece noções como inovação, criatividade, reapropriação, entre outras, dentro do espectro destes produtos midiáticos. (SOARES, 2015, p. 23)

Partindo do entendimento de que para além das suas características explicitamente mercadológicas e de sua estetização muitas vezes vinculada por algumas teorias da comunicação ao falseamento da realidade e sua alienação, conforme aponta a teoria crítica da Escola de *Frankfurt*, a música pop não desprende-se das suas possibilidades criativas e de sua capacidade de renovação. As *Spice Girls*, como produtos da indústria pop britânica, tornam-se não apenas personagens de um grande quadro lucrativo, mas emergem em sua época como reluzentes – e afetivos – símbolos que deslocam certas estruturas do conservadorismo do Reino Unido, evidenciando discursos, em suas letras e performances, que abordam o feminismo, a sororidade, a liberdade sexual e o respeito às diferenças. Como uma alternativa às *boy bands*⁹ dos anos de 1990, o grupo cultivava um misto de rebeldia, *sex appeal* e espontaneidade, arrebatando hits ao longo da carreira, desencadeando uma “SpiceMania” que se espalhou por todo o mundo.

⁹Termo utilizado na indústria da música pop para grupos formados apenas por garotos, como os norte-americanos *Backstreet Boys*, contemporâneos das *Spice Girls*, e *One Direction*, quinteto londrino formado em 2010.

Figura 1 – *Spice Girls* (Da esquerda para a direita: Victoria, Mel C, Mel B, Emma e Geri, logo abaixo).



Fonte: Site Pipoca Moderna, 2019.¹⁰

Uma das marcas da Cultura Pop é justamente a possibilidade de diluição das fronteiras geográficas por meio de uma identificação transcultural, promovendo uma rede estendida entre fãs por todo o mundo. A SpiceMania, reforçada, inclusive, por expressões como *Spice World*, utilizada pelas garotas em um dos seus CDs, como título do seu filme e no nome de duas de suas turnês (*SpiceWorld Tour* em 1998 e *Spice World Tour* em 2019), materializam a ideia de que “[...] os gêneros midiáticos podem ser comparados a microcosmos móveis que conjuram estéticas e relações sociais, unindo lugares físicos às vivências culturais desterritorializadas” (JANOTTI JR., 2015, p. 48). Por meio de um enredamento afetivo de identificações variadas, as linhas que compõem as *Spice Girls* se espalham por diversas regiões do globo, promovendo não apenas fruição musical, mas também “acionando pertencimentos que nos colocam em dinâmicas de alteridade” (JANOTTI JR., 2016, p. 121).

Tais elementos ganham tonalidades mais evidentes na pós-modernidade, um tempo marcado pela globalização, pelo avanço tecnológico e pela fragmentação das identidades. Assim, “à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis”, de acordo com Stuart Hall (2019, p. 12), “com as quais poderíamos nos identificar a cada uma delas – ao menos temporariamente”. Em meio a esta diversidade de possibilidades e de existências, mesmo transitórias, a Cultura Pop tem se construído, alimentada pelas demandas do mercado e pelas exigências do público por produtos cada vez mais autênticos e adequados às rápidas mudanças da atualidade.

E é como fruto da música pop na pós-modernidade que as *Spice Girls* são delineadas meticulosamente na liberação de signos potentes na produção da aderência visando a captura identitária do seu público. Como argumenta Bettina Fritzsche (2004, p. 109), “cada uma das *Spice Girls* é percebida por suas fãs como uma pessoa diferente, o que faz com que a imitação das componentes do grupo envolva modos diferentes de se apresentar, conforme suas qualidades que queiram evidenciar: engraçadinha, confiante ou sexy”. E assim, as cantoras

¹⁰ Disponível em: <https://pipocamoderna.com.br/2019/06/spice-girls-vao-voltar-ao-cinema-como-desenho-animado/>. Acesso em 31 out. 2020.

compõem personagens que reúnem características específicas na produção de sentidos junto aos/às fãs:

Assim temos a Emma, a garota tímida e um pouco infantil que usa vestidos curtos e que penteia o cabelo com rabo de cavalo. Mel B, com certo ar rebelde e intelectual, neste caso, se trata de uma garota de cor que defende os valores étnicos. Em terceiro lugar temos a esportista, Mel C, dentre elas a mais tradicional e que investe na saúde. A garota elegante também tem espaço no grupo, Victoria, apaixonada pela alta costura e design, tudo nela é glamour, estilo e classe. Por último Geri, a ruiva, mulher atrevida que gosta de mostrar seu corpo e não se detém por nada [...] Desta maneira todos os modelos de pessoas têm sua identificação dentro da formação “Spice Girls”. (MARTÍN *et al.*, 1998, p. 189, tradução livre)

É possível compreender, junto com Kathryn Woodward (2014, p. 08), que as identidades “adquirem sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais elas são representadas”. Ser uma garota (ou um garoto) *Scary, Ginger, Baby, Posh e/ou Sporty* – performances da assinatura midiática do grupo britânico – revela a força pedagógica que se movimenta em meio aos discursos protagonizados pelas garotas, visto que “as invocações do *fandom* das *Spice Girls* funcionam diretamente pela identificação: os fãs das *Spice Girls* são *Spice Girls*, o material promocional diz isso repetidamente”, conforme atesta Catherine Driscoll (1999, p. 175, tradução livre), “e os fãs das *Spice Girls* gostariam de ser *Spice Girls* – isso também diz”.

Por meio de um jogo de mediações, “processos de materialização de expressividades estéticas, sociais, políticas e econômicas” (JANOTTI JR.; ALCANTARA, 2018, p. 21), as identificações entre os/as artistas da música pop e seu público se produzem performaticamente, pois, segundo Mozdzenski (2015, p. 58), as “identidades são construídas e exibidas constantemente por meio de comportamentos sociais. O uso da linguagem é um dos principais comportamentos envolvidos nessa produção e projeção de identidades”.

Neste caminho, é possível traçar pontes buscando compreender o desenho de um currículo cultural mediado pelas *Spice Girls*, no que chamo de Currículo *Girl Power*, um conjunto de representações construídas performativamente visando a produção de uma aderência de sentidos, bem como de identidades em profunda relação aos discursos das músicas e performances do grupo. O entendimento de performance se apresenta na forma como os “corpos se colocam em cena, o que teatralizam [...] os modos particulares de agir, olhar, interagir, valorar [...] questões que lidam tanto com identidades quanto com diferenças” (AMARAL; SOARES; POLIVANOV, 2018, p. 76). O que representa o acontecimento *Spice Girls*? O que ensinam suas músicas e suas performances? Quais produções subjetivas decorrem do slogan *Girl Power*?

Para tanto, “da perspectiva curricular, poderíamos dizer que as instituições e instâncias culturais mais amplas também têm um currículo” (SILVA, 2017, p. 139) que instaura determinados tipos de conhecimento, valores, modos de ver a vida. Um currículo cultural que se estende como uma rede de significados com grande força pedagógica. As análises aqui apresentadas são embasadas nas teorias pós-críticas de currículo que têm reconhecido “[...] que

no mundo contemporâneo novas configurações culturais têm concorrido com a escola pelo privilégio sobre a educação das pessoas” (MAKNAMARA, 2011, p. 50). As *Spice Girls*, como produtos da cultura pop, evidenciam um currículo como “campo aberto à experimentação” (RANNIERY, 2018, p. 202), um espaço de significação “centralmente envolvido naquilo que somos, naquilo que nos tornamos, naquilo que nos tornaremos. O currículo produz, o currículo nos produz” (SILVA, 2010, p. 27).

Para desenvolver este raciocínio é importante compreender que a fragmentação identitária pós-moderna e a chamada “virada cultural” (HALL, 1997) possibilitaram novas reflexões que ampliam o que se entende por pedagógico e, conseqüentemente, as reflexões sobre currículo. Neste “novo estado da cultura” (VEIGA-NETO, 1996), percebemos que “a pedagogia não está circunscrita por um espaço demarcado institucionalmente, como a escola, por exemplo, mas encontra-se em atuação, de forma produtiva, em todas as instâncias, espaços e artefatos”, conforme argumenta Viviane Camozzato (2012, p. 20-21), “em que se impõe uma operação para modificar os modos dos sujeitos estarem no mundo”.

Em uma articulação entre cultura, poder e representação, compreendo que artefatos culturais como a música, a literatura, a moda, o cinema, os museus, a arquitetura de um espaço urbano, as revistas de notícias em circulação, as redes sociais, bem como tantos outros instrumentos de produção de sentidos, atuam como currículos, enredando-se por meio de determinados tipos de saberes, constituindo formas dos sujeitos serem e estarem no mundo.

Procurarei desenvolver o argumento nas próximas linhas de que as *Spice Girls*, através do que chamo Currículo *Girl Power*, em diálogo com sua comunidade de fãs, ensinam certos modos subjetivos de leitura individual e coletiva sobre si e sobre os/as outros/as. A importância da amizade e o respeito às diferenças tornam-se lições colocadas em circulação por meio dos discursos da banda, operando como práticas culturais que exercem (des)aprendizagens, ou seja, (re)acomodações de valores, hábitos e comportamentos dos indivíduos.

3. Procedimentos metodológicos

Visando dar conta da problemática de pesquisa e dos objetivos, o método utilizado foi o qualitativo, de cunho descritivo e analítico (CRESWEL, 2011), sendo escolhida a entrevista por meio de questionário *online* como uma técnica para a produção do material empírico pelo seu potencial na captação de dados subjetivos (BONI; QUARESMA, 2005). Por conta da versatilidade na formulação das perguntas, retiradas, em grande parte, do conhecimento do próprio autor da pesquisa das questões referentes às *Spice Girls*, o *Google Forms* mostrou-se útil, visto que “[...] a utilização da *internet*, como recurso auxiliar de troca e disseminação de informações, possibilita a melhoria e a agilidade do processo de pesquisa” (FALEIROS *et al.*, 2016, p. 02).

Foram elaboradas 14 perguntas (abertas e fechadas) através de um *link* em cinco espaços organizados por fãs das *Spice Girls*: “*Spice Girls* Brasil – SpiceGirls.com.br” (5.225 membros), “*Spice Girls* Fãs Brasil” (3.351 membros), “*Spice Girls* World” (13.126 membros), “*Regards – restos mortais*” (521 membros), todos no *Facebook*; e o grupo no *WhatsApp* “*Spice World – Eu fui*”

(71 participantes)¹¹. O *corpus* analisado é composto por homens e mulheres de diferentes idades, concentrando-se na faixa entre 19 e 35 anos, residentes em cidades do Brasil (com exceção de um fã, atualmente morando em Toronto, Canadá).

Após a produção dos dados, a análise cultural foi escolhida para compreender os significados em jogo nas respostas dadas pelos/as entrevistados/as. Segundo Silveira, Meyer e Félix (2019), a análise cultural coloca em foco a cultura, a linguagem e o poder em torno dos processos de significação, sendo, portanto, “[...] essencial, quando da realização das análises, ‘penetrar nas linguagens’ e ‘garimpar’ os significados em uma multiplicidade de histórias e textos” (WORTMANN, 2007, p. 80).

Para empreender a análise cultural, é necessário que selecionemos categorias para que o olhar atento se volte para os jogos de significação e para as relações de poder que constroem os sentidos atribuídos. No caso desta pesquisa, “amizade” e “respeito às diferenças” foram pontos pinçados para que se desenvolvesse a análise com base nas teorias escolhidas, em especial, os estudos de gênero e de sexualidade.

4. A amizade nunca acaba!¹²

Quando as *Spice Girls* alcançaram o auge da carreira, entre os anos de 1996 e 1998, a existência de espaços para compartilhamento de informações sobre os/as artistas pelos/as fãs era mais limitado no Brasil, ao menos, concentrando-se em canais do IRC¹³ e nos antigos fóruns temáticos. Hoje em dia, com o acesso mais democratizado à internet e o uso cotidiano das redes sociais, o território dos *fandoms* ampliou-se, borrando fronteiras de espaço-tempo e sinalizando para a potência das reflexões que visam os relacionamentos mediados pelas tecnologias e a pedagogia dos/nos artefatos culturais “[...] na constituição das formas (aceitas e valorizadas) dos sujeitos se relacionarem, pensarem, se moldarem e construírem suas identidades” (SILVA JUNIOR; FREITAS; FÉLIX, 2019, p. 279). Neste caminho, “cabe destacar a relevância dos estudos de fãs como uma maneira de compreender a interação do indivíduo com a sociedade em um mundo mediado” (OLIVEIRA, 2015, p. 627).

Quando perguntados/as sobre quais lições as *Spice Girls* deixaram, um dos pontos que mais sobressaiu nos depoimentos que obtive junto aos/às fãs dizia respeito a um tema muito presente na “assinatura midiática” da banda: a amizade. Aqui compreendo esta assinatura como uma materialização de um cenário articulado entre músicas e imagem, “feixes discursivos que compõem a construção de uma personagem [...] que nos interpela e coloca em cena os atores da música popular massiva” (JANOTTI JR.; ALCANTARA, 2018, p. 24), ou seja, uma construção discursiva que se dá nas letras das músicas, performance dos/as artistas, videocliques, enunciações em entrevistas, entre outros elementos que compõem o fazer-se produtor de sentidos em um

¹¹Ao todo, 101 fãs responderam o questionário, o que me fez encerrá-lo, visto que já havia um material rico para as análises.

¹²O título desta seção é uma tradução livre da frase “*Friendship never ends!*” bastante ecoada nas músicas e discursos das *Spice Girls*.

¹³Sigla para *Internet Relay Chat*, o IRC é um protocolo de comunicação instantânea que antecedeu as ferramentas como *MSN Messenger* e *Google Talk*, permitindo conversas entre usuários/as em canais temáticos ou por meio de mensagens privadas. Fonte: CanalTech. Disponível em: <https://canaltech.com.br/entretenimento/O-que-e-IRC/>. Acesso em 06 nov. 2020.

determinado gênero musical. Seguem alguns depoimentos que trouxeram a amizade como um dos ensinamentos do Currículo *Girl Power*:

Confie no seu potencial e na força das suas amigas. Seja firme no que você acredita, fale o que você pensa e ria alto. Ame-se, ame sua mãe e fique do lado seus amigos (Tiago Passos, 35 anos, Itajubá/MG).

A importância da amizade (Leonardo, 19 anos, Rio de Janeiro/RJ).

Amizade vem primeiro; amizade nunca acaba (Junior Milek, 34 anos, Curitiba/PR).

Que os amigos são mais importantes que namorados ou namoradas, que ter sua individualidade é que se faz ser tão legal (Rah, 19 anos, Nova Iguaçu/RJ).

Segundo Maknamara (2020, p. 59), “quando informações, aprendizagens, sentimentos e pensamentos são articulados, está-se compondo o texto de um currículo”. Neste caminho, compreendo que há uma organização discursiva que produz determinados tipos de subjetividades, ou seja, “a construção de nós mesmos como sujeitos” (SILVA, 2012, p. 191) no Currículo *Girl Power*. Os depoimentos acima trazem frases inspiradas em letras de músicas das *Spice Girls*, seja em *Wannabe* quando as meninas cantam que “*If you wanna be my lover / You gotta get with my friends*”¹⁴ e “*Friendship never ends*”¹⁵, seja em *Mama*, cujo letra de música e videoclipe são uma declaração de amor às mães das garotas, sendo trazida na fala de Tiago Passos.

Acompanho Douglas Kellner (2012, p. 106) ao argumentar que “nossa experiência e nossos eus são socialmente construídos [...] são sobredeterminados por uma gama variada de imagens, discursos, códigos” e posso traçar pontes com a discussão aqui apresentada, visto que ao evidenciarem lições sobre a valorização da amizade, por vezes em situação privilegiada quando comparadas aos relacionamentos amorosos, conforme depoimento de Junior Milek e Rah, as músicas e performances das *Spice Girls* conformam um currículo, um conjunto de (des)aprendizagens em torno de valorações, olhares para si e modos de ser e estar no mundo.

Das 101 pessoas que responderam o formulário disponibilizado, 74,8% se posicionam enquanto LGBTQI+, sinalizando para a importância dos discursos das *Spice Girls* na interpelação dos sujeitos a respeito da união, fortalecimento mútuo e solidariedade. Os dados também apontam que 90,8% dos/as entrevistados/as se tornaram fãs entre 07 e 17 anos, faixa etária massivamente alcançada pelo grupo e período da vida marcado por constantes investimentos de ordem social, atravessado por múltiplos discursos produtores/produzidos de marcas de gênero e de sexualidade.

Se a “juventude é, ao mesmo tempo, produzida e produtora pelas/das relações de poder existentes em cada cultura” (FÉLIX; OLIVEIRA, 2020, p. 86), é possível pensar a performática valorização dos laços afetivos da amizade como uma ferramenta de sobrevivência e de afirmação da vida por corpos que

¹⁴“Se você quiser ficar comigo tem que se dar bem com minhas amigas” (Tradução livre).

¹⁵“A amizade nunca acaba” (Tradução livre).

fogem à heteronormatividade, ou seja, “a ordem sexual do presente, fundada no modelo heterossexual, familiar e reprodutivo” (MISKOLCI, 2017, p. 48).

Inspirado em reflexões foucaultianas, Giancarlo Cornejo (2015) traz a ideia de uma “pedagogia *queer* da amizade”, uma potente relação que se dá entre sujeitos que criam uma rede de afetos que (re)oxigena existências mesmo em condições de precariedade e de constantes tentativas de sufocamento da vida. São linhas de forças imprevistas (FOUCAULT, 2010), pois “a amizade pode criar espaços afetivos que curam feridas infligidas por normas sociais”, destaca Cornejo (2015, p. 137), visto que “[...] essas amizades *queer* criaram prazeres e corpos para os quais as normas heterossexuais não ofereciam roteiros ou, no mínimo, não ofereciam bons roteiros”.

É perceptível que um cuidado de si e do outro se manifesta constantemente por meio da amizade (re)valorizada neste Currículo *Girl Power*, reiterada como uma coluna capaz de sustentar uma vida, por vezes, marcada por conflitos, angústias e incertezas entre os LGBTQI+. E assim, quando perguntados sobre preferências no repertório do grupo britânico, canções que exaltam a cumplicidade entre as *Spice Girls* também foram lembradas pelos/as fãs, sinalizando para a assinatura midiática construída em torno da afetividade mútua:

[*Goodbye*] porque valoriza a verdadeira amizade. Deixar partir quem já não quer mais fazer parte de algo, mas não esquece das conquistas conseguidas juntas (Venuto, 35 anos, Belo Horizonte/MG).

[*Goodbye*] porque marcou a saída de Geri que foi muito triste e eu e meus amigos ficamos devastados (Vinnie, 34 anos, Fátima do Sul/MS).

[*Say You'll be there*] através dela conheci as Spices e conheci meu melhor amigo desde 1997. Fui para o Reino Unido duas vezes e uma delas no show de Bristol com meu amigo. Sonho (Sarita, 37 anos, Paranaíba/PR).

Não saberia escolher apenas uma. Gosto muito de *Let Love Lead the Way*, *Viva Forever*, *Headlines...* Falam sobre os amigos verdadeiros e como devemos sempre deixar nosso coração nos guiar (William Robert, 24 anos, Recife/PE).

Alguns depoimentos também apontam para um discurso que se tornaria cada vez mais presente na sociedade e, em especial, na música pop das décadas seguintes: a sororidade¹⁶. Quando perguntei a respeito da importância

¹⁶Embora as *Spice Girls* não tenham explicitado este termo nas suas declarações públicas, percebo que a prática do grupo, interpretada pelas lentes do discurso contemporâneo, foi nomeada por seus/suas fãs como sororidade. Importante destacar que esta noção precisa ser revisitada criticamente, pois em muitos discursos acaba sendo utilizada de forma não problematizada, fazendo alusão a uma unidade totalizadora entre as mulheres, sem quaisquer distinções que diluiriam uma homogeneidade idealizada. Sigo Tatiane Leal (2019, p. 227) quando diz que “a sororidade é um sentimento moral capaz de construir uma ética feminista contemporânea, mas para que ela possa realizar transformações sociais que construam um mundo mais justo para as mulheres, é preciso abandonar as ilusões totalizantes e as aspirações de uma irmandade sem falhas, disputas e contradições”.

do *Girl Power* nos dias de hoje, algumas respostas trouxeram elementos para este debate:

Acho que a mulher, de uma forma geral, precisa se apoiar, mas mais do que isso, '*People Power*', pessoas precisam apoiar umas às outras (Renan, 33 anos, Rio de Janeiro/RJ).

A mesma de sempre: solidariedade entre as meninas. É importante que as mulheres sejam amigas e não rivais (Tiago Passos, 35 anos, Itajubá/MG).

Empoderamento e sororidade (Gael Carter, 22 anos, Belo Horizonte/MG).

Interessante notar que os depoimentos acima são de homens que se posicionam em concordância com os discursos feministas das *Spice Girls*, o que torna o Currículo *Girl Power* um instrumento de borrimento de fronteiras identitárias, especialmente quando evidencia-se que 70% dos/as fãs que responderam esta pesquisa se identificam como homens [cisgêneros]. Para Freitas, Félix e Carvalho (2018, p. 864), o movimento feminista “[...] deve, também, incorporar os homens, seja porque o machismo traz efeitos negativos para toda a sociedade, incluindo os próprios homens, seja porque só poderia ser efetivamente erradicado com a participação deles”. As autoras defendem a possibilidade de autoafirmação dos homens como feministas, pois compreendem o feminismo como um projeto político, “um projeto de sociedade [que] demanda envolvimento de homens e mulheres” (FREITAS; FÉLIX; CARVALHO, 2018, p. 869).

Tais apontamentos servem para ressaltar a importância das (des)construções identitárias com base em discursos compartilhados na coletividade, entre sujeitos que estabelecem laços afetivos uns com os outros. A amizade, portanto, “representa a possibilidade de experimentar e reinventar formas de existência, recusando modos de subjetividade e sociabilidades dominantes” (GOMES; SILVA JÚNIOR, 2007, p. 150). O próximo bloco abordará, com mais detalhes, o lema de “respeito às diferenças” propagandeado pelo grupo, porém estas falam sugerem as aprendizagens quanto aos debates feministas que foram paulatinamente tratados, ao seu modo, pelas *Spice Girls*, naquilo que Angela McRobbie (1997) nomeia de “feminismo popular” – ou “pós-feminismo” – bastante atrelado às condições de instabilidade/fragmentação da pós-modernidade e da cultura pop.

Conforme assinalado anteriormente, 74,8% daqueles/as que responderam a pesquisa são LGBTQI+, um sinal da grande influência das garotas entre os/as jovens e adolescentes que se reconheciam coletivamente naquela época. Se pensarmos a violência a qual estes sujeitos são submetidos cotidianamente, seja ela física ou simbólica, torna ainda mais significativa a importância dada aos/as amigos/as nesta grande rede de suporte afetivo. Trazendo o modo de vida homossexual como uma vivência relacional que foge dos formatos regrados pelas institucionalidades, Michel Foucault (2010) argumenta que “[...] a nós resta avançar em uma ascese homossexual que faria com que trabalhássemos sobre nós mesmos e inventássemos, não digo descobríssemos, uma maneira de ser ainda improvável” (FOUCAULT, 2010, p. 350).

Suas reflexões apontam para a criatividade de se experienciar formas outras de relacionamento e amizade como um novo modo de vida, emergindo possibilidades inventivas e inesperadas de existências coletivas. Os devires-homossexual, para o autor, são conexões potentes justamente por não buscarem legitimação para oxigenarem sua sobrevivência, sendo, portanto, “instrumentos para relações polimorfos, variadas, individualmente moduladas” (FOUCAULT, 2010, p. 352).

Para Ortega (1999, p. 158), “a amizade representa, hoje em dia, uma possibilidade de utilizar o espaço aberto pela perda de vínculos orgânicos, de experimentar a multiplicidade de formas de vida possíveis”, evidenciando o jogo relacional de amplas perspectivas da amizade como uma obra de arte, uma estilização de si com base na relação com o outro. A figura 3 é muito representativa para compreendermos os discursos de apoio mútuo experienciados pelas *Spice Girls*. Na contracapa do CD *Spice*, temos a imagem de um anel dado por Geri Halliwell às outras integrantes do grupo como símbolo da unidade e do afeto entre elas, sendo utilizado pelas cinco garotas durante muito tempo.

A força da amizade, trazida pelo depoimento de Tiago Passos e de tantos/as outros/as nas entrevistas, alude a uma vida que ganha um novo vigor quando se está em coletivo, quando coisas em comum são compartilhadas, aumentando a capacidade de resistir, a potência do infinito, como traz Félix Guattari (1992), na construção em rede de outros mundos.

No próximo tópico, é apresentado um elemento bastante reiterado na assinatura midiática das *Spice Girls* e reproduzido nas falas do seu *fandom*: o respeito às diferenças. O que estou nomeando aqui de Currículo *Girl Power*, portanto, assume um compromisso ampliado na representação de existências múltiplas, o que dialoga estreitamente com a temática da amizade, pois esta, como “uma espécie de vórtice em torno do qual, novos modos de vida podem ser gestados” (PELLIZZARO, 2015, p. 113), sinaliza para uma capacidade de resistência, pois em comunidade aprendemos “outras possibilidades de vida” (CORNEJO, 2015, p. 138).

5. Cores do mundo: apimentem sua vida!¹⁷

Assim como a amizade, o tema das diferenças sempre esteve presente na assinatura das *Spice Girls*. A performance do grupo, materializada em cinco garotas com personalidades distintas que constroem suas próprias identidades feministas (Emma, uma loira doce; Mel B., uma negra rebelde; Geri, uma ruiva *sexy* com ascendência espanhola; e duas morenas que destoavam entre si, sendo Mel C. a expressão de uma feminilidade lida como “masculina” e Victoria a garota chique de roupas elegantes) foi de grande importância para um alcance ainda maior junto ao público, pois cada fã poderia escolher uma *Spice Girl* preferida em processos de aderência e multiplicação de significados. Estas características delineiam a esfera da indústria pop que, segundo Thiago Soares (2014, s/p), “[...] estabelece formas de fruição e consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afinidades que situam indivíduos dentro de um sentido transnacional e globalizante”. Dentro destas referências e “trânsitos entre sensibilidades locais e globais” (JANOTTI

¹⁷O título faz referência à música *Spice up your life*, uma ode à celebração das diferenças e grande sucesso de *SpiceWorld* (1997), segundo álbum das *Spice Girls*.

JR., 2015, p. 47) também destaco que como um produto do capitalismo e da cultura pop de seu tempo, o grupo britânico acabou embarcando nas conquistas políticas que se aprofundaram na década de 1990, em especial, pelos debates multiculturalistas (SILVA, 2017; GIROUX, 2003).

Sendo um movimento de reivindicação de grupos historicamente marginalizados, como as mulheres, negros/as e a comunidade LGBTQI+, o multiculturalismo evidencia-se nas práticas políticas cotidianas e acadêmicas como uma ferramenta na busca por representatividade e respeito às diferenças. Ainda que o reconhecimento dos discursos das *Spice Girls* pelos fãs seja vinculado à uma política das diferenças, percebo que, na prática, o que se destaca é uma política da diversidade em que “a diferença e a identidade tendem a ser naturalizadas, cristalizadas, essencializadas. São tomadas como dados ou fatos da vida social diante das quais se deve tomar posição” (SILVA, 2014, p. 73). Ainda segundo este autor:

Nessa visão, as diversas culturas seriam o resultado das diferentes formas pelas quais os variados grupos humanos, submetidos a diferentes condições ambientais e históricas, realizam o potencial criativo que seria uma característica comum a todo ser humano. As diferenças culturais seriam apenas a manifestação superficial das características humanas mais profundas. Os diferentes grupos culturais se tornariam iguais por sua comum humanidade (SILVA, 2017, p. 86).

Tanto Silva (2017) quanto Giroux (2003) nomeiam este discurso de “multiculturalismo liberal”, pois este não aprofunda a crítica e a denúncia das relações de poder que conformam estas identidades e não esmiúça os processos de diferenciação como estreitamente vinculados às práticas sociais e históricas. Seguindo esta perspectiva, “certos progressistas afirmam que a política cultural nesse discurso torna-se ossificada e celebra erroneamente as identidades políticas por si mesmas”, argumenta Giroux (2003, p. 79), “em vez de mobilizar as identidades sociais nos interesses de um projeto político contra-hegemônico mais amplo”.

Mesmo colocando em evidência pautas feministas e da comunidade LGBTQI+, em especial, compreendo que as *Spice Girls* somam-se a este multiculturalismo liberal, pois a convocação para o respeito às diferenças esgota-se no clamor pela tolerância, como ilustrado na música *Spice up your life* e em frases projetadas¹⁸ no palco da última turnê do grupo, esvaziando-se de um sentido político mais aguçado e problematizador que apontaria que estas múltiplas identidades culturais celebradas festivamente emergem, na verdade, por meio de estratégias e “[...] no interior do jogo de modalidades específicas de poder” (HALL, 2014, p. 109).

É preciso ressaltar que a argumentação aqui apresentada não destrona as *Spice Girls* de sua importância para toda uma geração de fãs da música pop, nem desconsidera a força pedagógica presente nas letras e performances do grupo, potentes para produzir subjetividades neste currículo cultural analisado.

¹⁸A frase de abertura do show que surge no telão é “*Welcome all ages, all races, all gender identities, all countries of origin, all sexual orientations, all religions and beliefs, all abilities*” (Bem-vindas todas as idades, todas as raças, todas as identidades de gênero, todos os países de origem, todas as orientações sexuais, todas as religiões e crenças, todas as habilidades” (tradução livre).

O respeito às diferenças, por certo, ganharia um outro sentido se trouxesse a problematização dos processos de diferenciação das identidades, mas também não acredito que, por hipóteses diversas, as *Spice Girls* tomaram para si esta missão¹⁹. É de conhecimento público que as integrantes da banda não eram alinhadas politicamente em diversas pautas, mas sempre ressaltaram que o respeito entre elas e o *Girl Power* superavam as diferenças. E ainda acompanhando o pensamento de Angela McRobbie ao pensar as cantoras como uma expressão do “feminismo popular” marcado por uma maior assertividade feminina, controle da situação de suas vidas, liberdade sexual e sua consequente sensação de liberdade (MCROBBIE, 1997). Assim, “o tremendo sucesso do grupo feminino explica a longa ausência de símbolos como esses nas vidas das mulheres jovens e legítima as demandas feministas por novas representações da feminidade na mídia” (FRITZSCHE, 2004, p. 113). Quando perguntados/as sobre as lições que o grupo deixou, seguem alguns depoimentos dos/as fãs:

Liberdade sexual, respeito às diferenças (raça, gênero e sexualidade), o valor da amizade e, sem ser superior às outras lições, valorização das individualidades, pois cada uma tinha uma personalidade que era traduzida na estética do grupo. Eu achava isto completamente mágico! (David Soul, 35 anos, Olinda/PE).

Mostrar que não somos menos por ser mulher, que fazemos igual e melhor que muito homem, que todos merecem respeito independente de sua cor, religião e sexualidade (Eliane Andrade, 37 anos, São Paulo/SP).

Que existe espaço pra todo mundo. E que as diferenças fazem o mundo ser mais bonito. É importante lutar pra que se tenha respeito (Bu, 37 anos, Rio de Janeiro/RJ).

A importância de aceitar as diferenças e celebrar as características de cada um sem ter preconceito (João, 20 anos, Serra Talhada/PE).

As falas apontam para uma das lições mais enfatizadas no corpo de conhecimentos e produção de sentidos que aqui chamo de Currículo *Girl Power*: uma afirmação [e orgulho] da possibilidade de ser diferente e de respeitar as diferenças, traduzindo-se, especialmente, em valores como liberdade sexual, autoidentificação feminista, busca por autenticidade e uma expressão estética que materialize a composição heterogênea destes elementos. Segundo Maknamara (2020, p. 61), “músicas, assim como inúmeros outros artefatos da cultura da mídia, também constituem alvo privilegiado de estratégias de

¹⁹Em uma entrevista no início da carreira das *Spice Girls*, Geri Halliwell afirmou que Margaret Thatcher, Primeira-Ministra do Reino Unido entre os anos de 1979-1990, conhecida por sua política liberal e conservadora, foi a “primeira *Spice Girl*” para espanto de Mel B. e Mel C, mais alinhadas dos políticos de esquerda. Outras declarações contraditórias de Geri que enalteciam de Winston Churchill a Nelson Mandela como símbolos das ideias do grupo causaram polêmica. Fonte: Prospect Magazine. Disponível em: <https://www.prospectmagazine.co.uk/arts-and-books/every-boy-and-every-girl-inside-the-curious-politics-of-the-spice-girls-from-churchill-to-metoo>. Acesso em 09 nov. 2020.

regulação da vida, da condução da conduta, de governo” em uma intensa negociação de sentidos.

Ao se compreender currículo cultural como uma grade de composição de significados, (des)ordenamento de determinados tipos de saberes e produção de modos de existência que são potentes na interpelação e constituição de sujeitos, sendo uma máquina de agenciamentos da/na sociedade pós-moderna. Esta reflexão busca “trazer o debate da adjetivação do pedagógico, inscrito aqui como ‘cultural’, [e] sinaliza para os processos de governo que se espalham a partir dos mais diferentes produtos culturais”, conforme Silva Junior (2020, p. 40), “rompendo os limites tradicionalmente colocados pelas reflexões pedagógicas voltadas para aprendizagens encerradas em espaços escolares”.

Entre as canções preferidas dos/as fãs destaca-se aquela que me inspirou no título desta seção: *Spice up your life*. Escolhida para ser o primeiro single de *SpiceWorld*, alcançando o topo das paradas musicais do Reino Unido, a música é uma hibridação de ritmos e de referências culturais em movimentos onde “comunicam-se significados, que são recebidos, reprocessados e recodificados” (CANCLINI, 2015, p. 43).

A canção, inclusive, foi performada pelo grupo na festa de encerramento dos Jogos Olímpicos de Londres (2012) diante de milhares de pessoas por todo o mundo, corporificando os enunciados da diversidade presentes em *Spice up your life* com as *Spice Girls* estimulando as “cores do mundo”, os “garotos e garotas”, o “povo do mundo” para apimentarem as suas vidas ao som do *flamenco*, *lambada*, *hip-hop*, *foxtrote*, *polka* e *salsa*, conforme cantam. Uma hibridação de culturas e de identidades sociais, de gênero, de raça e de múltiplas possibilidades sexuais, “já que os gêneros midiáticos podem ser comparados a microcosmos culturais móveis que conjuram estéticas e relações sociais, unindo lugares físicos às vivências culturais desterritorializadas”, de acordo com Jeder Janotti Jr. (2015, p. 48). Nas palavras de Mel C., as *Spice Girls* sempre desejaram “fazer uma melodia de carnaval e escrever uma música para o mundo!”²⁰, tornando esta música uma exaltação das diferenças, conforme as falas seguintes:

[*Spice Up Your Life*] porque ela chama todas as pessoas independente de gênero, sexualidade, cor, religião, etc. É a celebração da vida (Lucas Thuha e Silva, 36 anos, São Paulo/SP).

[*Spice Up Your Life*] a música fala sobre diversidade e união. A quebrar barreiras e encaro como quebra de preconceitos (Anderson Ferreira, 39 anos, Nova Iguaçu/RJ).

Uma das canções das *Spice Girls* mais conhecidas, *2 become 1*, terceiro single que alcançou o topo das paradas em vários países pelo mundo, e citada por vários/as fãs nesta pesquisa, ficou conhecida pela mudança de uma de suas estrofes em respeito à comunidade LGBTQI+ que acompanhava a carreira das meninas. Em trecho da letra original, Geri Halliwell cantava “*Any deal that we endeavour/boys and girls feel good together*” (“Qualquer acordo que fizermos/garotos e garotas se sentem bem juntos” – tradução livre). Segundo

²⁰ Fonte: Wikipedia. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Spice_Up_Your_Life#cite_note-mweek-6. Acesso em: 08 nov. 2020.

Emma Bunton, em entrevista ao portal *Gay Times*, as *Spice Girls* resolveram tornar a canção mais inclusiva com objetivo de não afastar seus fãs LGBTQ [sic], sendo esta a versão performada nos shows e apresentada no videoclipe oficial, que passou a ser cantada por Victoria Beckham: “*Once again if we endeavour/love will bring us back together*” (“Mais uma vez se nos empenharmos/o amor nos unirá novamente” – tradução livre).

Ainda nesta canção, como em toda a assinatura do grupo britânico, o *Girl Power* se manifesta como marca de uma outra possibilidade de existência da mulher, pois, “nesse sentido, as *Spice Girls* podem ser vistas como uma fonte de empoderamento para as suas fãs”, segundo Bettina Fritzsche (2004, p. 113), “elas estão bastante associadas à posição de sujeito de uma adolescente forte, confiante e bem-sucedida, e oferecem um atraente ponto de referência para suas atividades culturais”. Como discursos que operam constituindo subjetividades, entendo junto com Foucault (1987, p. 59), que “as posições de sujeitos se definem igualmente pela situação que lhe é possível ocupar em relação aos diversos domínios ou grupos de objetos”.

Em *2 become 1*, a narrativa se dá entre um casal de namorados que se tornam “um” por meio da relação sexual, mas, ao contrário das posições de sujeito tradicionalmente construídas para as garotas, há uma abertura para a diferença, pois é a garota que mostra-se decidida no momento e, inclusive, incita o rapaz a usar camisinha, trazendo o debate sobre a importância do contraceptivo. Os discursos que ganham força nos dispositivos pedagógicos e de regulação sexual sobre as mulheres, em especial, também abrigam resistências como próprias destas relações de poder (FOUCAULT, 1995), visto que “também no interior de uma posição-sujeito há espaço para a contradição, própria de todo discurso. No entanto, essa contradição não é marcada pela divergência, e sim pela diferença possível em seu interior” (CAZARIN, 2005, p. 05-06).

A autoafirmação feminista, conforme depoimento da fã Eliane Andrade, reverbera em muitas outras falas do *fandom*, pois em várias músicas das *Spice Girls*, como *Who do you think you are?*, *Say you’ll be there*, *Naked*, *Do it*, além daquelas já citadas, operam por meio de uma outra possibilidade de existência entre as mulheres, não conformada aos discursos que produzem identidades femininas enrijecidas em torno da doçura, passividade e/ou romantismo, estereótipos reiterados em espaços pedagógicos não apenas institucionalizados, como a escola, mas também na esfera midiática.

Em *Holler*, primeiro single de *Forever*, terceiro CD das *Spice Girls*, as meninas cantam o jogo de sedução entre uma mulher e um rapaz para que este deixe a timidez de lado e embarque em suas fantasias sexuais e dizem no refrão: “*I wanna make you holler and hear you scream my name / I’ll give you rules to follow, so you can play my game*” (Eu quero te fazer gritar e ouvir você berrar meu nome. Eu te darei as regras para serem seguidas para que você possa jogar o meu jogo – tradução livre). Para Dafna Lemish (2003, p. 23, tradução livre), “a exposição consciente da sexualidade das *Spice Girls* continua a desafiar a tradicional divisão binária de virgem-vadia da feminilidade e, assim, fornece às meninas imagens alternativas”.

Portanto, é possível perceber que, mesmo envolto ainda em um feminismo liberal, o Currículo *Girl Power* tem atuado em todos estes anos como um artefato político que expande possibilidades de outras vivências e posicionamentos sociais para além do discurso do grupo, corroborando para

“percepções, encontros e aprendizagens potencializadoras” (PARAÍSO, 2008, p. 109). É através deste feminismo popular, utilizando as palavras de McRobbie (1997), que as *Spice Girls* trouxeram um debate mais lúdico sobre empoderamento que, mesmo mercantilizado pela indústria pop, provocou abalos nas estruturas rígidas de posicionamento feminino e na reivindicação política das diferenças sexuais no apoio explícito das meninas às causas LGBTQI+ em toda a sua carreira.

6. Considerações finais

A música pop como “modos de habitar e desabitar o mundo” (JANOTTI JR., 2016) configura-se como um espaço de grande proliferação de sentidos transculturais, fruto da globalização e de sua capacidade de conectar experiências para além de limites geográficos. Como uma rede *neon* de afetos que se estende por todo o mundo provocando abalos que (des)conformam certas normatividades, justamente pela transposição dos elementos culturais, compreendo a música pop em toda a sua força pedagógica, potente na produção de subjetividades, nas leituras que homens, mulheres e outros corpos dissidentes fazem de si e do mundo.

As *Spice Girls*, grupo feminino britânico reconhecido como o maior fenômeno pop pós-*Beatles*, surge no final da década de 1990 trazendo ousadia, carisma e diversão para jovens e adolescentes cujas referências feministas se diluíam em meio à consolidada onda de *boys bands* da época. Com *hits* como *Wannabe*, *2 become 1*, *Viva Forever* e *Spice up your life*, entre tantos outros, tornam-se uma referência inigualável para milhares de pessoas em todo o mundo, habitando mundos onde determinados discursos ainda eram impenetráveis. Vale destacar que tudo isto ocorreu quando ainda não tínhamos a cotidianidade das redes sociais que multiplicaram as redes de informação entre o público e os/as artistas. Com base em entrevista com 101 fãs da banda em grupos do *Facebook* e *WhatsApp*, argumento neste artigo que um Currículo *Girl Power* – inspirando-me no *slogan* reverberado na performance das *Spice Girls* – traz duas temáticas que ganham vida no corpo de conhecimentos e práticas culturais que produziram o ser/estar no mundo destes jovens e adolescentes: a valorização da amizade e o respeito às diferenças.

Como rede de suporte afetivo e em processos de subjetividade que se dão no coletivo, a amizade vivenciada pelas garotas e amplamente tema de suas canções, torna-se uma ferramenta primordial entre as meninas e a comunidade LGBTQI+ que, majoritariamente, compõem o segmento de público capturado pela banda. Uma “pedagogia *queer* da amizade” (CORNEJO, 2015), responsável por modos outros de se viver relacionamentos em resistência criativa a tudo que sufoca a vida, passa a compor com os ensinamentos em torno da amizade que se espalham no Currículo vivo das *Spice Girls*.

Um outro tema, a valorização das diferenças, também é constantemente reiterado em músicas, performances e falas públicas das meninas. Representando o “feminismo popular” (MCROBBIE, 1997) em sua versão liberal, já que as *Spice Girls* não aprofundam as críticas aos modelos hierárquicos que organizam as relações desiguais de gênero, de sexualidade e/ou de raça, o grupo se destaca como fruto do capitalismo contemporâneo e de suas redes de captura(s) identitária(s). Porém, deve-se levar em conta que de forma lúdica e ousada, as *Spice Girls* não se acomodaram aos modelos de feminilidade dócil e

passiva que são (re)produzidos nas escolas e/ou nas grandes mídias, especialmente no Reino Unido. Desencaixando-se dos formatos rígidos que buscam cercar as mulheres, as cantoras britânicas apresentaram em sua carreira outros modelos de feminilidade possíveis para muitos/as meninos e meninas. Para concluir, pode-se dizer que, como fenômeno pop feminista, as *Spice Girls* através do seu Currículo *Girl Power* agenciaram experimentações com múltiplas subjetividades conectadas a elas, criando caminhos e fendas nos roteiros, modos e comportamentos de gênero e sexualidade legitimados pela cultura de seu tempo, formando uma geração.

Referências

AMARAL, Adriana; SOARES, Thiago; POLIVANOV, Beatriz. Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas. **Intercom – RBCC**, São Paulo, v. 41, n. 1, p. 63-79, jan./abr. 2018.

BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Em Tese**, v. 2, n. 1, jan./jul. 2005.

CAMOZZATO, Viviane Castro. **Da pedagogia às pedagogias – formas, ênfases e transformações**. 2012. 203fls. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade**. Tradução de Luiz Sérgio Henriques. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

CAZARIN, Ercília Ana. A heterogeneidade discursiva de uma posição-sujeito. In: SEMINÁRIO DE ESTUDOS EM ANÁLISE DO DISCURSO, 2., 2005, Recife. **Anais...** Disponível em: http://anaisdosead.com.br/sead2_simposios.html. Acesso em: 09 nov. 2020.

CORNEJO, Giancarlo. Por uma pedagogia queer da amizade. **Áskesis, São Carlos, SP**, v. 4, n. 1, p. 130-142, 2015.

CRESWELL, John W. **Educational research: planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research**. 4th ed. Fourth Edition, 2011.

DRISCOLL, Catherine. Girl Culture, Revenge and Global Capitalism: Cybergirls, Riot Grrls, Spice Girls. **Australian Feminist Studies**, v. 14, n. 29, p. 173-193, 1999.

FALEIROS, Fabiana *et al.* Uso de questionário online e divulgação virtual como estratégia de coleta de dados em estudos científicos. **Texto Contexto – Enferm.**, v. 25, n. 04, 2016.

FÉLIX, Jeane; OLIVEIRA, Mariana Lins. A educação não escolar como potencializadora de processos (trans)formativos de jovens universitários/as. **Interfaces Científicas**, Aracaju, v. 9, n. 3, p. 83-95, 2020.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, Hupert L.; RABINOW, Paul. **Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995, p. 231-249.

FOUCAULT, Michel. **Ditos & Escritos VI: repensar a política.** Tradução de Ana Lúcia Paranhos Pessoa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

FREITAS, Mayanne Julia Tomaz; FÉLIX, Jeane; CARVALHO, Maria Eulina Pessoa de. Homens podem ser feministas? O pioneirismo dos estudos de masculinidades no Nordeste do Brasil. **R. Educ. Públ.**, Cuiabá, v. 27, n. 66, p. 861-881, set./dez. 2018.

FRITZSCHE, Bettina. Negociando o feminismo pop na cultura jovem feminina: um estudo empírico com fãs de grupos femininos. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 12, n. 2, p. 106-115, mai./ago. 2004.

GUATTARI, Félix. 01 jan. 2018. **Entrevista com Félix Guattari: O que é a Filosofia? O que é um amigo? (1992).** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7ONFPv3p1yg>. Acesso em 08 nov. 2020.

GIROUX, Henry. **Atos impuros: a prática política dos estudos culturais.** Tradução de Ronaldo Cataldo Costa. Porto Alegre: Artmed, 2003.

GIROUX, Henry. Memória e pedagogia no maravilhoso mundo da Disney. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos estudos culturais em educação.** 10. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012, p. 129-154.

GOMES, Livia Godinho Nery; SILVA JÚNIOR, Nelson da. Experimentação política da amizade: alteridade e solidariedade nas classes populares. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 23, n. 2, p. 149-158, abr./jun. 2007.

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais.** 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014, p. 103-133.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Tradução de Tomaz Tadeu da Silva & Guacira Lopes Louro. 12. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2019.

JANOTTI JR., Jeder. Cultura pop: entre o popular e a distinção. In: SÁ, Simone Pereira; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogério (Orgs.). **Cultura pop: Livro Compós 2015.** Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015, p. 45-56.

JANOTTI JR., Jeder S. Além do rock: a música pop como uma máquina de agenciamentos afetivos. **Revista ECO Pós**, v. 19, n. 3, p. 108-123, 2016.

JANOTTI JR., Jeder; ALCANTARA, João André. **O videoclipe na era pós-televisiva: questões de gênero e categorias musicais nas obras de Daniel Peixoto e Johnny Hooker.** 1. ed. Curitiba: Appris, 2018.

KELLNER, Douglas. Lendo imagens criticamente: em direção a uma pedagogia pós-moderna. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos estudos culturais em educação.** 10. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012, p. 101-128.

LEAL, Tatiane. **A invenção da sororidade**: sentimentos morais, feminismo e mídia. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2019.

LEMISH, Dafna. Spice World: Constructing Feminity the Popular Way. **Popular Music and Society**, v. 26, n. 1, p. 17-29, 2003.

MAKNAMARA, Marlécio. **Currículo, gênero e nordestinidade**: o que ensina o forró eletrônico? 2011. 152fls. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

MAKNAMARA, Marlécio. Quando artefatos culturais fazem-se currículo e produzem sujeitos. **Reflexão e Ação**, Santa Cruz do Sul, v. 27, n. 1, p. 04-18, mai./ago. 2020.

MARTÍN, Asunción Castillo *et al.* “Spice Girls”: la funcionalidad de la rebeldía. **Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación**, 10, p. 187-191, 1998.

MCROBBIE, Angela. Pecs and penises: the meaning of girlie culture. **Soundings issue**, v. 5, p. 157-166, 1997.

MISKOLCI, Richard. **Teoria queer**: um aprendizado pelas diferenças. 3. ed. rev. e ampl. Belo Horizonte: Autêntica Editora, Universidade Federal de Ouro Preto, 2017.

MOZDZENSKI, Leonardo. Feministas x Stupid Girls: a construção midiática da identidade feminina na cultura pop. *In*: SÁ, Simone Pereira; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogério (Orgs.). **Cultura pop**: Livro Compós 2015. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015, p. 73-92.

OLIVEIRA, Camila Fernandes de. A cultura de fãs e fandom como perspectiva das práticas participativas de consumo de mídia. *In*: BULHÕES, Marcelo; MORAIS, Osvado J. de (Orgs.). **Ciências da Comunicação**: Circularidades teóricas e práticas acadêmicas. Sarapuí, SP: OJM Casa Editorial, 2015, p. 626-651.

ORTEGA, Francisco. **Amizade e Estética da Existência em Foucault**. Rio de Janeiro: Edições Graal Ltda., 1999.

PARAÍSO, Marlucy. Composições curriculares; culturas e imagens que fazemos e que nos fazem. **ETD – Educação Temática Digital**, Campinas, v. 9, n. esp., p. 108-125, out. 2008.

PELLIZZARO, Nilmar. A amizade na perspectiva de M. Foucault. **Argumentos**, Fortaleza, ano 7, n. 14, p. 113-126, jul./dez. 2015.

RABAY, Gloria Freire; CARVALHO, Maria Eulina Pessoa. Participação da mulher no parlamento brasileiro e paraibano. **Democracia, Direitos Humanos e Gênero**. Org & Demo, Marília, v. 12, n. 1, p. 81-94, jan./jun., 2011.

RANNIERY, Thiago. Manifesto Beyoncé no currículo: a força da música e o brilho erótico do corpo que dança. *In*: PARAÍSO, Marlucy Alves; CALDEIRA, Maria Carolina da Silva (Orgs.). **Pesquisas sobre currículos, gêneros e sexualidades**. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2018, p. 199-218.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **O currículo como fetiche**: a poética e a política do texto curricular. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

SILVA, Tomaz Tadeu da. Currículo e identidade social: territórios contestados. *In:* SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Alienígenas na sala de aula**: uma introdução aos estudos culturais em educação. 10. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012, p. 185-202.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Documentos de identidade**: uma introdução às teorias do currículo. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

SILVA JUNIOR, Alcidesio Oliveira da; FREITAS, Mayanne Júlia Tomaz; FÉLIX, Jeane. Corpo e tecnologias digitais: implicações de gênero no futebol feminino. **Revista Temas em Educação**, João Pessoa, Brasil, v. 28, n. 3, p. 276-294, set./dez. 2019.

SILVA JUNIOR, Alcidesio Oliveira da; FÉLIX, Jeane; COUTO, Edvaldo. Amor, sexo e distância física: pedagogias do webnamoro na pandemia da Covid-19. **Revista Educação em Questão**, Natal, v. 58, n. 58, p. 1-25, out./dez. 2020.

SILVA JUNIOR, Alcidesio Oliveira da. **“Deu match no Tinder!”**: Aplicativo virtual de paquera como pedagogia cultural. 2020. 233fls. Dissertação (Mestrado em Educação) –Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2020.

SILVEIRA, Catharina da Cunha; MEYER, Dagmar Elisabeth Estermann; FÉLIX, Jeane. A generificação da intersetorialidade no Programa Saúde na Escola. **Rev. Bras. Estud. Pedagog.**, Brasília, v. 100, n. 255, p. 423-442, maio/ago. 2019.

SOARES, Thiago. Abordagens teóricas para Estudos sobre Cultura Pop. Logos: **Comunicação e Universidade**, v. 2, n. 24, s/p, 2014.

SOARES, Thiago. Percursos para estudos sobre música pop. *In:* SÁ, Simone Pereira; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogério (Orgs.). **Cultura pop**: Livro Compós 2015. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015, p. 19-34.

SHUKER, Roy. **Vocabulário de música pop**. Tradução de Carlos Szlak. 1. ed. São Paulo: Hedra, 1999.

VEIGA-NETO, Alfredo. Olhares...*In:* COSTA, Marisa Vorraber (Org.). **Caminhos investigativos**: novos olhares na pesquisa em educação. Porto Alegre: Mediação, 1996, p. 19-35.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. *In:* SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014, p. 07-72.

WORTMANN, Maria Lúcia Castagna. Análises culturais – um modo de lidar com histórias que interessam à educação. *In:* COSTA, Marisa Vorraber (Org.). **Caminhos investigativos II**: outros modos de pensar e fazer pesquisa em educação. 2. ed. Rio de Janeiro: Lamparina Editora, 2007, p. 71-90.

Enviado em: 10/novembro/2020 | Aprovado em: 19/abril/2021