

# **Do Short-Film ao Visual Album As Metamorfoses do Videoclipe na Cultura Digital**

**Kelly Cristina Cabral da Silva**

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em  
**Cinema**  
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor Luís Nogueira  
Co-orientador: Prof. Doutora Ariane Diniz Holzbach

**junho de 2020**

**Folha em branco**

## **Dedicatória**

Dedico este trabalho a toda minha árvore genealógica, cujas gerações de homens e mulheres não tiveram a oportunidade de acesso ao estudo.

À minha avó paterna, Maria Cristina Lopes da Silva (em memória).

À minha avó materna, Geny dos Santos Cabral (em memória).

Ao meu avô paterno, Armando Ambrozzio (em memória).

Ao meu avô materno, Manuel Francisco Cabral (em memória).

À minha vódrasta e intercessora, Otacília Alves Cabral.

À minha mãe, Luzinete Cabral da Silva – que ficou orfã aos 8 anos de idade e com isso, abandonou os estudos para que seus irmãos mais novos pudessem estudar. Mãe, você é meu maior exemplo de força, luta, resiliência, altruísmo e inteligência emocional. A sabedoria e a generosidade que você transmite, livro nenhum te ensinaria. A sua leveza em olhar a vida me inspira e a sua fé me faz forte. Eu me orgulho de cada novo aprendizado seu, de cada batalha que você venceu e de todo ensinamento que há em você. Obrigada por ser nosso ponto de equilíbrio.

Você é gigante! Todos os meus diplomas, são e sempre serão seus também.

**Folha em branco**

# Agradecimentos

Por tudo que tens feito e por tudo que vais fazer. Por tuas promessas e tudo que és, eu quero te agradecer, com todo meu ser. Obrigada Deus, por me fortalecer até aqui.

Obrigada pai, por me ensinar o prazer da leitura e a paixão pela arte. Obrigada mãe, por me fazer acreditar que eu sou livre para ser quem eu quiser ser. Obrigada pelo sacrifício de terem vendido seu único carro, para que eu pudesse estar aqui hoje. Espero um dia poder retribuí-los com um carro novo na garagem, como vocês merecem.

À minha irmã, pelo suporte emocional, psicológico, espiritual, acadêmico e financeiro nos momentos de crise. Obrigada por não soltar da minha mão!

Ao meu irmão, por me divertir com os melhores memes e as piadas mais infames nas datas comemorativas que eu passei longe de casa. Obrigada por me fazer sorrir sempre!

Aos meus familiares sempre tão presentes, incansáveis nas orações e no cuidado comigo. Todo amor emanado por vocês, chegou até aqui e me revigorou diariamente.

Aos meus sobrinh@s, afilh@dos, filh@s do coração e amores da minha vida pela overdose de amor, bagunça, alegria e saudade que sempre me trazem.

Às minhas amigas, que fazem parte da minha história, sempre na derrota ou glória, com quem eu posso contar na indecisão e estão sempre ali para estender a mão.

À família de amigos que Covilhã me deu e que levarei sempre em meu coração. Obrigada por se fazerem casa, colo, cuidado e abraço em todas as vezes que eu precisei.

Aos professores do Mestrado em Cinema e a todos aqueles que passaram pela minha vida em experiências anteriores, contribuindo para minha formação sociocultural.

Ao orientador Luís Nogueira e a co-orientadora Ariane Holzbach, obrigada por caminharem cada etapa, lado a lado comigo, sempre dotados de incentivo e dedicação.

Na qualidade de primeira mulher em todas as gerações da minha família a obter um grau de mestre, dedico este título a todas que vieram antes de mim e a todas as que desejo encorajar para que conquistem todos os cursos, diplomas, cargos, espaços, oportunidades, equidades e direitos que assim desejarem ter. Lutem como uma garota!

**Folha em branco**

## **Resumo**

O videoclipe enquanto manifesto artístico caminha paralelamente à evolução estética e tecnológica do cinema: Arte impura que ao longo de sua história, inspirou e ajudou a produzir outros gêneros audiovisuais, entre eles, o videoclipe – objeto de estudo desta pesquisa.

Nessa abordagem, pretende-se analisar a produção de sentido na recente trajetória do videoclipe, com base nas reflexões propostas por autores como Ariane Holzbach, Arlindo Machado, Janotti Jr e Thiago Soares, na busca por elementos de confluência entre as linguagens audiovisuais na cultura digital.

De *A Hard Day's Night* dos Beatles à *Reconstrução* do Tiago Iorc, propõe-se compreender a complexidade do videoclipe a partir da linguagem cinematográfica e audiovisual na sociedade pós-moderna.

## **Palavras-chave**

Videoclipe; album-visual; short film; música; cinema; MTV.

**Folha em branco**

## **Abstract**

The music video as an artistic manifestation walks in parallel with the aesthetic and technological evolution of cinema: Impure art that throughout its history, inspired and helped to produce other audiovisual genres, including the music video - the object of study of this research.

In this approach, we intend to analyze the production of meaning in the recent trajectory of the music video, based on the reflections proposed by authors such as Ariane Holzbach, Arlindo Machado, Janotti Jr and Thiago Soares, in the search for elements of confluence between audiovisual languages in digital culture.

From *A Hard Days Night* by the Beatles to *Reconstrução* by Tiago Iorc, it is proposed to understand the complexity of the music video from the cinematographic and audiovisual language in postmodern society.

## **Keywords**

Music video, visual album, short film, music, MTV.

**Folha em branco**

# Índice

Introdução	18
Tema	19
Problema	22
Hipóteses de investigação	23
Metodologia e desenho da investigação	25
Estrutura da dissertação	26
1 Do Short-film ao visual album	27
1.1 Cinema musical – O advento do som	27
1.1.2 Cinema musical – O espetáculo ensaiado	31
1.1.3 A linguagem do musical	37
1.2 Antecedentes do videoclipe	39
1.2.1 A Hard Day’s Night – 1964	43
1.2.2 Help! – 1965	46
1.2.3 A linguagem do videoclipe	49
2 Os caminhos do videoclipe na cultura digital	54
2.1 MTV – Um convite para ver a música	54
2.2 A narratologia do cinema no videoclipe	60
2.2.1 A intertextualidade nos videoclipes de filme	63
2.3 Estética e autoria	70
2.3.1 A estética da favela no videoclipe	71
2.3.2 Realizadores como autores	76
2.4 Youtube – Catalogando o videoclipe	77
3 O Álbum-Visual	83
3.1 Antecedentes do formato	83
3.1.2 Yellow Submarine – 1968	85
3.1.3 A experimentação do álbum-visual	87
3.1.4 Faroeste Caboclo – 2013	90
3.1.5 Lemonade – 2016	95
3.1.6 Reconstrução – 2019	100
3.2 Para uma definição do álbum-visual: exemplos e características	105
Considerações finais	112
Anexos	115
Referências textuais	126
Referências visuais	132

**Folha em branco**

# Lista de Figuras

Figura 1 - Projeccionistas (1927)	29
Figura 2 - Vitaphone (1927)	29
Figura 3 - Betty Grable na icônica foto que marcou sua carreira (1943)	33
Figura 4 - Videoclipe Candyman de Christina Aguilera - 2007	34
Figura 5 - Videoclipe Candyman de Christina Aguilera - 2007	34
Figura 6 - Videoclipe Candyman de Christina Aguilera - 2007	35
Figura 7 - Videoclipe Thinking of You (2009) - Katy Perry	35
Figura 8 - Videoclipe Why Don't You Love Me de Beyoncé – 2010	36
Figura 9 - Videoclipe Video Phone - Beyoncé feat Lady Gaga – 2009	36
Figura 10 - Videoclipe Telephone - Lady Gaga feat Beyoncé – 2010	36
Figura 11 - Videoclipe Bang de Anitta - 2015	37
Figura 12 - Videoclipe Essa Mina é Louca de Anitta – 2016	37
Figura 13 - Gene Kelly na cena épica de Singin in the Rain (1952)	38
Figura 14 - Soundies	39
Figura 15 - Cena do filme Help! (1965)	48
Figura 16 - Videoclipe Hey Ya! - Outkast – 2004	48
Figura 17 - Cena do filme Singin in the Rain (1952)	49
Figura 18 - Cena do filme A Hard Day's Night (1964)	50
Figura 19 - Cena do filme Help! (1965)	51
Figura 20 - Logomarca da Music Television	53
Figura 21 - Tabela criada por Ariane Holzbach – 2012	57
Figura 22 - Videoclipe I Don't Want to Miss a Thing - 1998	64
Figura 23 - Videoclipe I Don't Want to Miss a Thing - 1998	64
Figura 24 - Videoclipe I Don't Want to Miss a Thing - 1998	66
Figura 25 - Videoclipe I Don't Want to Miss a Thing - 1998	66
Figura 26 – Videoclipe Can You Feel the Love Tonight - Elton John - The Lion King - 1994	68
Figura 27 - Videoclipe Faith - Stevie Wonder e Ariana Grande - Sing – 2016	68
Figura 28 - Videoclipe Can't Stop the Feeling - Justin Timberlake - Trolls – 2016	68
Figura 29 - Videoclipe Shallow - Lady Gaga feat Bradley Cooper - 2018	69
Figura 30 - Videoclipe Spirit - Beyoncé - The Lion King – 2019	69
Figura 31 - Videoclipe Fancy de Iggy Azalea - 2014	70
Figuras 32 - Cena do filme Clueless - 1995	70

Figura 33 - Edição do Jornal O Globo em 11/02/1996	73
Figura 34 - Gravação do Videoclipe They Don't Care About Us	
Foto: Anibal Philot em 11/02/1996	75
Figura 35 - Capa do canal KondZilla no Youtube	79
Figura 36- Videoclipe Vai Malandra de Anitta – 2017	81
Figura 37 - Videoclipe Wannabe - Spice Girls - 1996	82
Figura 38 - Videoclipe Indecente - Anitta - 2018	82
Figura 39 - Filme Yellow Submarine (1968)	86
Figura 40 – Duelo entre João de Santo Cristo e Jeremias em Faroeste Caboclo (2013)	92
Figura 41 - Cena da morte de João de Santo Cristo e Maria Lúcia no filme Faroeste Caboclo (2013)	93
Figura 42 - Lemonade de Beyoncé – 2016	99
Figura 43 - Reconstrução - Tiago Iorc – 2019	101
Figura 44 – Pôster de A Hard Day's Night – 1964	115
Figura 45 – Pôster de Help! - 1965	116
Figura 46 – Pôster de Yellow Submarine – 1968	117
Figura 47 – Pôster de Faroeste Caboclo - 2013	118
Figura 48 – Capa de Lemonade – 2016	124
Figura 49 – Capa de Reconstrução – 2019	125

**Folha em branco**

# Lista de Tabelas

Tabela 1 – Videoclipes premiados no VMA na categoria “Melhor Video de Filme” 1987-2003	62
Tabela 2 – Videoclipes em Longo Formato	88
Tabela 3 – Listagem de Álbuns-Visuais	106

**Folha em branco**

# Introdução

Esta dissertação é fruto de um percurso investigativo de dois anos acerca dos videoclipes e suas interseções com o cinema. O interesse em pesquisar essa temática já era uma aspiração antiga, despertada por motivações pessoais. Sendo eu filha de artista, sempre compreendi o videoclipe como a união das duas artes mais latentes na minha vida: cinema e música. Em todo meu percurso profissional com o jornalismo, o teatro, a produção cultural e o cinema, a música sempre foi minha fonte de renovação energética.

A paixão pelo cinema, direcionou meu olhar para outras narrativas audiovisuais como a televisão e o videoclipe. Lembro que quando a MTV chegou ao Brasil, eu não tinha acesso à televisão paga em casa e meu *hobby* favorito era visitar minha amiga Lana de Oliveira, para assistir a programação de videoclipes enquanto brincávamos de boneca. O primeiro videoclipe que despertou meu olhar foi *Wannabe*, das Spice Girls em 1996.

Alguns anos mais tarde, durante minha formação técnica em cinema, assisti ao videoclipe da música *Sutilmente*, da banda Skank em 2008 no programa TVZ, do canal Multishow e fiquei fascinada com toda aquela inventividade da banda. Imediatamente busquei a autoria da obra e dei início a pesquisa sobre os bastidores do videoclipe. Nessa busca, conheci o realizador Conrado Almada, a quem tenho como referência artística neste tema.

Em 2015, ao assistir o videoclipe da música *Amei Te Ver* do cantor Tiago Iorc, percebi que existia um fio condutor invisível que interligava o meu interesse por videoclipes ao cinema e, esse fio era o ponto de convergência entre ambos. O primeiro elemento de confluência identificado foi a narratividade e o segundo, foi a estética. Perceber que os três videoclipes que mais marcaram minha memória visual são justamente videoclipes em plano-sequência e que o plano-sequência é uma linguagem cinematográfica, foi um fato fundamental para que eu criasse a minha própria leitura narrativa daquilo do que o videoclipe representa e me representa.

Entretanto, a proposta temática passou por diversas alterações ao longo do processo de análise e escrita, em diferentes etapas do estado da arte até chegarmos ao senso comum do que será apresentado daqui em diante. Vale ressaltar que embora a pesquisa esteja embasada em diversos movimentos artísticos e teóricos da cultura ocidental, meu ponto de partida e chegada concentra-se em apresentar a potencialidade do audiovisual brasileiro, através do advento videoclipe em seu processo de construção.

## Tema

O videoclipe enquanto manifestação artística caminha paralelamente à evolução estética do cinema e da música pop, rock e semelhantes. No início do século XX, as trilhas sonoras eram projetadas em linearidade com a temática cinematográfica, oferecendo uma narratividade quase orgânica entre música e imagem. O cinema nasceu mudo de palavras faladas, mas não de sonoridade e musicalidade. Ao longo de sua história, ele inspirou e ajudou a produzir outros gêneros audiovisuais, entre eles, o videoclipe – objeto de estudo desta pesquisa. Nessa abordagem, buscaremos analisar a produção de sentido na recente história do videoclipe e suas relações com o cinema e demais tecnologias audiovisuais.

O advento do som síncrono no cinema, fez nascer a necessidade de se criar um novo formato, onde fosse possível traduzir a mensagem da música (letra e harmonia), através de imagens em movimento. Na segunda metade da década de 1920, o jazz se tornava o precursor do novo gênero, estreando no cinema com números musicais filmados. *O cantor de Jazz*, de Alan Crosland, estreou em 1927 como o primeiro filme cantado da história do cinema. Em 1940, com a chegada das vitrolas de fichas visuais (*jukebox*), o público podia visualizar e ouvir o estilo musical que queria assistir, através da inserção de moedas na máquina. A novidade só durou até a chegada da música na Televisão. Dos anos 1950 em diante, a televisão e o cinema começaram a expandir a indústria fonográfica e a transformá-la cada vez mais em um produto multissensorial. O que antes só despertava sensações auditivas, agora também podia ser visual.

Ainda nos anos 1950, quando Elvis Presley exibia as performances de suas próprias músicas em diversas cenas de seus filmes, o astro do rock iniciava uma estratégia comercial inovadora na indústria fonográfica, através da transformação de uma faixa musical em um produto visual. Em 1955, Elvis Presley se consagrou com o musical *Around The Clock* no filme *Blackboard Jungle*.

Na década de 1960, com um pouco mais de ousadia, *os meninos de Liverpool criaram o jeito Beatles de fazer filme*, caracterizados por muitos números musicais em sequências *desconexas* do contexto narrativo e diálogos limitados. Em 1964 foi a vez dos The Beatles ingressarem no universo visual das músicas, com o longa-metragem *A Hard Day's Night*, dirigido por Richard Lester. A esquematização entre música, enquadramentos, edição e animação introduziu a estética do videoclipe – ainda sem terminologia – como um novo gênero audiovisual. Em 1968, o videoclipe da canção *Yellow Submarine*, musical retirado do filme homônimo, impactou o público por sua inventividade como primeiro videoclipe de animação. Um cinema musical que já

ensaiava os formatos do videoclipe, ainda que este não tivesse sido denominado popularmente.

Com a chegada dos anos 1980 e a consolidação do Pop Rock, Michael Jackson e Madonna lideravam as paradas de sucesso nas rádios e emissoras de TV, firmando-se internacionalmente com a repercussão dos icônicos videoclipes das faixas *Thriller* e *Material Girl*, análogos cinematográficos dos filmes clássicos sobre zumbis como *Dawn of Dead* (1978) e da estrela Marilyn Monroe no filme *Gentlemen Prefer Blondes* (1953). Os respectivos videoclipes estrearam na recém-nascida MTV – primeiro canal televisivo voltado para o conteúdo musical, que foi ao ar pela primeira vez em agosto de 1981. Michele Trevisan aponta para o surgimento da MTV como um episódio inicial na transformação do consumo musical; “começava aí a saga de um fenômeno cultural que mudaria a forma de *ver* a música”<sup>1</sup>.

Neste modelo de cultura midiática, a associação indireta entre música e sua representação imagética, ocorre quase que instantaneamente na mesma velocidade em que as tecnologias se propagam na sociedade.

Videoclipe, videomúsica, rockvídeo, teledisco, muitas são as designações referentes a este tema, como já vimos, tanto na forma como se apresenta, quanto em sua definição, podendo servir como uma peça promocional para uma música, para um cantor, ou para uma banda. Pode também se revestir de uma forma artística (no campo da videoarte), pode ser um objeto de distração, de entretenimento e, ainda, pode se tornar um bem de consumo. Nota-se uma espécie de caráter híbrido, variável, que o clipe assume em cada situação. Essa característica “mutante” do vídeo impulsiona discussões entre acadêmicos, críticos, produtores e fãs.<sup>2</sup>

No Brasil, na década de 1980, o semanário Fantástico, da Rede Globo de Televisão, monopolizou a produção de videoclipes e a exibição exclusiva de vários lançamentos musicais. O critério de escolha das músicas baseava-se nas trilhas sonoras das novelas da época, dando uma visibilidade ainda maior para os artistas. A estratégia de se lançar um trabalho em primeira mão para os telespectadores nas noites de domingo, fazia com que o assunto repercutisse por toda a semana na imprensa e nas rodas de conversa dos brasileiros. Os videoclipes eram produzidos e exibidos pela própria emissora ou eram repassados pelas gravadoras com direito de lançamento exclusivo. A exibição ocorria

---

<sup>1</sup> Trevisan (2011, p. 9)

<sup>2</sup> Trevisan (2011, p. 10)

sempre no último bloco do programa, com intuito de aumentar a audiência e ser a última imagem que o público assistiria antes de dormir. Somente após esse momento, é que os outros veículos de comunicação poderiam exibir o conteúdo dos videoclipes em seus canais. O formato adotado pelo Fantástico passou por várias adaptações ao longo dos anos, mas o programa ainda segue com lançamentos musicais exclusivos.

Em 1990, A MTV marcou sua estreia no Brasil com o videoclipe *Garota de Ipanema*, regravação feita por Marina Lima. A MTV exerceu um papel fundamental na expansão do rock nacional brasileiro, projetando bandas como Skank, Titãs e Charlie Brown Jr e alavancando potencialmente a ascensão de suas respectivas carreiras.

No final da década de 1990, a MTV abriu espaço para outros gêneros mais regionais como pagode, axé e sertanejo, se tornando o canal musical mais inclusivo da história da música brasileira. No início dos anos 2000, a produção de videoclipes começou a ganhar força e se descentralizou no âmbito exclusivo da emissora. Novos diretores, novas bandas e novos conceitos surgiram, trazendo uma gama infinita de possibilidades para o gênero.

A chegada da internet e sua acessibilidade ao público ocasionou a migração de uma boa parte do consumo da esfera televisiva para o ambiente virtual. Em 2005, a plataforma digital Youtube chegou ao Brasil como o maior portal de vídeos de nuvem, atraindo diversos tipos de público, por sua extensa variedade de conteúdos publicados e compartilhados. Em *detrimento da supremacia instalada pelo website*, a produção de videoclipes voltados para a televisão começou a declinar junto com os acessos de audiência no meio televisivo. Contrário ao movimento de queda dos canais musicais, o Youtube continuou a crescer de maneira quantitativa e qualitativa, tornando-se atualmente a principal plataforma de lançamento, divulgação e visualização de videoclipes no Brasil e no mundo. Em 2009, a Universal Music em parceria com a Sony Music Entertainment Group, Abu Dhabi Media Company e EMI, criaram o canal Vevo; desde então, a plataforma é licenciada pelo Youtube para lançar conteúdos musicais com exclusividade para o espectador. Isso fez com que o mercado publicitário enxergasse uma oportunidade de crescimento para esse novo formato de lançamento dos videoclipes. Surge então uma nova forma de se produzir, vender e consumir videoclipes.

[No videoclipe] tudo muda na passagem de um plano a outro: a indumentária dos intérpretes, o lugar onde se ambienta a canção, a luz que banha a cena, o suporte material (filme ou vídeo de bitolas distintas) e assim por diante. Os planos de um videoclipe (...) são unidades mais ou menos independentes, nas

quais as ideias tradicionais de sucessão e de linearidade já não são mais determinantes, substituídas que foram por conceitos mais flutuantes, como os de fragmento e dispersão.<sup>3</sup>

Neste novo formato de consumo, surge o KondZilla (2012), registrado como o maior canal de vídeos do Youtube Brasil e da América Latina<sup>4</sup>. A plataforma online faz parte do Youtube e se diferencia por segmentar os vídeos de funk brasileiro. O alcance estratosférico do KondZilla tem sido desde então um dos grandes responsáveis pela exportação da cultura periférica brasileira. Através dos vídeos produzidos pelo canal, espectadores do mundo inteiro puderam conhecer a realidade das favelas cariocas, paulistas e de outras regiões brasileiras. Buscaremos entender esse fenômeno como fruto de um movimento iniciado em 1996, pelo cineasta Spike Lee e pelo cantor Michael Jackson, com o vídeo *They Don't Care About Us*.

## Problema

A problematização desta dissertação incide à arte impura do cinema como gênese do vídeo e do álbum-visual. Nosso objetivo central consiste na busca por compreender o vídeo como um produto audiovisual independente, que embora tenha suas raízes no cinema e na música, projeta sua evolução junto com as transformações contemporâneas, como um contributo para a cultura digital.

Nesse sentido, a reflexão sobre a indústria do vídeo pressupõe tomar a história deste gênero a partir da compreensão dos dispositivos tecnológicos que viabilizaram a sua existência enquanto produto audiovisual. Pensar o vídeo a partir desse pressuposto significa tipificar o processo criativo deste produto audiovisual, como uma construção imagética daquilo que se ouve e o que se sente ao ouvir determinada música. Em uma dinâmica paralela de troca, o público atua na lógica da identificação com a narrativa (linear ou não linear) a partir de experiências próprias, do reconhecimento pessoal e das infinitas possibilidades de interpretações dos discursos e conteúdos apresentados na tela, conforme afirma Thiago Soares; “são vários os elementos técnicos utilizados para compor o vídeo. No campo das linguagens, ele pode comportar elementos do cinema, do documentário, da televisão, da publicidade, da animação ou ainda da videoarte”<sup>5</sup>.

O valor documental do vídeo é inerente à sua capacidade de registro e impressão de uma época. Contudo, sua relevância contribui para a compreensão da cultura digital,

---

<sup>3</sup> Machado (2001, p. 180)

<sup>4</sup> <https://socialblade.com/>

<sup>5</sup> Corrêa (2008, p. 3)

uma vez que novos sentidos da produção fonográfica – como o álbum-visual – surgem como resultado desse processo. Embora esses elementos não tragam em si uma novidade, a harmonização deles quando experienciados em um conjunto, retratam um novo ponto de assimilação acerca da estética do videoclipe. Nesse sentido, pode-se perceber a concepção de Leote afirmando que “toda criação surge a partir de algum tipo de rearranjo do que já existe, seja no sentido favorável, de apropriação, seja num sentido crítico de refutação ou contrariedade”.<sup>6</sup>

Com o rápido avanço das tecnologias e a repleção das linguagens desenvolvidas através delas, surge a necessidade de novas abordagens estéticas no campo da arte e da comunicação. O processo de hibridização dos artefatos culturais, aponta o videoclipe como um resultado dessa estética contemporânea. No entanto, percebe-se que mais do que um formato conectado à música ou um subproduto dela, o videoclipe deve ser compreendido como um campo de experimentações audiovisuais.

No diz que respeito ao conceito estético de *videomusica*, a ideia do videoclipe como fusão artística de caráter híbrido, diverge a opinião de estudiosos no assunto. Há quem aponte o videoclipe como ponto de coalizão entre o rock e a televisão, ambos movimentos culturais considerados mais expressivos da segunda metade do século XX. Em contraponto a isso, os que defendem a ideia amálgama do videoclipe como fruto da articulação entre a publicidade e o cinema.

Visto que os autores que se propõem a debater sobre o tema advêm de diferentes áreas de conhecimento e portanto cada um carrega o seu olhar acerca do assunto, consideramos importante o apontamento de algumas demarcações teóricas, conforme veremos a seguir, a fim de proporcionar um melhor entendimento no que diz respeito aos conceitos e definições do que é videoclipe.

## **Hipóteses de Investigação**

As questões e hipóteses de investigação aqui submetidas, pretendem fundamentar ou contrapor os conceitos de videoclipes relatados ao longo deste estudo. Conjuntamente existe a possibilidade de uma hipótese contestar ou anular outra. Considerando esses fatores, essas são as questões e suas respectivas hipóteses de investigação levantadas até o momento:

### **Questão 1 – O que é videoclipe?**

---

<sup>6</sup> Leote (2008, p. 21)

H1 – O videoclipe é um curta-metragem musical, construído a partir da linguagem audiovisual e, sobretudo, fílmica.

Esta hipótese propõe que o videoclipe assume a estética cinematográfica como principal fonte criativa, enquadrando-se na categoria de curta-metragem. Se for confirmada, ela se contrapõe à hipótese 2.

H2 – O videoclipe é um subproduto da música, de caráter híbrido morfologicamente muito diverso.

Esta hipótese trabalha com a possibilidade da produção de novos sentidos a partir do videoclipe, sendo ele um produto audiovisual em constante evolução que não pode ser definido a partir de um único conceito. Se confirmada, ela se contrapõe à hipótese 1.

### **Questão 2 - A letra da música funciona como argumento para o roteiro do videoclipe?**

H1 – O videoclipe é a construção imagética da narrativa verbal (a narrativa musical pode não recorrer a palavras).

Esta hipótese defende que o videoclipe é a representação visual daquilo que a letra da música apresenta. Se confirmada, ela anula a hipótese 2.

H2 – A narratividade do videoclipe se constrói na imagem e não no som.

Esta hipótese parte do princípio de que a narratividade de um videoclipe esteja baseada nas imagens e não na música. Sendo assim, a letra da música se torna um elemento secundário ou indiferente na construção da narrativa. Se for confirmada, ela anula a hipótese 1.

### **Questão 3 - O Álbum Visual: nova tendência do futuro ou reconfiguração do passado?**

H1 – O Álbum Visual é uma releitura audiovisual de narratividade do século XX.

Esta hipótese parte do princípio de que os filmes *A Hard Day's Night* (1964), *Help!* (1965), *Yellow Submarine* (1968), *The Wall* (1982) entre outros de formatos semelhantes, apresentam características que configuram o conceito de álbum visual, conforme identificamos atualmente. Se confirmada, ela diverge da hipótese 2.

H2 – O Álbum Visual é a compilação visual de um álbum musical, criado e produzido para plataformas digitais do século XXI.

Esta hipótese trata o Álbum Visual como um novo formato audiovisual de caráter híbrido, criado a partir das tecnologias digitais dos anos 2000, apontando para um novo caminho da indústria fonográfica e audiovisual. Se confirmada, ela se contrapõe à hipótese 1.

## **Metodologia e desenho da investigação**

O marco teórico desta pesquisa concentra-se em analisar as possíveis formas em que a estrutura do videoclipe se apropria das estratégias e mecanismos utilizados no cinema, na concepção do seu produto por meio das competências técnicas e estilísticas.

Para a presente dissertação será utilizado o método de *pesquisa descritiva*, com a finalidade de analisar os valores artísticos de uma obra, através de um estudo da arte, partindo de uma revisão bibliográfica formada por autores que problematizam a temática do videoclipe.

Após a análise, o estudo será fundamentado em referenciais teóricos relevantes aos conceitos discutidos acerca dos temas: cinema, videoclipe, narratividade, audiovisual e cultura digital. Tais objetos serão explorados em fontes secundárias como livros, artigos, dissertações e teses acadêmicas. Para tal, se faz necessária uma pesquisa documental e, eventualmente, entrevistas com diretores de algumas obras selecionadas como objeto de estudo.

Para alcançar os resultados e respostas acerca da problematização proposta nesta pesquisa, faremos análise de obras narrativas com diferentes abordagens e estéticas musicais dos últimos 50 anos. São eles: *A Hard Day's Night* (1964), *Help!* (1965), *Yellow Submarine* (1968), *The Wall* (1982), *Faroeste Caboclo* (2013), *Lemonade* (2016) e *Reconstrução* (2019). No âmbito dos videoclipes, a videografia será disposta em uma linha do tempo entre a década de 1970 até o ano presente (2020), incluindo os denominados álbum-visuais – objeto de estudo a ser discutido nesta tese. Serão apresentadas como anexos, os pôsters e sinopses dos filmes analisados.

Contudo, será necessário efetuar o cruzamento de informações de acordo com os levantamentos bibliográficos realizados. Sendo assim, a pesquisa transcorrerá a partir

do método analítico, visto que faremos uso de abordagens propostas por outros autores e escolheremos as que mais se aproximam do nosso objetivo.

A metodologia escolhida possibilita uma análise intrínseca, que relativiza posicionamentos distintos e congruentes ao longo do percurso, isentando-se da obrigação em atribuir uma resposta única e universal aos questionamentos propostos.

Informa-se que esta dissertação será redigida em concordância com o Novo Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa. Sendo assim, podem ocorrer algumas alterações na grafia de palavras escritas de formas diferentes no Brasil e Portugal.

## **Estrutura da dissertação**

Para o primeiro capítulo, propõe-se uma análise descritiva que nos permita relacionar a narratividade e os conceitos estéticos presentes em determinados filmes e videoclipes selecionados na filmografia.

Em um segundo momento, relataremos o surgimento da Music Television e sua importância no processo de consolidação do videoclipe como gênero, identificando o percurso de transição da cultura midiática televisiva para a internet. Falaremos também sobre a plataforma digital brasileira KondZilla, que se tornou o maior canal de videoclipes do mundo, atingindo números estrondosos no Youtube.

No terceiro e último capítulo, correlacionaremos filmes e videoclipes com o novo formato intitulado por álbum-visual – conceito ainda em processo de desenvolvimento e definição por pensadores e estudiosos na área – e conseqüentemente, o objeto síntese desta pesquisa.

Depreende-se então interpretar o videoclipe como um produto audiovisual independente, que, embora esteja enraizado no cinema e na música, traçou sua evolução junto com as transformações da contemporaneidade e adquiriu sua própria identidade estruturada na cultura digital que conhecemos hoje.

Finalizamos os anexos com contributos adicionais como posters e sinopses dos filmes analisados.

# Capítulo 1

## Do Short-Film ao Visual Album

Neste primeiro capítulo, abordaremos as potencialidades narrativas e estéticas do cinema musical como gênero a partir do sincronismo do som no cinema em 1927, com o longa-metragem *The Jazz Singer* e a inovação apresentada a partir de outros musicais como *Sunrise: A Song of Two Humans* (1927), *Becky Sharp* (1935), *Silly Symphonies* (1929-1939), *Screen Songs* (1929-1938), *Snow White and the Seven Dwarfs* (1939), *Fantasia* (1940), *Pin Up Girl* (1944), *Sweet Rosie O'Grady* (1943), *Singin in the Rain* (1952), *West Side Story* (1961) e *The Sound of Music* (1965).

Em seguida, faremos uma análise mais detalhada dos filmes *A Hard Day's Night* (1964) e *Help!* (1965), ambos estrelados pelos The Beatles e dirigidos por Richard Lester, com intuito de compreender a origem do videoclipe incorporado ao cinema musical, partindo de uma análise intertextual das obras.

Posteriormente, dissertaremos sobre a construção da linguagem audiovisual dos videoclipes em seu processo de desenvolvimento até a criação da Music Television, em 1981.

### 1.1 Cinema musical – O advento do som

O Musical enquanto gênero cinematográfico, desperta um sentimento de dualidade no público. Amado por muitos, odiado por outros, o gênero só pôde ser desenvolvido no cinema, graças ao advento evolutivo das tecnologias de captação de áudio, edição de som, recursos de dublagens e efeitos sonoros. Mas, para entender a origem desse gênero, precisaremos retornar algumas décadas na história do cinema até o surgimento do cinema sonoro.

Até meados da década de 1920, os filmes constituíam apenas uma composição visual. O único som ouvido pelos espectadores eram os ruídos do projetor ou, quem sabe, vindo da imaginação dos espectadores. Em algumas grandes salas de cinema ou teatro, era possível ter a presença de um pianista ou até mesmo de uma orquestra completa, com partituras compostas exclusivamente para serem tocadas durante a exibição dos filmes. Era o prelúdio de uma trilha sonora tocada fora das telas. Uma proposta musical que

abre portas para uma reflexão sobre som diegético e não diegético no cinema – assunto que discutiremos mais adiante.

Em 1926 a Warner Brothers apresentou o *Vitaphone*, uma tecnologia inventiva com sistema de gravação/reprodução de som para o cinema. O áudio era gravado em discos com potência à 33 1/3 rpm, mesmo sistema precursor do LP (*Long Play*), adaptado pela indústria fonográfica.

Os Lps de 33 1/3 rpm foram desenvolvidos em conjunto com os filmes. Os primeiros filmes sonoros produzidos nos EUA no final de 1920 tiveram os seus sons reproduzidos de forma separada, armazenado em discos. Um rolo de filme pode ser executado por 11 minutos, para uma velocidade de rotação de cerca de 32 rpm foi então necessário construir uma correspondência de som a imagem.<sup>7</sup>

Em 6 de outubro de 1927, a Warner Bros também recorreu ao sistema *Vitaphone*, marcando a estreia do primeiro filme com sincronização labial em diálogos e canções. O musical *The Jazz Singer* (1927), do realizador Alan Crosland, com Al Jolson como protagonista foi um grande sucesso de bilheteria no final dos anos 1920. Pela primeira vez na história do cinema, podia-se ouvir a voz dos atores em cena.

Na história do cinema, alguns filmes foram alvo de uma atenção especial, senão por sua estética, certamente pelo seu papel no desenvolvimento da arte cinematográfica como nós a conhecemos. O Cantor de Jazz, de Alan Crosland, é sem dúvida uma das obras que marcaram a trajetória dos filmes tanto como forma de arte quanto como uma indústria lucrativa...É considerado, por unanimidade, o primeiro longa-metragem sonoro. Embora se limite a números musicais e aos poucos diálogos que antecedem e se seguem a eles, o uso do som introduziu mudanças inovadoras na indústria destinadas a revolucionar Hollywood como praticamente nenhum outro filme conseguiu fazê-lo.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Bilesky (2016)

<sup>8</sup> Schneider (2008, p. 64)

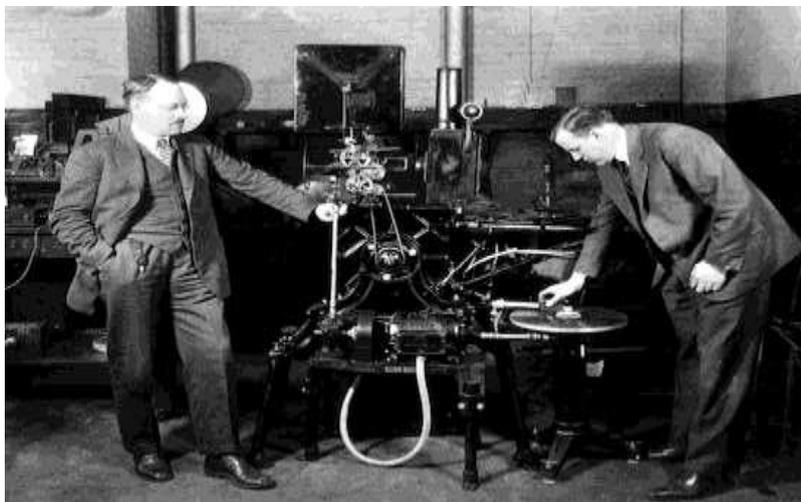


Figura 1 – Projecionistas (1927)

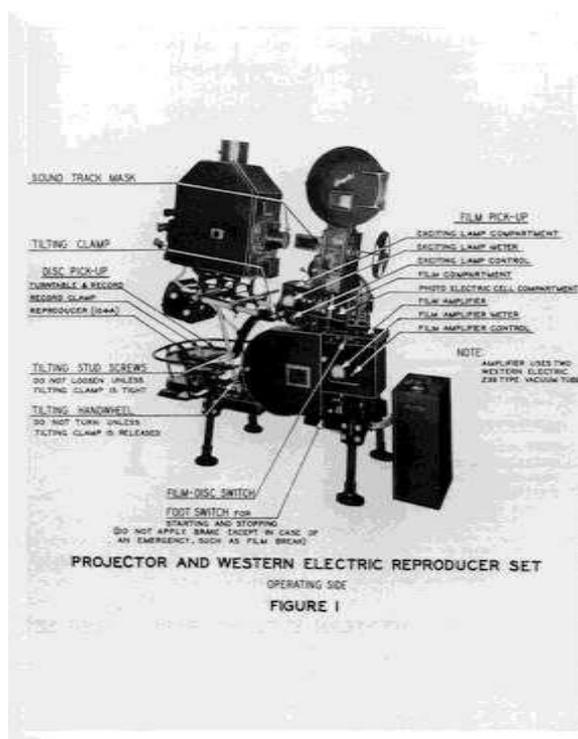


Figura 2 – Vitaphone (1927)

Ainda em 1927, a Fox Film Corporation exibiu o seu primeiro filme com som sincronizado, este apenas para músicas e ambientes. *Sunrise: A Song of Two Humans* (1927), dirigido por F.W. Murnau, conquistou três estatuetas na primeira edição do Oscar da Academia Americana de Cinema (1929) nas categorias de Melhor Filme, Melhor Fotografia e Melhor Atriz. O sistema nomeado *Movietone Sound System* (*sound-on-film*), usava o método de conversão do som em luz, gravando-se o som como uma faixa ótica na mesma tira de filme em que estavam as imagens. Com esta evolução, criou-se um sistema de sincronismo permanente e sem falhas.

O processo de modernização iniciado nos anos 1920 foi de extrema importância na história da arte, visto que os aduentos descobertos naquele período, abriram novas portas ao mundo do som no cinema com a chegada de sistemas de gravação, edição e reprodução do áudio. Contudo, a adesão ao novo sistema de som marca também o início do fim do cinema mudo, que começou a desaparecer do mercado nos anos 1930.

Acerca da consolidação do cinema musical como gênero, cabe também observar de que modo os dispositivos tecnológicos viabilizaram a sua existência, desde os sistemas de captação e exibição de áudio até os recursos gráficos de edição e sincronismo. Além disso, considera-se a transição das películas monocromáticas para as películas coloridas como outro fator determinante nesse processo, porém, não o único. Em meados dos anos 1930, a nova tecnologia pôde ser vista pelo grande público no drama *Becky Sharp* (1935), dirigido por Rouben Mamoulian. Soares (2008) destaca que:

Nas experiências do cinema musical, a passagem do preto-e-branco para o colorido foi decisiva na forma de compor o contrato audiovisual a partir de um ditame ligado ao sonho e a utopia. O mundo utópico dos musicais é mais utópico se visto a cores e com gamas mais precisas de som.<sup>9</sup>

No que antecede aos musicais de animação, podemos citar o projeto *Silly Symphonies* (1929-1939) produzido pela Walt Disney em uma série de 75 animações em *Technicolor*. *Silly Symphonies* pode ser compreendido como um trampolim de experimentações na criação de personagens, técnicas, efeitos especiais e narrativa.

No mesmo período, a Paramount Pictures lançou a série musical animada *Screen Songs* (1929 – 1938) – pequenas animações que eram exibidas antes e depois dos longa-metragens, em continuação à série *Song Car-Tunes* (1924 – 1927), ambos produzidos pelo Fleischer Studios. Os *Song Car-Tunes* eram curta-metragens que utilizavam a técnica da “bola quicando” em filmes e gravações de vídeos para indicar o ritmo da música, de forma visual para que o público pudesse cantar em simultâneo da letra na tela – um mecanismo muito próximo ao que é usado atualmente nos *karaokês*.

Contudo, o primeiro longa-metragem animado da Disney foi *Snow White and the Seven Dwarfs* (1937), inspirado no conto dos Irmãos Grimm e produzido totalmente em cores. Branca de Neve tornou-se um sucesso absoluto de bilheteria, consolidando a Disney como o maior estúdio de animação do mundo. Já na década de 1940, o filme *Fantasia* (1940) trouxe mais um avanço tecnológico para cinema musical: sua trilha sonora foi gravada em múltiplos canais de áudio e reproduzidos pelo sistema

---

<sup>9</sup> Soares (2008, p. 9)

*Fantasound*, tornando-se o primeiro longa-metragem lançado em som estéreo. Austerlitz (2007) define a experimentação de *Fantasia* (1940) como “primeira não-intencional forma longa de videoclipe”<sup>10</sup>

### **1.1.2 Cinema musical: O espetáculo ensaiado**

Após a *Grande Depressão*, a cultura de entretenimento estadunidense sentiu a necessidade de expansão dos espetáculos teatrais da Broadway para o cinema, como os musicais do coreógrafo e diretor norteamericano Busby Berkeley. Como o teatro e a indústria fonográfica trilhavam caminhos próximos, a união das duas artes foi uma solução rentável uma vez que o lucro dos espetáculos era proveniente também da venda de fonogramas e não apenas da bilheteria dos musicais. Naquele momento, a transição do musical do teatro para o cinema era uma urgência. Não só artística, mas também econômica, dada a necessidade de gerar empregabilidade para músicos, atores e artistas em geral, mediante um momento delicado de crise financeira.

Após um longo e difícil período de recessão econômica, a arte se tornava uma porta para a fuga da realidade daquele momento. Contudo, é necessário observar um movimento de transição do cinema musical, decorrido na década anterior com o sucesso das coreografias e encenações exuberantes. Vale ressaltar aqui a importância do trabalho de Busby Berkeley e suas obras para parte do que conhecemos hoje como elemento presente nos videoclipes: a dança. A obra de Berkeley ganhou maior visibilidade na década de 1930, com a sequência de 5 filmes realizados para a Warner Bros. São eles: *42nd Street* (1933), *Footlight Parade* (1933), *Gold Diggers of 1933* (1933), *Dames* (1934) e *Fashions of 1934* (1934).

Já na década de 1940, Berkeley emplacou um grande sucesso para *20th Century Fox*, com o musical *The Gangs All Here* (1943) e o número icônico da cantora Carmem Miranda em *Lady in the Tutti-Frutti*. Esta, que por sua vez, contribuiu fortemente para a consolidação dos filmes musicais no Brasil. A cantora de nacionalidade portuguesa enraizada no Brasil, se popularizou nos anos 1930 por seus figurinos e coreografias – lidos como exóticos pelos americanos. Carmem Miranda participou de 5 musicais carnavalescos que alavancaram sua popularidade internacional. *O Carnaval Cantado de 1932* (1932), *A Voz do Carnaval* (1933), *Alô, Alô Brasil* (1935), *Estudantes* (1935) e *Alô, Alô Carnaval* (1936) impulsionaram a artista das rádios para as telas de cinema, mas foi no filme *Banana da Terra* (1939) – em um dueto com Dorival Caymmi – que ela protagonizou o número mais conhecido de sua carreira: *O que é que a baiana tem?*. Caracterizada de baiana e com um chapéu de frutas tropicais, a cantora exportou a

---

<sup>10</sup> Austerlitz (2007, p. 23)

extravagância da mulher brasileira através de sua própria leitura e se projetou para o cinema estadunidense, ao qual participou de 14 obras entre as décadas de 1940 e 1950.

Entretanto, vale ressaltar que tais filmes batizados como *musicais carnavalescos*, sucedem-se das *chanchadas*, descobertas pela produtora carioca Atlântida Cinematográfica (1930 – 1960), que apresentava as principais estrelas brasileiras da era de ouro da rádio nos anos 1930 (Ari Barroso, Dorival Caymmi, Ataulfo Alves, Carmem Miranda, Emilinha Borba, Noel Rosa, entre outros) e os caracterizavam em encenações cômicas, com figurinos coloridos e exuberantes. Os filmes eram lançados ao final do ano, às vésperas do Carnaval, com o intuito de divulgar as marchinhas, que ao serem interpretadas por celebridades da música, caíam no gosto popular mais facilmente. Os trechos musicais dos filmes também eram gravados em disco e veiculados nas rádios, formando assim uma cadeia de comunicação em massa que ajudava na difusão da cultura carnavalesca pelo país. Essa prática iniciada no cinema brasileiro em meados dos anos 1930 se adaptou aos avanços midiáticos e, ainda hoje, resiste em forma de videoclipes que são veiculados na televisão aberta, alguns meses antes do Carnaval para divulgação do samba-enredo de cada agremiação, anualmente. Dentro desse processo de carnavalização, o corpo feminino é explorado a partir do fetiche que ronda a fetichização feminina através da dança – característica também presente nos musicais e nos videoclipes.

Em paralelo a esta observação, voltamos o olhar para os musicais americanos, em busca de compreender sua influência sobre este fenômeno. É necessário lembrar as matrizes culturais do país, que naquele momento ainda carregavam fortes influências do *Vaudeville*<sup>11</sup> e da sensualidade projetada no corpo feminino, cujo filme de comédia musical *Pin-Up Girl* (1944), com direção de H. Bruce Humberstone, revela o estilo *pin-up*<sup>12</sup>, estrelado pela atriz Betty Grable, mundialmente reconhecida como o maior ícone Pin-Up durante a Segunda Guerra Mundial, com uma imagem que circulou o mundo e habitou o imaginário coletivo masculino em tempos de guerra. O pôster de Betty Grable usando trajes de banho é um registro do fotógrafo Frank Powolny durante uma sessão de fotos publicitárias para outra comédia musical, *Sweet Rosie O'Grady* (1943), dirigido por Irwing Cummings. A icônica foto tornou-se uma das imagens mais famosas durante a Segunda Guerra Mundial, fazendo com que o estúdio Fox distribuisse cinco milhões de cópias durante o conflito, reforçando a prática de exploração sexual do corpo feminino em uma cultura machista que se perpetua até hoje nas revistas eróticas.

---

<sup>11</sup> Toll (1982, p. 23)

<sup>12</sup> Toll (1982, p. 44)

Em 2003, a revista *Life* catalogou a imagem na lista das *100 fotos que mudaram o mundo*, e, mais recentemente, em 2014, a revista *Time* a elegeu umas das *100 imagens mais influentes de todos os tempos*.



Figura 3 - Betty Grable na icônica foto que marcou sua carreira (1943).

Contudo, a estética pin-up não ficou restrita à década de 1940, mas voltou à mídia nos anos 2000, como parte de uma corrente retrô que invadiu o mundo da moda e da música. O movimento acabou por inspirar alguns videoclipes de estrelas do pop como Katy Perry, Christina Aguilera, Pink, Anitta, Cardi B e Beyoncé são algumas das cantoras que incorporaram essa temática em seus videoclipes.

O videoclipe *Candyman* (2007), encenado e dirigido pela cantora Christina Aguilera, em parceria com Matthew Rolston, traz uma outra linguagem audiovisual, baseada em uma releitura artística do movimento *Pin Up*, aos filmes da década de 1940 e ao resgate das memórias da Segunda Guerra Mundial, sob uma nova perspectiva. O videoclipe inspirado em elementos dos anos 1940 propõe um tributo ao icônico grupo *The Andrew Sisters*, um trio norte-americano formado pelas irmãs Andrew. A cantora Christina Aguilera aparece em versão triplicada na mesma imagem: ruiva, loira e morena cantando em ritmo de blues para um grupo eufórico de militares americanos, em uma cena que remete aos bastidores da Segunda Guerra.



Figura 4 - Videoclipe Candyman de Christina Aguilera - 2007

Com uma estética colorida, versátil e acelerada, o videoclipe também relembra as performances dos musicais, o empoderamento da mulher através do estilo pin-up e o fetichismo que a figura de Betty Grable representou nesse período. As referências ao período da Segunda Guerra ficam explicitadas na cena que recria a campanha *We Can Do It*, uma famosa propaganda de guerra dos Estados Unidos:



Figura 5 - Videoclipe Candyman de Christina Aguilera - 2007

Em poucos minutos, a montagem dinâmica de *Candyman* insere o espectador em uma viagem no tempo pelo cenário burlesco dos anos 1940. Com uma explosão de cores e cortes que desviam a atenção da letra da música, direcionam o olhar para as ações e unificam o videoclipe em uma única temática: uma releitura sobre a Guerra.



Figura 6 - Videoclipe Candyman de Christina Aguilera - 2007

No entanto, Christina Aguilera não foi a única diva pop a se inspirar na estética musical dos anos 1940 em seus videoclipes. Em 2009, a cantora Katy Perry lançou o videoclipe da faixa *Thinking of You*, cuja temática a reproduz como uma mulher enlutada, ao estilo *pin up*, relembrando dos momentos que viveu com o marido, antes de perdê-lo durante a Guerra. O videoclipe traz uma montagem em analepse, criando uma ponte entre as cenas alegres e póstumas.



Figura 7 - Videoclipe Thinking of You (2009) - Katy Perry

Em 2010, Beyoncé lançou o videoclipe de *Why Don't You Love Me*, em que ela aparece tentando consertar um carro quebrado, acompanhada de uma estética narrativa presente nos filmes dos anos 1940. Encarnada na personagem B.B Homemaker – pseudônimo de Beyoncé à sua versão *pin up*, a cantora homenageia a modelo norte-americana Bettie Page, intitulada como “Rainha das Pin Ups” nos anos 1950. Beyoncé assina a direção do videoclipe usando outro pseudônimo: “Bee-Z”, em parceria com a realizadora Melina Matsoukas. Entretanto, a personagem B.B Homemaker criada por Beyoncé em homenagem à Bettie Page, está presente também nos videoclipes *Video Phone* (2009) e *Telephone* (2010) na parceria realizada com a cantora Lady Gaga. Este,

por sua vez traz referências aos filmes *Pulp Fiction* (1994) e *Kill Bill – Vol 1* (2003) do cineasta Quentin Tarantino.



Figura 8 - Videoclipe Why Don't You Love Me de Beyoncé – 2010



Figura 9 - Videoclipe Video Phone - Beyoncé feat Lady Gaga – 2009



Figura 10 - Videoclipe Telephone - Lady Gaga feat Beyoncé – 2010

No Brasil, a cantora Anitta também se inspirou na cultura *pin up* nos videoclipes de *Bang* (2015) e *Essa Mina é Louca* (2016). *Bang* (2015) traz uma estética visual influenciada pelo movimento artístico *pop art* (1950) juntamente com o estilo *Pin Up* representado na caracterização de Anitta. Por sua vez, *Essa Mina é Louca* (2016) transita entre o estilo *lolita* e a estética *pin up*, com cenários exuberantemente coloridos que reproduzem a delicadeza das casas de boneca, lembrando o papel doméstico e matrimonial que a mulher exercia nas décadas de 1940, 1950 e 1960.



Figura 11 - Videoclipe Bang de Anitta - 2015



Figura 12 - Videoclipe Essa Mina é Louca de Anitta – 2016

### 1.1.3 A linguagem do musical

De volta à perspectiva dos movimentos que permearam o cinema musical americano, observa-se o clássico *Singin in the Rain* (1952), estrelado e co-dirigido por Gene Kelly. Na cena que marcou a história do cinema musical, Gene Kelly dança e canta na chuva, com passos que estão propositalmente sincronizados com a batida da música. Cada movimento realizado em cena parece estar em sintonia crescente com a evolução da canção. Esse modelo de performance travestida de utopia, atraiu o olhar do espectador mais atentamente para dentro da ação da cena. Tal proposição é característica do

gênero musical, que desde o início de sua história, propõe-se ao mundo fantasioso onde a estética do exagero nas performances, figurinos, cores e movimentos habitam no imaginário coletivo da irrealdade de forma simultânea e por muitas vezes, sensorial.



Figura 13 – Gene Kelly na cena épica de Singin in the Rain - 1952

Nessa perspectiva, Michel Chion considera a capacidade de assimilação simultânea dos espectadores em ver/ouvir algo, um conceito que integra os sentidos humanos, a partir das experiências pessoais de cada um. Por *áudio-visão*, pode-se classificar o ato de observação que envolve eventos constituídos por imagem e som. No entanto, o próprio conceito denominado por Chion nos alerta para um enaltecimento do sistema sonoro sobre o sistema visual.

O esforço mental em fundir imagem e som produz uma ‘dimensionalidade’ que faz a mente projetar o som ‘por trás’ da imagem, como se ele emanasse da imagem em si. O resultado é que nós vemos algo que existe somente na nossa mente. (...) Ou seja, nós não vemos e depois ouvimos um audiovisual, nós ouvimos/vemos.<sup>13</sup>

Ao propagar esta ideia, o autor aponta para as dinâmicas das relações simbióticas entre som e imagem, como um parâmetro que norteia a identidade dos produtos audiovisuais. A sensação de realidade projetada em nós quando assistimos a irrealdade apresentada nos musicais reitera o conceito exposto por Chion (1994) acerca das funcionalidades do som e da imagem.

O som nos faz enxergar a imagem de maneira diferente e que, dessa maneira, esta ‘nova’ imagem nos faz ouvir o som também diferentemente. Isto parece nos

---

<sup>13</sup> Chion (1994, p. 21)

permitir enxergar ‘algo’ a mais na imagem ou ouvir ‘algo’ a mais no som, e assim por diante.<sup>14</sup>

Partindo deste conceito, observamos que, no decorrer do tempo a partir dos anos 1920, artistas e produtores experimentaram novas fórmulas, técnicas e teorias para se lançarem na crescente indústria dos videoclipes: um processo criativo que deu início à uma nova era audiovisual, atualmente consolidada e em constante evolução artística.

Como precursores deste processo evolutivo, podemos citar os *Soundies* – curtas-metragens musicais americanos, produzidos entre 1940 e 1947, em formato preto e branco, contendo uma apresentação musical, teatral ou de dança. A tecnologia desenvolvida durante a Segunda Guerra Mundial, com o propósito de projetar filmes em *jukebox*, se expandiu por bares, restaurantes, boates e centros de diversão. Similarmente a este advento, na década de 1960, surge o *Scopitone* – curtas-metragens em cores, formato 15 mm, projetados em um dispositivo produzido na França e espalhado por outros países europeus, como Alemanha e Inglaterra.



Figura 14 - Soundies

## 1.2 Antecedentes do videoclipe

Ainda na ascendência dos musicais, surge uma nova tendência que mescla novamente música e cinema: os filmes promocionais de canções. Ou quem sabe, os primeiros videoclipes. Inicialmente, os filmes configuravam o registro audiovisual das apresentações ao vivo ou uma simulação delas, como fez o diretor Michael Lindsay-

---

<sup>14</sup> Chion (1994, p. 12)

Hogg, em 1965, ao reproduzir a cenografia de um show da banda *The Who* para a divulgação promocional da faixa *Anyway, Anyhow, Anywhere*. A recriação de uma realidade utópica com palcos, cenografias e plateias formadas por figurantes ensaiados, incorporava ao vídeo promocional características de herança do cinema musical.

Juntamente com esta criação imagética da representação do ao vivo, nasce também a prática de construção visual do artista como celebridade. A evolução dos filmes promocionais deu início não só ao processo de ressignificação visual das faixas musicais, mas, sobretudo, apontou para a performance do artista como elemento de ligação direta entre as duas artes: música e vídeo. Essa ligação produziu dois olhares distintos no que diz respeito à figura do artista. Primeiro, construindo um personagem fictício e performático nas apresentações em vídeo e posteriormente, aproximando o público de uma imagem mais real do ídolo através de registros documentais, como aconteceu em 1965 com o registro do documentarista D.A Pennebraker sobre a obra de Bob Dylan. Ainda que esta realidade seja uma construção narrativa, ela produz um novo sentido e reconfigura o que conhecemos hoje como videoclipe, conforme explica Soares.

O ‘filme promocional’ era da canção ‘Subterranean Homesick Blues’ e além de reforçar elos mais conceituais sobre um artista como Bob Dylan, dá demonstrativos de uma autonomia na produção deste audiovisual, evidenciando um caráter ‘alternativo’ e ‘fora dos padrões’ – que seria a principal estratégia de inúmeros videoclipes na contemporaneidade. Tal formatação, próxima a um documentário, só foi possível diante das apropriações feitas a partir das novas tecnologias de captação: a câmera portátil de 16 milímetros se apresentava menor, mais leve, com mais possibilidades de usos discursivos. A experiência de produção dos ‘filmes promocionais’ de ‘Strawberry Fields Forever’ e de ‘Penny Lane’, dos The Beatles, em 1966, seguiu a mesma trilha antecipada por Bob Dylan – a de criar uma atmosfera para o ‘filme musical’ que se distanciasse da performance ao vivo, recorrendo a câmeras portáteis capazes de gerar uma ‘leveza’ e uma ‘intimidade’ no que é registrado. Tanto em ‘Strawberry Fields Forever’ como em ‘Penny Lane’, vê-se os Beatles passeando por paisagens: algumas bastante características da Inglaterra e outras, sintomaticamente, psicodélicas. A construção imagética reforça elos com a difusão massiva dos Beatles através da indústria fonográfica. Ao mesmo tempo em que evidenciava uma imagem do grupo inglês e da eclosão da música pop na Inglaterra, apontava para soluções visuais que ampliavam o espectro de criação sobre as

imagens previamente disposta dos Beatles. Tudo isso graças à aparelhagem tecnológica disponível na captação.<sup>15</sup>

Contudo, a definição de videoclipe como gênero audiovisual contemporâneo, implica atribuir-lhe características do hibridismo como acontecimento oriundo da criação de novas mídias. Ao longo de sua trajetória, a narrativa audiovisual construída nos vídeos carrega elementos do cinema, da televisão, da publicidade e dos ecossistemas de consumo musical. Entretanto, podemos perceber também que a construção das narrativas audiovisuais em peças promocionais musicais, adotam uma estética de reprodução das ações no tempo e espaço em que elas ocorrem, podendo ser denominadas como narrativas diegéticas. A *diegese* pode ser compreendida como um conceito narratológico de estudos literários e cinematográficos no que tange ao espaço ficcional de uma ação. O tempo e o espaço diegéticos são de fato os espaços e tempos em que as ações decorrem dentro da trama. No caso dos vídeos, a letra da música pode ser um dos elementos de base para a construção da narrativa digética da imagem, como veremos ao final deste capítulo.

Andrew Goodwin (1992) classifica o videoclipe como um produto da indústria fonográfica, estruturalmente fundamentado na música pop. O autor sugere o princípio da *sinestesia* como “o processo intrapessoal, por meio do qual as impressões sensoriais são conduzidas de um sentido para outro, por exemplo, quando ouvimos os sons das imagens com os nossos olhos da mente”<sup>16</sup> Este processo de articulação entre música e imagem é nomeado por ele de *musicologia da imagem*, relacionando os elementos musicais (tempo, harmonia, melodia, ritmo, arranjo, espaço acústico e letra) com elementos visuais do videoclipe (performance, ângulo, enquadramento, iluminação e edição).

A iconografia da música pop tem sido, muitas vezes, desconsiderada. As implicações do gênero da música pop são constantemente menosprezadas ou negligenciadas, desta forma, os vídeos são lidos como se sua significação genérica fosse baseada apenas nas convenções cinematográficas. (...) o problema, com certeza, é que é extremamente difícil teorizar sobre o videoclipe sem adequar-se à conceitualização da música e a sua relação com a iconografia pop.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Soares (2008, p. 48)

<sup>16</sup> Goodwin (1992, p. 50)

<sup>17</sup> Goodwin (1992, p. 04)

Sobre a estrutura musical, Janotti Jr (2004), sugere uma análise sobre as sistematizações que estão presentes na música.

Traçar a genealogia de uma faixa ou de um CD envolve localizar estratégias de convenções sonoras (o que se ouve), convenções de performance (o que se vê, que corpo é configurado no processo auditivo), convenções de mercado (como a música popular massiva é embalada) e convenções de sociabilidade (quais valores, gostos e afetos são ‘incorporados’ e ‘excorporados’ em determinadas expressões musicais).<sup>18</sup>

Para Thiago Soares (2004) a ideia da sincronização da música e da imagem através do sistema sonoro usado em *The Jazz Singer* (1927), representa o início do que conhecemos hoje por videoclipe. Em contraponto, Hanson (2006)<sup>19</sup> sugere que a obra *Motion Painting No.1* (1949) de Oskar Fischinger tenha sido o primeiro protótipo do videoclipe. Hanson (2006) também aponta o filme *A Hard Day's Night* (1964) como um referencial nas experiências estéticas que precedem o videoclipe. Em concordância com Hanson (2006), Carvalho (2006) define o filme de Richard Lester como um marco zero na linguagem videoclíptica por apresentar “movimentos de câmera, efeitos de transição de imagens, iluminação especial, takes rápidos e o corte na batida.”<sup>20</sup> Ambos concordam na premissa de que os filmes dos Beatles sejam precursores desse gênero. Nesse sentido, o cineasta Richard Lester pode ser considerado então, o pai dos videoclipes, com suas criações *videoclípticas*.<sup>21</sup> Nessa perspectiva, Soares (2009) considera o videoclipe *Bohemian Rhapsody* (1975) da banda Queen, “como uma das primeiras e mais celebradas experiências do videoclipe”<sup>22</sup> na cultura digital. Em anuência, Barreto (2005)<sup>23</sup> considera que a proposta criativa do videoclipe impulsionou a inserção do mesmo nos meios televisivos, como o programa semanal *The Kenny Everett Video Show* (1979) na Inglaterra e a dedicação de um bloco exclusivo na programação para exibição de videoclipes no semanário Fantástico (1978) no Brasil.

Holzbach (2010) aborda o surgimento do videoclipe a partir de 3 pilares estruturais “a veia televisiva, a sincronização bastante específica entre som e imagem e o desenvolvimento de sua narrativa particular”<sup>24</sup>. Holzbach descreve que o videoclipe é

---

<sup>18</sup> Janotti (2004, p. 04)

<sup>19</sup> Hanson (2006)

<sup>20</sup> Carvalho (2006, p. 12)

<sup>21</sup> Aquino e Oliveira (2017, p. 1)

<sup>22</sup> Soares (2009, p, 61)

<sup>23</sup> Barreto (2005)

<sup>24</sup> Holzbach (2010, p. 01)

“devoto da sincronização inventada no cinema”<sup>25</sup>. Para a autora, um dos fatores importantes na caracterização do videoclipe é a liberdade de não precisar ser linear, experimentação viabilizada pelas *Soundies* nos anos 1940.

a maior parte dos vídeos narra a canção e o artista aparece dublando e interpretando o que a letra diz, um elemento extremamente comum das narrativas dos videoclipes contemporâneos. Nas *soundies*, o artista é o foco da câmera e não há necessidade de seguir a narrativa clássica. Com isso, o ouvinte podia ter uma experiência ampliada em relação ao que as rádios e os vinis ofereciam, visto que o artista aparecia em ação.<sup>26</sup>

Em uma abordagem próxima, Arlindo Machado (2000) alerta para a importância de se “prestar mais atenção aos videoclipes”<sup>27</sup>, pois “já se foi o tempo em que esse pequeno formato audiovisual era constituído apenas de peças promocionais, produzidas por estrategistas de marketing para vender discos”<sup>28</sup> e aponta para o videoclipe como “um caminho estratégico para a revigoração do espírito inventivo no plano do audiovisual.”<sup>29</sup>

Partindo das exposições propostas por Hanson (2006) e Carvalho (2006), adentraremos agora na seara dos filmes dos Beatles, como objeto de análise fílmica deste capítulo.

### **1.2.1 A Hard Day’s Night (1964)**

Em 1964, os Beatles marcaram sua estreia no cinema com o longa metragem em preto e branco *A Hard Day’s Night*, dirigido por Richard Lester. O filme é homônimo do álbum lançado no mesmo período e as faixas musicais do álbum exercem uma função de trilha sonora para o filme. Uma espécie de combo promocional para os *beatlemaníacos*<sup>30</sup>, termo usado pelos telejornais britânicos em 1963 para definir o comportamento estérico e caloroso dos fãs da banda. O filme remonta aspectos pessoais da vida dos artistas, em uma proposta narrativa disposta entre ações e vídeos musicais, tal como acontece atualmente nos *álbums-visuais* como o projeto *Lemonade* da cantora pop Beyoncé, lançado em 2016 pela HBO - o filme em formato *álbum-visual*

---

<sup>25</sup> Holzbach (2010, p. 08)

<sup>26</sup> Holzbach (2010, p. 11)

<sup>27</sup> Machado (2000, p. 172)

<sup>28</sup> Machado (2000, p. 172)

<sup>29</sup> Machado (2000, p. 172)

<sup>30</sup> Pugialli (2008)

possui 65 minutos de duração, distribuídos entre 11 capítulos intercalados por poesias e prosas. Embora o termo *álbum-visual* tenha ganhando força a partir dos anos 2000, sobretudo com o êxito de *Lemonade*, alguns autores contemporâneos como (Estrella, 2016) defendem a ideia de que os Beatles tenham sido os precursores desse gênero.

Como em muitos outros aspectos da música, o início dos álbuns visuais pode ser rastreado até chegarmos aos Beatles. Durante a melhor parte dos anos 1960 o quarteto aventurou-se na realização de filmes para acompanhar os – ou serem acompanhados – pelos seus álbuns. (...) O primeiro – e mais icônico – foi *A Hard Day's Night*. Lançado ao sabor dos elogios da crítica no auge da Beatlemania, a obra é uma comédia na qual a banda atua em versões ficcionalizadas de si mesmos. O segmento “Can't Buy Me Love” foi particularmente importante ao pavimentar o caminho para as modernas técnicas videoclípticas, como o ritmo da montagem em consonância com as batidas da música e o estilo narrativo de se contar as desventuras da banda.<sup>31</sup>

Em *A Hard Day's Night* (1964), a narrativa do filme se constrói na própria vida dos integrantes dos Beatles ou no que o diretor gostaria que fosse revelado como a vida dos meninos de Liverpool. A história traz os momentos que antecedem um show ao vivo da banda em um programa televisivo fictício. Desde o início da viagem até o momento final do show, os quatro jovens de Liverpool lidam com os dilemas e aventuras da fama em ascensão, da histeria do público e de tudo que supostamente envolve a rotina de uma banda de rock. Um contexto diegético que usava da metalinguagem, como nos desenlaces da banda ao tentarem fugir dos *beatlemaníacos*, utilizando-se da própria linguagem para representar a si mesmos.

*A Hard Day's Night* foi responsável pela popularização da construção imagética dos Beatles no conceito artístico. A imagem da banda reproduzida no filme gerou uma enorme identificação do público, maioritariamente formado por jovens ingênuos que anseavam por momentos de rebeldia, no auge dos anos 1960. A estética de captação e montagem adotada pelo diretor Richard Lester revela uma dinâmica constante de ação entre os músicos, estabelecendo uma dialética fragmentada que se articula de forma consonante entre a comédia e o caos. O filme que tenciona retratar a realidade dos Beatles, acaba por criar uma existência utópica da banda, ao projetar uma imagem idealizada dos músicos, caracterizando-se assim como um *pseudocumentário*, conforme aponta o guitarrista George Harrison, em entrevista concedida em 1964.

---

<sup>31</sup> Estrella (2016). Tradução nossa.

A versão de Richard Lester de nossas vidas em 'A Hard Day's Night' e 'Help!' fez parecer que tudo é diversão e brincadeira: era justo nos filmes, mas no mundo real nunca houve qualquer dúvida. Os Beatles foram condenados no seu próprio espaço, que é tão importante. É por isso que foram condenados, porque não tinham nenhum. Era como macacos em um zoológico.<sup>32</sup>

Para além da projeção internacional dos Beatles fora do Reino Unido, o filme também semeia a estética do videoclipe enquanto narrativa cinematográfica diegética. Ou seja, as ações que acontecem em cena, reproduzem de forma literal ou subjetiva a mensagem exposta na música. Mais do que uma compilação de faixas musicais em formato visual, o filme também expressa o comportamento daqueles que se identificavam com a banda.

Com relação ao filme *A Hard Day's Night*, é curiosa a inferência de que o comportamento juvenil e por vezes inconsequente e arrogante dos quatro rapazes, característicos de grandes celebridades do show business, é contrastado com as letras das canções apresentadas durante todo o filme. Se por um lado a imagem apresentada é de pessoas de grande autoconfiança, seguros de si, contestadores, galanteadores e certos do sucesso de suas investidas junto às fãs, por outro as músicas tocadas no filme são românticas, de meninos apaixonados e inseguros pela reciprocidade da amada; preocupados com terceiros, saudosos de momentos de amor, e assim por diante. Ou seja, toda a imagem passada deles no que seriam dias reais é desconstruída pelas músicas.<sup>33</sup>

*A Hard Day's Night*, a música que intitula o filme foi inspirada em um cartão que John Lennon escreveu para o seu filho e, curiosamente, foi a única faixa composta diretamente para o filme. Todas as demais faixas foram escritas em momentos que antecedem o ano de 1964, período em que a banda sai do eixo britânico e explode para a indústria internacional. Na sequência entre diálogos e peripécias, seguem-se as músicas *I Should Have Known Better*, *I Wanna Be Your Man*, *Don't Bother Me*, *All My Loving*, *If I Fell*, *Can't Buy Me Love*, *And I Love Her*, *I'm Happy Just to Dance with You*, *This Boy*, *Tell Me Why*, *She Loves You* e *A Nation Once Again*, única canção que não faz parte da discografia da banda e que, no filme, é cantada pelo avô de Paul.

De modo geral, as músicas podem ser retiradas do filme e expostas como videoclipes, sem que se faça uma correlação entre as duas obras (o álbum e o filme) tal como acontece hoje na plataforma digital no Youtube quando pesquisamos pelo termo *A Hard Day's Night* e encontramos as cenas musicais do filme de forma isolada, em

---

<sup>32</sup> Harrison (2002, p. 39). Tradução nossa.

<sup>33</sup> Dix (2010, p. 80)

vídeos separados. Uma das possíveis causas desse efeito se deve ao fato de que John Lennon e Paul McCartney compuseram a maior parte das músicas sem ter conhecimento do roteiro e, como consequência, o resultado gerou um argumento desconexo.<sup>34</sup>

Nesse sentido, o filme revela um certo antagonismo, ao mesmo passo em que reproduz a realidade vivenciada pela banda. Coexistente ao fato deles serem vistos como um produto da indústria musical, representado nas cenas recorrentes de fuga dos fãs e dos empresários no filme, a banda também demonstra sua capacidade de potência criativa e resiliência ao padrão cultural do consumo da música pop, sempre atrelado ao ideal do artista como um conjunto imagético criado para atender as tendências mercadológicas. Para Voltareli (2015), o olhar diferenciado do diretor Richard Lester sobre a banda, constrói a identidade do filme como algo inovador.

A genialidade de Lester foi perceber que a música daqueles rapazes exigia referenciais diferentes de elaboração imagética, mais em acordo com os “novos” padrões de consumo e comportamento de seus consumidores, graças aos “novos” padrões técnicos e tecnológicos de gravação e distribuição sonora. Mas foram os Beatles que propiciaram isso a ele, e foram os Beatles que nesse filme são os protagonistas e, ao mesmo tempo, as vítimas dessa inovação musical e comportamental, que ali estava apenas embrionária.<sup>35</sup>

A linha atenuante entre cinema e videoclipe fica ainda mais explicitada em *A Hard Day's Night* quando percebemos que qualquer número musical pode ser exibido à parte do filme, sem perder o sentido. Em contraponto às narrativas criadas nos filmes musicais performáticos ao estilo Broadway, como no musical *Fantasia* (1940), o longa-metragem se aproxima mais de uma compilação musical com vídeos promocionais desconexos, do que de uma narrativa linear. Quanto mais o filme se distancia do conceito cinematográfico em termos de roteiro conexo, continuidade e arco narrativo, mais ele se aproxima da possibilidade de ser a semente plantada, que nas décadas seguintes, frutificaria em forma de videoclipe. Nesse sentido, Durá-Grimalt (1988), define a obra de Richard Lester; *A Hard Day's Night* como “um antecedente próximo do videoclipe.”<sup>36</sup>

### **1.2.2 Help! (1965)**

---

<sup>34</sup> Turner (2009, p. 72)

<sup>35</sup> Voltareli (2015, p. 71)

<sup>36</sup> Durá-Grimalt (1988, p. 113)

Em 1965, após a disseminação da cultura *beatlemaniaca* atribuída ao primeiro filme, o diretor Richard Lester decidiu repetir a receita de sucesso, com outro combo homônimo formado por álbum+filme, intitulado por *Help!*. As gravações do filme tiveram início em fevereiro daquele ano, no Caribe e terminaram em maio, no continente europeu, entre filmagens na Áustria e na Inglaterra.

*Help!* representa um novo momento na carreira da banda, que dessa vez deixam o lado documental de lado, interpretando a si mesmos, de forma mais fictícia, como personagens integrantes dos *The Beatles* e não mais como John Lennon, Paul McCartney, Ringo Starr e George Harrison em sua essência. Os episódios históricos da *beatlemania* - base de sustentação do primeiro filme - também já não aparecem mais em *Help!*. O filme apresenta um roteiro mais conexo com diálogos bem-humorados e narrativa linear, pontos que o diferem mais uma vez de *A Hard Day's Night* no quesito fluidez. Outro ponto importante a ser observado é o fato do filme ter sido gravado em película colorida, enquanto *A Hard Day's Night* foi produzido inteiramente em preto e branco.

Logo nos primeiros minutos do filme, vemos uma apresentação musical do grupo cantando a faixa título, *Help!*. A cena que intenta reproduzir programa televisivo, também pode ser definida aqui como um videoclipe da banda, podendo ser veiculada isoladamente do contexto narrativo do filme. Primeiramente a banda aparece no enquadramento total da tela, quando rapidamente percebemos que, na realidade, ela está sendo projetada dentro de outra cena. A ação que acontece fora do videoclipe da música *Help!* está registrada em cores, enquanto a ação do próprio videoclipe se passa em preto e branco. Notamos aqui uma estética visual metalinguística com a amálgama cenas em cores e p/b, juntamente com a estrutura sonora ambidiegética, com a música sendo reproduzida dentro e fora do espaço e tempo da ação. Em uma proposta similar, o videoclipe *Hey Ya!* (2004) da banda Outkast, remonta a estética dos programas de auditório dos anos 1960 e a histeria do público jovem. O videoclipe foi premiado no MTV Video Music Awards 2004 nas categorias Vídeo do Ano, Melhor Vídeo de Hip Hop, Melhores Efeitos Visuais e Melhor Direção de Arte.



Figura 15 - Cena do filme Help! - 1965



Figura 16- Videoclipe Hey Ya! - Outkast – 2004

Apesar do título do filme retratar um pedido de socorro, a evolução musical do filme também aponta para um amadurecimento artístico da banda. Como já foi citado anteriormente, em *A Hard Day's Night* as letras românticas e fragilizadas se contrapõem à postura subversiva dos músicos, quase que de forma antagônica. Em *Help!*, as letras já abordam outras temáticas para além do romance e dos dilemas adolescentes. Além da música que intitula o filme, o longa traz mais 6 versões números musicais encenados pela banda. São elas: *You're Going To Lose That Girl*, *You've Got To Hide Your Love Away*, *Ticket To Ride*, *The Night Before*, *I Need You* e *Another Girl*. Do ponto de vista cinematográfico, *Help!* apresenta uma linguagem diferenciada, com a supressão do filme por alguns segundos de pausa e a divisão do arco narrativo em atos, relembrando a estrutura teatral. A narrativa que envolve o conflito de Ringo Starr e os outros integrantes da banda pode ser considerada linear, se atentarmos para diegese dos fatos. Entretanto, o filme é segmentado a partir de cartelas informativas que antecipam ao espectador as ações que estão por vir, técnica frequentemente usada para nomeação de episódios em séries televisivas nos tempos atuais.

Contudo, para Arlindo Machado, a bagagem televisiva do diretor Richard Lester aplicada à obra filmográfica dos Beatles, coexiste também como um contributo para o surgimento do videoclipe. “Richard Lester, essencialmente um diretor de comerciais e de televisão, foi um dos primeiros a trazer para o cinema procedimentos típicos de linguagem televisual.”<sup>37</sup>

### 1.2.3 A linguagem do videoclipe

No que tange ao sentido estrutural dos musicais enquanto experiências de videomúsica, atentamos para uma análise realizada por Soares (2009) acerca dos elementos que compõe a estética visual de um videoclipe. Soares aponta para três pilares da música popular massiva que podem nos ajudar a compreender a engrenagem audiovisual da indústria pop: música, letra e iconografia. Estas por sua vez, estabelecem um tipo de interação entre música e vídeo, classificada em três tipos: ilustração, amplificação e disjunção.

Na ilustração, a narrativa visual ilustra o conteúdo presente na letra da música.

Exemplo: No filme *Singin in the Rain* (1952), dirigido por Stanley Donen e Gene Kelly, a cena mais icônica retrata o ator Gene Kelly representando o personagem Don Lockwood cantando e dançando feliz na chuva, enquanto a letra da música fala sobre a felicidade de dançar e cantar na chuva. O trecho musical em vídeo ilustra exatamente a mensagem presente na canção.

Just Singin', singin' in the rain  
Dancing in the rain  
I'm happy again  
I'm singin' and dancin' in the rain  
I'm dancin' and singin' in the rain



Figura 17 - Cena do filme Singin in the Rain - 1952

---

<sup>37</sup> Machado (1997, p. 114)

Na ampliação, a narrativa visual apresenta elementos que não contrapõem a letra da música, mas podem agregar um novo sentido à obra.

Exemplo: Na cena de abertura de *A Hard Day's Night* (1964), os quatro integrantes dos The Beatles fogem de uma legião histérica de fãs. Na tentativa de despistá-las, eles se disfarçam e se escondem pela cidade. A letra da música homônima fala sobre um dia difícil de trabalho, o que pode ser subentendido pelas imagens que mostram os desafios de ser um ídolo pop no auge dos anos 1960.

It's been a hard day's night  
And I've been workin' like a dog  
It's been a hard day's night  
I should be sleepin' like a log



Figura 18 - Cena do filme *A Hard Day's Night* - 1964

Na disjunção, as imagens podem ser subjetivas, sem necessariamente traçar algum tipo de narratividade com a letra, nem com o enredo do videoclipe.

Exemplo: No filme *Help!* (1965), a apresentação da música de mesmo nome recria o cenário de um programa de TV, simulando uma aparição ao vivo. No entanto, a letra da música fala sobre paixão, solidão e um pedido de socorro de alguém que se sente desanimado.

Help me if you can I'm feeling down  
And I do appreciate you being 'round  
Help me get my feet back on the ground  
Won't you please, please, help me?



Figura 19 - Cena do filme Help! - 1965

Retomando ao que Goodwin (1992) chama de *Musicologia da Imagem*, ressaltamos que encontrar a narratividade no videoclipe consiste em analisar os elementos musicais e visuais presentes em cada obra, de maneira particular, uma vez que a diversidade de gêneros musicais resulta em diferentes abordagens estéticas. As performances audiovisuais de cada gênero refletem também o contexto de uma temporalidade, de um momento histórico e porque não dizer, de um sentimento. Estes são caminhos que podem ser percorridos na busca pela definição da narratividade presente no videoclipe.

Contudo, se olharmos para o videoclipe enquanto materialização da música, podemos perceber que ele incorpora e se conecta com elementos de outras fontes em sua linguagem audiovisual. Para Janotti Jr e Soares (2008), a performance do videoclipe representa uma camada de mediação visual, que está articulada com o ambiente sonoro, em uma esfera muito maior do que a perceptível ao primeiro olhar.

O videoclipe se situa como um desdobramento da performance da canção popular massiva, uma vez que integra a cadeia de produção de sentido que articula o sonoro e o visual, sendo 'regido' por uma sistemática de construção de imagens que opera com signos visuais 'inseridos' na canção e segundo pressupostos das próprias performances apresentadas. Nessa lógica, podemos entender o videoclipe como uma nova camada de mediação sobre a canção popular massiva, desta vez, estando sujeita à sobreposição de uma 'camada' visual. Essa nova camada de mediação visual está articulada à construção de um objeto (o videoclipe) que seja o mais próximo e fiel ao universo do objeto que sintetiza (a canção) e, portanto, estando articulado ao gênero musical e à narrativa particular do artista que performatiza a canção.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Janotti Jr & Soares (2008, p. 103)

A década de 1970 trouxe uma nova perspectiva a respeito do videoclipe, embora este ainda não fosse nomeado como tal. Em 1971, o diretor Adrian Maben iniciou uma série de registros musicais da banda *Pink Floyd* para posteriormente transformá-las em filme. A primeira versão do filme *Pink Floyd: Live at Pompeii* (1972) inclui 8 faixas gravadas na região italiana da Pompéia e na capital francesa, Paris. Em ambos os registros, não há presença do público. Em 1974, uma segunda versão foi lançada para cinema e formato VHS, incluindo mais 3 faixas gravadas nos estúdios da Abbey Road, em Londres. Em 1975, a banda inglesa *Queen* lançou o vídeo promocional da faixa *Bohemian Rhapsody*, dirigido por Bruce Gowers, no Top of the Pops, programa televisivo da BBC. Após inúmeras exibições no programa, a banda alcançou o topo das vendas do álbum, fato que não ocorreu com o impulsionamento nas rádios, aponta Soares (2004).<sup>39</sup>

Em concordância, Holzbach e Nercolini (2009) reiteram a importância do vídeo na estruturação do videoclipe como gênero:

O diferencial desse videoclipe é que ele foi prioritariamente desenvolvido para lançar a música nos meios de comunicação. O ‘vídeo promocional’, como era então chamado, apresentava efeitos especiais, um roteiro razoavelmente definido e uma tentativa inovadora de combinar imagens com as principais batidas da música, provocando variadas sensações sinestésicas.<sup>40</sup>

Em vista disso, as indagações acerca do surgimento do videoclipe, bem como sua definição, parecem ser um objeto de eterna busca. Ao longo dos últimos 30 anos, pesquisadores de diferentes países teorizam sobre este fenômeno cultural, que cada vez mais, ganha novas possibilidades. Wyver (1992) aponta para um acontecimento importante no processo de construção do videoclipe como gênero audiovisual: “no final dos anos 70 houve uma grande disseminação de filmes musicais no cinema norte-americano: *American Graffiti* (1973), *Saturday Night Fever* (1977), *Abba – The Movie* (1977), *Grease – is the word* (1978), entre outros.”<sup>41</sup> . Soares (2004) acredita que a visibilidade de *Bohemian Rhapsody* como produto audiovisual foi o grande motivador para a criação de um canal musical, um fomento “que viria a culminar com a percepção da necessidade de um canal que fosse uma espécie de ‘FM televisiva’.”<sup>42</sup> Holzbach (2010) salienta que o “sucesso da união entre televisão e rock firmou um pacto

---

<sup>39</sup> Soares (2004, p. 9)

<sup>40</sup> Holzbach & Nercolini (2009, p. 3)

<sup>41</sup> Wyver (1992, p. 56)

<sup>42</sup> Soares apud Durá (2004, p. 10)

simbólico entre as gravadoras e as emissoras de televisão”<sup>43</sup> e estabeleceu um ponto essencial para a “consolidação do videoclipe anos mais tarde.”<sup>44</sup>

Em 1981, o serviço Nickelodeon do canal a cabo da Warner, que já exibia um programa dedicado aos vídeos musicais chamado *Popclips*, adquiriu a capacidade de exibição na TV em som estéreo, o que proporcionou um território propício à exibição de clipes vinte e quatro horas por dia. Foi assim que, segundo J. Wyver, nasceu a Music Television (MTV), que oficialmente começou a operar em território norte-americano em 1º de agosto de 1981, tendo exibido como primeiro clipe *Video Killed the Radio Star*, com o Buggles.<sup>45</sup>

Tais observações constituem a MTV como a grande responsável pela expansão imagética da música, tornando-se uma referência comercial entre a televisão e a indústria fonográfica. Infere-se, então, que a criação de um canal musical exclusivo para veiculação de vídeos decorre da evolução dos musicais do cinema para a televisão.



Figura 20 - Logomarca da Music Television

---

<sup>43</sup> Holzbach (2010, p. 12)

<sup>44</sup> Holzbach (2010, p. 12)

<sup>45</sup> Soares apud Wyver (2004, p. 10)

## Capítulo 2

### Os Caminhos do Videoclipe na Cultura Digital

Chegamos ao segundo capítulo, que funcionará como ponto de confluência entre o primeiro e o terceiro capítulo. Aqui, falaremos sobre o surgimento da Music Television, as transições digitais do videoclipe da televisão para a internet e também sobre as diferentes linguagens audiovisuais que o videoclipe desperta.

No primeiro tópico, buscaremos entender os caminhos do videoclipe no processo de consolidação da MTV, bem como sua programação e seus reflexos na cultura popular massiva.

Em um segundo momento, faremos uma breve análise do histórico do Video Music Awards, centrada na intertextualidade apresentada por cinema e videoclipe na categoria Best Video from Film. Neste momento, analisaremos o videoclipe *I Don't Want to Miss a Thing* (1998) do Aerosmith, usando como base a estrutura proposta em videoclipes anteriores e posteriores: *Can You Feel the Love Tonight* (1994), de Elton John, *Faith* (2016) de Stevie Wonder feat Ariana Grande, *Can't Stop the Feeling* (2016) de Justin Timberlake, *Shallow* (2018) de Lady Gaga feat Bradley Cooper e *Spirit* (2019) de Beyoncé.

Em um recorte representativo acerca da cultura brasileira, falaremos sobre o espectro do videoclipe *They Don't Care About Us* (1996), de Michael Jackson dirigido por Spike Lee, gravado no Morro Dona Marta e no Pelourinho. Observaremos esse videoclipe, enquanto sintoma da escalada das culturas periféricas brasileiras às mídias de comunicação em massa, como a televisão e, posteriormente, à internet, chegando, então, ao advento do Youtube e ao atual maior fenômeno brasileiro na produção de videoclipes, o canal KondZilla.

#### 2.1 MTV – Um convite para ver a música

Em 01 de agosto de 1981, a Music Television marcava sua estreia nos Estados Unidos como o primeiro canal televisivo integralmente dedicado à produção de conteúdo musical. Com a chegada da MTV, o videoclipe se popularizou na década de 1980 como parte de uma cultura de massa em ascensão. Mas afinal, o que é videoclipe?

O termo surgido nos anos 1980 remete ao conceito de recorte, originado na palavra *clipe*, que deriva da linguagem jornalística (*clipping*) e que consiste em selecionar fragmentos de imagens ou textos e ordená-los de acordo com uma linha editorial, que no caso do videoclipe estava diretamente ligada às escolhas estéticas do diretor e do artista. Atualmente, essa ideia do videoclipe como um quadro de recortes e colagens audiovisuais já não se sustenta mais, visto que o produto se categorizou e ganhou novas formas, sobre as quais falaremos no decorrer deste texto. Pedroso (2006) define o videoclipe como um “produto cultural que referencia o cinema, a televisão e as artes experimentais”, tendo a MTV como base de expansão entre áudio e imagem, alterando a estética da linguagem televisiva, transpassando por outros gêneros, como o cinema.<sup>46</sup>

Nesse sentido, nos cabe observar a análise que o crítico de cinema Andre Bazin (1991) publicou no ensaio *Por Um Cinema Impuro – defesa da adaptação*, em que ele referencia o cinema autoral como uma “contribuição insubstituível ao patrimônio da arte”<sup>47</sup>, ao passo em que também aponta para a adaptação literária / teatral como sendo “uma constante da história da arte”<sup>48</sup>, considerando que diferentes movimentos artísticos tiveram sua criação e evolução a partir de expressões e técnicas artísticas já existentes.

O autor enxergava as adaptações como um potencial de progressão na indústria cinematográfica e não como uma ameaça ao gênero: “longe de a multiplicação das adaptações de obras literárias muito distantes do cinema inquietar o crítico preocupado com a pureza da sétima arte, elas são, ao contrário, a garantia de seu progresso.”<sup>49</sup>

Portanto, quando Bazin analisa a presença de outras artes na consolidação do cinema e denomina esse conceito por *Cinema Impuro*, ele nos apresenta involuntariamente a correlação acerca das apropriações e adaptações estéticas do videoclipe sobre as outras artes. Com base nos argumentos expostos por Bazin, podemos pressupor que a literatura e o teatro estão para o cinema, assim como o cinema e a música pop estão para o videoclipe, sendo este uma intersecção de múltiplos contributos artísticos.

Soares (2004) aponta o caráter intertextual do videoclipe como um poderoso instrumento para a divulgação da música pop.

A própria nomenclatura que define o videoclipe já nos apresenta uma característica: a ideia de velocidade, de estruturas enxutas. A princípio, o clipe

---

<sup>46</sup> Pedroso (2006, p. 110)

<sup>47</sup> Bazin (1991, p. 100)

<sup>48</sup> Bazin (1991, p. 84)

<sup>49</sup> Bazin (1991, p. 98)

foi chamado simplesmente de número musical. Depois, receberia o nome de *promo*, numa alusão direta à palavra ‘promocional’. Só a partir dos anos 80, chegaria finalmente o termo videoclipe. Clipe, que significa recorte (de jornal, revista, por exemplo), pinça ou grampo, enfoca justamente o lado comercial deste audiovisual. Temos delineada uma primeira característica do videoclipe: a noção de recorte, pinça ou grampo. As imagens que ilustram o videoclipe são ‘amostras para vendagem’, portanto, devem ter rápido ‘prazo de validade’. Consumir logo antes que estrague, parece ser a norma. Além deste princípio, o de possuir imagens rápidas e instantâneas, o videoclipe pode ser caracterizado por uma noção de ritmo. O ritmo das imagens. Em alguns momentos, o que vai se destacar no videoclipe não é especificamente sua natureza fotográfica (imagética), mas sim, uma relação de grafismo visual e rítmico.<sup>50</sup>

Em sua vasta análise documental acerca da MTV, Ariane Holzbach (2012) observa as primeiras 24 horas de programação do canal musical como uma tentativa de remediação das características e formatos das rádios FM na televisão. O conceito de remediação elaborado por Bolter e Grusin (1999) consiste na “lógica através da qual novos media derivam, transformam e coexistem com os media anteriores”<sup>51</sup>, observando os fenômenos de transformação constantes em todas as áreas artísticas e midiáticas, o que implicitamente nos remete à Lei da Conservação das Massas (1970) que declara que na natureza “nada se cria, nada se perde, tudo se transforma.”<sup>52</sup>

Alinhada com o conceito de remediação exposto por Bolter e Grusin (1999), Holzbach (2012) destaca o “papel que a MTV desempenhou na institucionalização do videoclipe, tendo por referência a sua programação original. Embora não tenha sido o primeiro espaço televisivo dedicado ao videoclipe, a MTV foi a primeira emissora a transformá-lo em protagonista.”<sup>53</sup> Porém, de acordo com a análise realizada pela autora, a MTV dividiu sua grade de programação entre 58 videoclipes, vinhetas e propagandas próprias, reportagens musicais e vídeos do VJ Mark Goodman. Nessa perspectiva, a remediação entre o conceito rádio FM e a televisão, se refletiu diretamente na programação da MTV, conforme o gráfico apresentado pela autora em sua pesquisa.

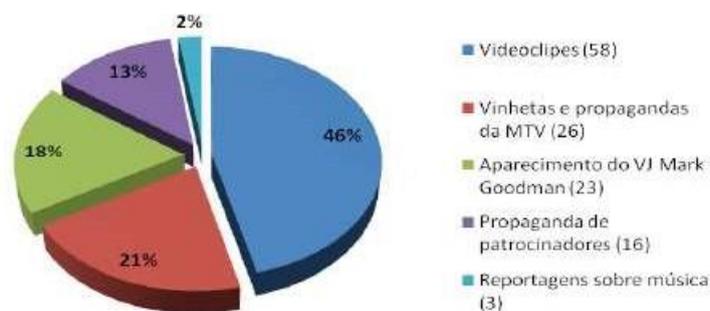
---

<sup>50</sup> Soares (2004, p. 2)

<sup>51</sup> Bolter e Grusin (1999, p. 273)

<sup>52</sup> Lavoisier (1970)

<sup>53</sup> Holzbach (2012, p. 267)



Tab.1. Programação da MTV nas quatro primeiras horas de transmissão (em número de aparições)

Figura 21 - Tabela criada por Ariane Holzbach – 2012

A popularização das rádios FM expandiu a veiculação da música popular, tornando-a em um produto de massa. Esse advento tecnológico iniciado na década de 1960, contribuiu de forma efetiva para a consolidação da indústria fonográfica nas décadas a seguir.

Junto com esse desenvolvimento tecnológico, as FMs foram beneficiadas por importantes acontecimentos sociais, como a contracultura e a popularização do rock, ambos se desenvolvendo entre 1950 e 1970. Com o advento da transmissão em estéreo e a consolidação das rádios FM, a música massiva rapidamente se tornou a sua principal atração. Até a década de 1970, as FMs veiculavam principalmente música erudita, *jazz* e *rock underground* através de uma programação massivamente musical e com poucas falas de DJs. As AMs, por sua vez, desenvolveram vários formatos de programas falados (radionovelas, *talk shows*, noticiários etc.), e alguns formatos musicais, como o *Top 40* e a programação automática. Com a hegemonia das rádios FM sobre as AMs, a programação daquelas sofreu drásticas mudanças: as músicas eruditas e experimentais perderam espaço para a música massiva.<sup>54</sup>

É nesse contexto que a MTV se desenvolve no início da década de 1980, frutificada em um solo produtivo, já plantado e germinado pelo sistema FM. A apropriação de uma ferramenta comunicativa em detrimento de outra, faz parte do processo de mudança das culturas e mídias digitais, como uma constante tentativa de aprimoramento de si próprias. Nesse sentido, Holzbach (2012), reitera que “essa estratégia de legitimação, por outro lado, obriga as mídias antigas a se atualizarem, o que muitas vezes é feito a partir de apropriações de elementos das novas mídias.”<sup>55</sup>

<sup>54</sup> Holzbach (2012, p. 271)

<sup>55</sup> Holzbach (2012, p. 272)

Nessa perspectiva, podemos considerar instituído o formato videoclipe a partir do momento em que a música pop difundiu o vídeo promocional como artefato midiático nas esferas audiovisuais. Sendo assim, dentro da Era MTV dotamos o entendimento de que o videoclipe seja um merchandising audiovisual, em prol da divulgação da música e do artista. Contudo, o videoclipe assume um caráter mutável na medida em que se transforma e se reconfigura em suas diferentes linguagens e formas, sendo sua própria natureza mutante, um dos fatores de divergência acerca da autenticidade do gênero, quando o discutimos academicamente. Entretanto, Soares (2004) aponta que é viável definir o fenômeno do videoclipe dentro de uma perspectiva teórica.

Poderíamos ficar tentados a pensar que a diversidade de gêneros do discurso é tamanha que não haveria terreno para seu estudo. Nosso desafio é justamente adentrar a seara do gênero videoclíptico, *percebendo* que há formas de *perceber* que, mesmo fluido e “escorregadio”, é possível estabelecer parâmetros normativos para uma abordagem acadêmica do fenômeno. <sup>56</sup>

No que tange aos parâmetros normativos de autenticidade do gênero videoclíptico, apontados por Soares (2004), podemos perceber que a narratividade e a montagem são dois pontos de convergência nos elementos que constroem a identidade dos videoclipes, conforme analisaremos mais profundamente nos próximos tópicos.

Por ora, nota-se que os videoclipes podem apresentar construções narrativas lineares, não lineares, diegéticas e não diegéticas, fragmentárias e convencionais onde as imagens podem se relacionar com maior, menor ou nenhuma conexão com a letra da música, tal como observamos no tópico sobre as funções narrativas da letra, no capítulo anterior. Por conseguinte, nem sempre o que é visualizado, traduz aquilo que ouvimos, sendo a construção narrativa e usualmente a montagem, para além da linha constituída por imagem e som, dois fatores de definição do gênero, conforme aponta Corrêa (2007):

No videoclipe, nem sempre o que é dito na música é visto na imagem, a tradução intersemiótica não é uma obrigação nem uma tradução fiel da música. Tradução intersemiótica, por tradição pensada como interpretação de signos verbais por meio de outros signos não verbais, passou a ser também tradução generalizada de um sistema de signos a outro. <sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Soares (2004, p. 40)

<sup>57</sup> Corrêa apud Plaza (2008, p. 2 )

Por outro lado, teorizar acerca da origem do videoclipe ou instituí-lo como gênero audiovisual exige analisar outros conteúdos rotulados da mesma forma. Nessa perspectiva, Leote (2008) questiona sobre a objetividade acerca da definição do que venha a ser o videoclipe, considerando as variações descendentes do cinema musical. Dentre a extensa diversidade de vídeos conhecidos usualmente como *music videos* estão os vídeos comemorativos, arquivos de memória, homenagens, cases publicitários, videolyrics, animações, videogames, trailers, teasers, videomarketing, institucionais, transmissões religiosas, trechos de apresentações musicais televisivas e por que não afirmar, as Lives que integram grande parte do consumo audiovisual no atual momento em que esta pesquisa se dá, durante a Pandemia do Covid-19. A prática de transmissões em tempo real de conteúdos midiáticos constituídos por áudio e vídeo, pode ser observada como um dos princípios dos programas de rádio e da televisão, que ao chegarem às novas mídias da internet, se instituem como prática de interação simultânea. Para além dos avanços tecnológicos e a inovação dos dispositivos em que estes eventos ocorrem, observa-se o fato de que a participação do público em tempo real, atua como um fator moderador entre o meio e a mensagem. Verifica-se também um exorbitante número de alcance ao público que as *lives* atingem durante o confinamento – fato que pode ser associado ao tempo de duração das transmissões, que extrapolam o tempo de duração dos filmes, videoclipes, álbum-visuais, documentários e até mesmo dos shows e alguns festivais de música.

Para além do legado de Richard Lester para este fenômeno, devemos considerar ainda sobre as raízes do cinema musical futificadas no videoclipe, obras como *2001 - Uma Odisseia no Espaço* (1968), *Grease* (1978), *Os Embalos de Sábado à Noite* (1977) e *Flashdance* (1983), que, apesar de guardarem certas características da estética do videoclipe, não podem ser nominadas como tal. Por isso, Leote (2008) alerta:

Primeiramente, temos que considerar que não podemos unificar o que se conhece por videoclipe em uma única forma de resultado. O fato é que existem muitos tipos de videoclipes, assim como muitas ramificações daquilo que pode ser considerado o início do videoclipe. Mas localizar essa etapa seja, talvez, uma coisa pouco adequada de se fazer, pois é possível que ele tenha surgido com o cinema falado.<sup>58</sup>

Desta forma, podemos considerar a extensão de possibilidades que o videoclipe abarca, enumerando as características que o videoclipe não possui, ou seja, listando aquilo que ele não reproduz. O videoclipe não é estático, ainda que se mantenha focado em um

---

<sup>58</sup>Leote (2008, p. 2)

único enquadramento, como o videoclipe *Tangerina* (2019) de Tiago Iorc ou em um plano ímpar, como o plano-sequência repleto de movimentos no videoclipe *A Gente Junto* (2019), da dupla AnaVitória. O videoclipe também não é silencioso, ainda que apresente ausência de palavras, como nos videoclipes instrumentais do músico Kenny G. O videoclipe não se valida no protagonismo do intérprete, podendo este, por muitas vezes não aparecer como no videoclipe *Maria, Maria* (2019) de Milton Nascimento ou aparecer de forma subjetiva, como em *Adventure of a Lifetime* (2015) do Coldplay. O videoclipe não é ficcional, podendo ser construído a partir de imagens documentais que colocam os intérpretes como personagens deles próprios, como em *Aquela dos 30* (2012) de Sandy, *Photograph* (2014) de Ed Sheeran ou *Sugar* (2015) da Maroon 5, este com mais de 3 bilhões de visualizações no Youtube. O videoclipe não é periódico, não é limitado pelo seu tempo de duração, podendo ter uma extensão maior do que a minutagem da música como em *Bad* (1987) de Michael Jackson ou *AmarElo* (2019) do rapper Emicida, atribuindo ao videoclipe diferentes tipologias narrativas de interações audiovisuais, conforme veremos no próximo tópico.

## **2.2 A narratologia do cinema no videoclipe**

Aqui iniciamos a segunda parte do Capítulo 2, no qual nos dedicamos a analisar as relações narratológicas entre cinema e videoclipe. Na primeira parte vimos a chegada do som no cinema, os primeiros filmes musicais e analisamos a importância da obra do cineasta Richard Lester, reconhecido por muitos estudiosos como o “pai do videoclipe” e seus antológicos musicais dos Beatles. Com base no surgimento do videoclipe a partir do cinema, agora faremos a proposta inversa: analisaremos a atuação do cinema como parte construtiva narrativa no videoclipe.

Os anos 1980 chegaram como um divisor de águas na história do videoclipe, como aponta Ariane Holzbach em sua extensa bibliografia construída com base exploratória na “Era MTV”, período popularmente demarcado após a estreia do canal musical Music Television, em agosto de 1981.

Finalmente, o olhar pós-moderno considera o seu objeto de investigação de modo impreciso, visto que frequentemente leva em conta indistintamente um gênero audiovisual – o videoclipe – e a MTV, a emissora que contribuiu para sua institucionalização.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> Holzbach (2012, p, 267)

Seguindo este formato de contrato audiovisual, o videoclipe de filme acaba por exercer também uma função documental, na medida em que retrata, arquiva e rememora uma época, um estilo, uma cultura.

Em 1983, o videoclipe adquiriu um novo status como divulgador de um produto que não era o disco de um determinado artista. Depois que Adrian Lyne finalizou seu então novo filme *Flashdance*, o próprio diretor faz um clipe de três minutos que serviu de ‘material de divulgação’ da obra, inaugurando, assim, uma nova técnica de mercado: promoção de um filme ‘casada’ com clipe, disco, livro, etc. Os anos 80 se delineavam, assim, como profundamente importantes num ordenamento das relações entre a indústria fonográfica, cinematográfica e televisiva.<sup>60</sup>

Em 1982, a banda britânica Pink Floyd lançou o filme *The Wall* – que vem a ser também um dos antecedentes do álbum-visual. Com roteiro do vocalista Roger Waters e direção de Alan Parker, a obra expõe diálogos curtos que se entrelaçam metaforicamente com as músicas de fundo que constroem a narrativa. De forma conceitual, *The Wall* (1982) narra a história de ascensão e queda do músico Pink através de momentos decisivos de sua vida, nos quais o personagem é confrontado por questões emocionais, morais e éticas na busca pelo estrelato. Vecchia e Iuva (2017) destacam que *The Wall* (1982) carrega também características de hibridismo.

Com uma estética fortemente influenciada pelo videoclipe - cores, desenhos gráficos e sobreposições imagéticas que “dançam” na tela ao som das músicas gravadas em estúdio - o "filme" *The Wall* carrega características que o legitimam também como um produto do entre-lugar.<sup>61</sup>

Em 1984, a banda Queen lançou o videoclipe da faixa *Radio Ga Ga*, utilizando-se de imagens de outras fontes para sua construção narrativa. A música traz referências à popularização da televisão desde sua criação, transpassando pela simbiose com a rádio. O videoclipe tem como pano de fundo cenas do clássico *Metrópolis* (1927) – ficção científica alemã, realizado pelo cineasta austríaco Fritz Lang, utilizando-se sobretudo das cenas que foram restauradas por George Moreder. Pouco tempo mais tarde, o filme inspirou também as cenas do videoclipe *Express Yourself* de Madonna, com direção do cineasta David Fincher, em 1989.

---

<sup>60</sup> Soares (2004, p. 10)

<sup>61</sup> Vecchia e Iuva (2017, p. 6)

Tal olhar nos possibilita compreender a existência do videoclipe como um gênero audiovisual e não mais apenas como o resultado isolado da soma entre vídeo e música. Aqui, propomos uma análise acerca dos videoclipes temáticos de filmes, uma prática oficialmente iniciada dos anos 1980, cuja relevância fez surgir a necessidade de se criar a categoria *Best Video from Film* na “mais importante premiação de videoclipe”<sup>62</sup>, o *Video Music Awards*, acronicamente conhecido como VMA.

A premiação tinha como objetivo reconhecer os melhores videoclipes cujas músicas integravam a trilha sonora dos filmes ou cuja exibição estava presente na narrativa fílmica. O *Best Video from Film* foi ao ar de 1987 até 2003, sendo estas as obras vencedoras:

Tabela 1 - Videoclipes premiados no VMA na categoria “Melhor Vídeo de Filme” 1987-2003

Ano	Vídeo	Artista	Filme
1987	Wild Wild Life	Talking Heads	True Stories
1988	La Bamba	Los Lobos	La Bamba
1989	When Love Come to Town	U2 ft B.B King	Rattle and Hum
1990	Cradle of Love	Billy Idol	The Adventures of Ford Fairlane
1991	Wicked Game	Chris Isaak	Wild at Heart
1992	Bohemian Rhapsody	Queen	Wayne’s World
1993	Would	Alice in Chains	Singles
1994	Streets of Philadelphia	Bruce Springsteen	Philadelphia
1995	Kiss from a Rose	Seal	Batman Forever
1996	Gangsta’s Paradise	Coolio ft L.V	Dangerous Mines
1997	Men in Black	Will Smith	Men in Black
1998	I Don’t Want to Miss a Thing	Aerosmith	Armageddon
1999	Beautiful Stranger	Madonna	Austin Powers: The Spy Who Shagged Me
2000	Try Again	Aaliyah	Romeo Must Die
2001	Lady Marmalade	Christina Aguilera, Lil’ Kim, Mya and Pink ft Missy Elliot	Moulin Rouge!
2002	Hero	Chad Kroeger ft	

<sup>62</sup> Holzbach (2014, p. 92)

2003	Josey Scott	Spider-Man
	Lose Yourself	
	Eminem	8 Mile

Contudo, Holzbach (2013) aponta que “a relação existente entre videoclipe e cinema se solidificou de forma bastante conflituosa, dado que o videoclipe sempre foi percebido desfavoravelmente em referência ao cinema”<sup>63</sup> - considerando a consolidação artística e o domínio cultural já instituídos pelo cinema na década de 1980, quando surge a MTV.

(...) embora problemática, a relação construída entre cinema e videoclipe não deixava de representar uma importante ferramenta de legitimação do videoclipe. Ao ser percebido à luz do cinema, o videoclipe poderia se apropriar de elementos de legitimação da cultura cinematográfica em prol da sua própria consolidação (...)<sup>64</sup>

Dentre estes videoclipes premiados na categoria Best Video from Film, faremos uma análise estética de *I Don't Want to Miss a Thing*, do *Aerosmith*, dirigido por Francis Lawrence para o filme *Armageddon* (1998), assinado por Michael Bay. A escolha deste videoclipe se refere ao seu estilo progressista e sagaz em misturar o enredo do filme com uma pseudo-realidade que envolve os membros da família Tyler.

### 2.2.1 A intertextualidade dos videoclipes de filmes.

O videoclipe da música tema do filme *Armageddon* (1998) foi gravado em Minnesota, nos Estados Unidos em 1998 sob a direção de Francis Lawrence. Nos primeiros 30 segundos do videoclipe, temos a visão de um satélite passeando pela Lua, enquanto meteoritos passam pelo ângulo de visão da câmera; a imagem vai sendo ampliada pelo recurso de zoom e aproximando-se da Terra – uma escolha visual que já introduz o espectador na atmosfera do filme – até levar o espectador à cena do vocalista da banda, cantando. Nas duas primeiras estrofes da canção, vemos a imagem do vocalista Steven Tyler em plano fechado, interagindo com a câmera, cantando para o espectador. Aos poucos, o ângulo vai se expandindo e os outros membros da banda aparecem em segundo plano. Um holofote se acende, a imagem de Steven Tyler se reflete em um objeto circular, e em seguida, o cantor aparece em exibição simultânea em uma parede formada por 14 televisores. Um plano detalhe mostra uma mesa de som sendo operada

<sup>63</sup>Holzbach (2013, p. 240.)

<sup>64</sup>Holzbach (2013, pp. 240-241)

por um técnico que só vemos a silhueta e as mãos operando os botões. Inicialmente, este take passa a ideia de que a banda estaria em um estúdio de gravação musical. Porém, a chegada do refrão da música, revela que as imagens estão sendo projetadas para o Centro de Controle de Missões, ou o que podemos entender como a NASA da vida real e os integrantes da banda estão cantando de dentro de uma cápsula espacial fictícia, a Freedom:



Figura 22 - Videoclipe I Don't Want to Miss a Thing - 1998



Figura 23 - Videoclipe I Don't Want to Miss a Thing - 1998

A proposta narrativa presente nos frames apresentados acima elucidam o conceito de construção narrativa ambidiegética. Por ambidiegético entende-se aquilo que transcorre na comunicação entre o diegético e o não diegético (Morris, 2004)<sup>65</sup>. A ligação entre as paisagens diegéticas (o que é vivido pelas personagens, dentro ou fora do enquadramento visual) e não diegéticas (o que não é vivido pelas personagens, mas exerce uma função na interpretação e na contextualização da cena) ganha notoriedade quando falamos dos videoclipes como trilha sonora de filmes, pois a própria categoria Melhor Video de Filme evoca o questionamento acerca da percepção sonora, da percepção visual e do lugar do espectador neste tipo de narrativa híbrida, onde o

---

<sup>65</sup> Morris (2004)

videoclipe além de subproduto da música, se torna também um subproduto do filme. Nesse sentido, Soares (2006) enquadra o pensamento de Chion (1994) de tal maneira:

- 1) É preciso estar atento às projeções do som na imagem como forma de identificar quem agrega valor a quem; 2) Entender que esta forma de “contrato” aponta para visualização de linhas de forças nas relações audiovisuais; 3) Pensar o contrato audiovisual é, sobretudo, desenvolver a ideia de que há uma cena audiovisual, entendendo a cena como um contexto limitado pelo plano e onde se apresentam recursos dispostos a fim de uma determinada produção de sentido; 4) Desvelar o contrato audiovisual significa desenvolver modos de escuta que poderão localizar, no objeto empírico, fontes sonoras que tendem a ser problematizadas quando interrogadas pelo analista. <sup>66</sup>

Seguindo este formato de contrato audiovisual, o videoclipe de filme acaba por exercer também uma função documental, na medida em que retrata, arquiva e rememora uma época, um estilo, uma cultura. Embora funcionem como uma peça conjunta no combo de marketing do filme, os videoclipes também acabam por promover os intérpretes da trilha sonora, constantemente ultrapassando o número de exibições do videoclipe em relação ao filme, pela autonomia do espectador quanto a possibilidade de reproduzir esse conteúdo inúmeras vezes, em diferentes momentos. Ainda que nem sempre utilizem imagens do próprio filme como pano de fundo do videoclipe, os vídeos de filme sempre retomam a memória para as cenas já vistas. Ao assistir um videoclipe de filme, apertamos o gatilho que nos transporta de volta ao filme e até, ao momento do filme.

Nesse sentido, o videoclipe está ao serviço do próprio filme, ainda que indiretamente, pois esse tipo de narrativa permite a perpetuação da obra fílmica por tempo indeterminado.

Voltando ao videoclipe em análise: à medida em que Freedom decola em direção ao espaço infinito, uma cortina de fumaça surge entre a orquestra e a banda Aerosmith, criando uma divisão entre o espaço do filme e a recriação do videoclipe.

---

<sup>66</sup> Chion apud Soares (2006, p. 04)



Figura 24 - Videoclipe I Don't Want to Miss a Thing - 1998

Com uma estratégia de montagem memorável, o videoclipe reproduz uma das principais cenas do filme, em que a personagem Grace Stamper, interpretada por Liv Tyler, chora em frente aos monitores da NASA após perder o contato com seu pai Harry S. Stamper, interpretado por Bruce Willis, sabendo que ele cumpriu sua missão de destruir o asteroide e salvar a humanidade da extinção. No videoclipe, temos a impressão de que a personagem fictícia de Grace Stamper sai de cena para dar lugar à atriz Liv Tyler, filha de Steven Tyler na vida real.



Figura 25 - Videoclipe I Don't Want to Miss a Thing - 1998

Em seguida, os monitores se apagam e o videoclipe se encerra, deixando no ar uma ambígua sensação de despedida entre pai e filha ou entre o ato heróico da Freedom e a humanidade. Contudo, se olharmos para o filme de forma distinta do videoclipe, veremos apenas a interpretação de Liv Tyler em mais um de seus personagens. Porém, quando atrelamos esse espaço fílmico ao videoclipe, a capacidade de distanciamento entre a ficção, a releitura da ficção e a realidade, se misturam naturalmente.

Embora a categoria de Best Video from Film já tenha se encerrado na história do VMA, a prática de promover videoclipes de filmes continua sendo usada como dupla estratégia promocional, tanto para os artistas quanto para os filmes, mesmo após o seu

período de circulação nas salas de cinema. A este propósito, vale ressaltar o sucesso do videoclipe de *Shallow*, da cantora Lady Gaga em parceria com Bradley Cooper, que protagonizou e dirigiu o *remake* do filme *A Star is Born* (2018), hoje com mais de 800 milhões de visualizações no Youtube, contra os 400 milhões de dólares arrecadados em bilheterias mundiais – algo que podemos caracterizar como um efeito de síntese do filme a partir do videoclipe, utilizando-se uma montagem que recorre a cenas já existentes e, em algumas situações, mostra interações entre os artistas e os personagens dos filmes.

Entre muitos videoclipes de trilhas sonoras de filmes que se propõem a uma remontagem dessa narrativa, há um campo onde esta estratégia ganha um destaque particular: a animação. Neste gênero, os estúdios recorrem constantemente a esta técnica com o objetivo comercial de alcançar outros públicos para além do público infantil.

Em 1994, Elton John deu voz à canção *Can You Feel the Love Tonight*, como trilha principal do clássico da Disney *The Lion King* (1994). No videoclipe, o cantor aparece nas mesmas locações do filme, interagindo com os personagens principais. Em 2019, 25 anos depois da primeira versão do filme, a Disney lançou o *remake* da obra, que desta vez recebeu a voz da cantora Beyoncé como parte da trilha sonora e também como dubladora da personagem Nala. O videoclipe de *Can You Feel the Love Tonight* interpretado por Beyoncé, disponibilizado no canal oficial da Disney no Youtube, funciona como uma espécie de *trailer*, com imagens do filme em uma narrativa linear.

Em contraponto, o videoclipe de *Spirit* traz a voz de Beyoncé imersa aos sons africanos em um espetáculo de dança, paisagens e cores como uma homenagem às culturas deste continente. O videoclipe traz ainda um elemento pessoal, com a participação da filha da cantora, Blue Ivy. Em um panorama de mulheres negras, Beyoncé socorre-se da composição artística do videoclipe para expôr também a sua luta pelo movimento negro, bandeira que levanta mais evidentemente a partir do álbum-visual *Lemonade*, cujo falaremos no terceiro e último capítulo.

Em 2016, Stevie Wonder e Ariana Grande produziram a faixa *Faith*, usada como principal trilha sonora da animação *Sing* (2016). No videoclipe, a dupla interage com os personagens do filme. A mesma estratégia foi adotada na divulgação do filme *Trolls* (2016), com o videoclipe de *Can't Stop the Feeling!*, interpretado por Justin Timberlake com direção de Mark Romanek.



Figura 26 – Videoclipe de Can You Feel the Love Tonight - Elton John - The Lion King - 1994



Figura 27 - Videoclipe de Faith - Stevie Wonder e Ariana Grande - Sing – 2016



Figura 28 - Videoclipe de Can't Stop the Feeling - Justin Timberlake - Trolls – 2016



Figura 29 – Videoclipe de Shallow - Lady Gaga feat Bradley Cooper - 2018



Figura 30 - Videoclipe de Spirit - Beyoncé - The Lion King – 2019

Por outro lado, observa-se também um movimento inverso em que as narrativas dos videoclipes se inspiram em determinadas temáticas fílmicas, não como os videoclipes de filmes vistos anteriormente, mas sim como releituras livres que referenciam obras do cinema. Os artistas Michael Jackson e Madonna podem ser considerados os vanguardistas dessa outra forma de articulação entre cinema e videoclipe na Era MTV. Entretanto, nota-se uma crescente adesão a este recurso, por artistas da geração do Youtube como alguns listados abaixo:

- *The Kill* (2005), da banda 30 Seconds to Mars, inspirado no clássico de terror *The Shining* (1980) baseado no romance homônimo de Stephen King em 1977.
- *Bad Blood* (2014), de Taylor Swift em parceria com Kendrick Lamar, inspirado nos filmes: *The Fifth Element* (1997), *The Hunger Games* (2012), *Sin City* (2005), *Divergent* (2014) e *007* (1953).
- *Fancy* (2014), da cantora Iggy Azalea, inspirado no filme *Clueless* (1995).



Figura 31 - Videoclipe Fancy de Iggy Azalea - 2014



Figuras 32 – Cena do filme Clueless - 1995

Como vimos no capítulo anterior, o videoclipe pode ser influenciado por movimentos artísticos, fatos históricos ou estéticas que marcam uma época, como demonstram os videoclipes inspirados nas *pin-ups*, no *pop art* e /ou em cenários de conflito, como as guerras. Contudo, este audiovisual também pode se refletir através de outras obras audiovisuais, como a produção cinematográfica. Para além da linguagem audiovisual, os conceitos que definem o videoclipe transpassam também pelo viés da narratividade, da estética e da autoria, de acordo com a temática adiante.

### 2.3 Estética e autoria

Neste tópico, faremos uma reflexão acerca dos conceitos de estética e autoria no que tange aos videoclipes surgidos na transição da Era MTV para a Era Youtube. Abordaremos a linguagem de protesto nos videoclipes como viés ideológico e sociopolítico, sobretudo em ritmos periféricos como o funk. Dentro desse contexto, elegemos o videoclipe *They Don't Care About Us* (1996) de Michael Jackson e Spike Lee, como objeto de reflexão no que concerne ao crescente lugar de resistência dos

videoclipes – fato que veremos mais contundentemente no terceiro capítulo, com a análise do álbum-visual *Lemonade* (2016), de Beyoncé – observaremos como esta obra contribuiu para o nicho de produção chamado “cultura da favela”, retomando involuntariamente o propósito exposto no manifesto “Uma Estética da Fome” publicado pelo cineasta brasileiro Glauber Rocha em 1965.

Por fim, dissertaremos sobre o surgimento das plataformas de consumo digital como o *Youtube* e suas transformações para a indústria audiovisual de videoclipes, tal qual o surgimento do canal KondZilla e a representatividade do funk, através de uma breve exposição sobre o videoclipe *Vai Malandra* (2018) da cantora Anitta, cuja ousadia estética causou uma repercussão internacional, testemunhando novamente a visibilidade das periferias através da linguagem do funk e do videoclipe como potência audiovisual.

### **2.3.1 A estética da favela no videoclipe**

Em 1996, o cantor Michael Jackson lançou duas versões em vídeo para a música *They Don't Care About Us*, com direção do cineasta Spike Lee. Além do advento de produzir dois videoclipes sobre a mesma música, Michael Jackson e Spike Lee trouxeram uma reflexão social sobre o lugar do negro na sociedade, um tema ainda velado na cultura midiática dos anos 90. A versão produzida no Brasil foi gravada no Pelourinho, em Salvador, e no Morro da Santa Marta, favela localizada em uma área nobre do Rio de Janeiro. Na época, as autoridades brasileiras tentaram impedir as filmagens, pois temiam que o videoclipe vendesse uma imagem pejorativa do Brasil ao retratar a realidade das favelas. Já os moradores locais se sentiram honrados em receber o Rei do Pop, Michael Jackson. O videoclipe acaba por revelar muito mais do que a realidade da pobreza no Brasil, pois encanta pela alegria do povo brasileiro que em meio a tantas mazelas, usa a música como instrumento de transformação social.

Na segunda versão do videoclipe, Spike Lee aponta as falhas do sistema carcerário americano, denunciando mais uma vez a desigualdade entre brancos e negros. O cenário foi reproduzido em estúdio nos Estados Unidos, após a visita de Michael Jackson ao Brasil. Esta versão é menos conhecida no mundo, pois foi banida da grade de exibição normal da MTV estadunidense, devido às imagens de violência que aparecem no vídeo. A problematização deste tópico se concentrará na análise da versão do videoclipe produzida no Brasil, enquanto manifesto artístico e social.

Em 11 de fevereiro de 1996, o Morro Dona Marta parou com a chegada do Rei do Pop para gravação de parte do videoclipe *They Don't Care About Us*, que, em português, significa “Eles não ligam pra gente”. Em uma exposição sobre pobreza, miséria e o descaso dos governantes com as classes desfavorecidas, Michael Jackson evocava a cultura das favelas e a disseminava para o mundo através do videoclipe. A presença do artista na comunidade foi um fato marcante para os moradores, que ao viverem à margem da sociedade, avistaram no videoclipe a oportunidade de dar voz e visibilidade à realidade oculta da favela, que naquele período ainda suplicava por necessidades primárias não fornecidas pelo Estado, como água potável e saneamento básico. A segurança, que supostamente seria o maior desafio da produção, foi garantida por um acordo entre Marcinho VP (chefe do tráfico) e a equipe de Michael Jackson, questionando assim o papel da segurança pública no Estado. Durante a gravação do videoclipe, o *tráfico* assegurou a ordem na comunidade, controlando o tráfego de moradores e limitando o acesso de jornalistas à favela. O cineasta Spike Lee descreve a experiência do videoclipe como um dos maiores desafios em sua carreira, devido às dificuldades de logística e segurança, mas aponta que a receptividade do povo brasileiro com o artista viabilizou o êxito das filmagens.

Eu queria ser Michael Jackson. Quando vi aquele menino com um cabelo afro, cantando e dançando...Cresci com aquela imagem. Michael Jackson é gênio. É único. Nunca existirá outro igual. (...) Lembro quando estávamos no Brasil para filmagens do vídeo *They Don't Care About Us*. As filmagens na favela no Rio foram as mais complicadas da minha vida. A polícia não podia subir no morro e precisamos falar com o chefe do tráfico para garantir a segurança de Michael. O sujeito era fã e disse: *‘Este lugar vai ser o mais seguro da Terra. Pode trazer Michael Jackson e o equipamento’*.<sup>67</sup>

Na edição do dia 12 de fevereiro de 1996, a presença de Michael Jackson na comunidade foi capa do jornal *O Globo* com a manchete “Traficantes controlam a segurança de Michael” e destaque para o título “Michael Jackson mistura o funk ao Cinema Novo”, trazendo uma referência do movimento cinematográfico brasileiro, influenciado pelo neorrealismo italiano e pela *nouvelle vague* francesa, encabeçado pelo cineasta Glauber Rocha, na década de 1960.

---

<sup>67</sup> Spike Lee em entrevista a Rodrigo Salem, 2018. <https://mjbeats.com.br/michael-jackson-e-spike-lee-no-dia-das-filmagens-de-they-dont-care-about-us-f6a1ecac3112>. Acessado em: 10/05/2020.



Figura 33 - Edição do Jornal O Globo em 11/02/1996.

O estilo do Cinema Novo deve ser livre, normalmente, pois todos os caminhos – a montagem intelectual, a improvisação, o plano demorado – podem levar ao que interessa: o tratamento crítico de um tema vinculado à realidade brasileira. É importante dar ou sugerir as soluções para nossos dramas, apontar os culpados, politizar o público. É também importante o simples ato de mostrar o que é a realidade brasileira, sem propostas explícitas: como se alimenta o brasileiro, como trabalha, como sofre, como luta, como fala.<sup>68</sup>

Dentre os elementos do Cinema Novo citados acima pelo memorável cineasta Eduardo Coutinho (1962) em entrevista a Alex Viány, o videoclipe *They Don't Care About Us* se apropria da improvisação, do tratamento crítico, da problematização da pobreza e da politização do público através do registro documental que faz dessas realidades, como denunciado por Glauber Rocha no manifesto “Uma Estética da Fome”, de 1965.

(...) onde houver um cineasta disposto a filmar a verdade, e a enfrentar os padrões hipócritas e policialescos da censura intelectual, aí haverá um germe vivo do Cinema Novo. Onde houver um cineasta disposto a enfrentar o comercialismo, a exploração, a pornografia, o tecnicismo, aí haverá um germe do Cinema Novo. Onde houver um cineasta, de qualquer idade ou de qualquer procedência, pronto a pôr seu cinema e sua profissão a serviço das causas importantes de seu tempo, aí haverá um germe do Cinema Novo.<sup>69</sup>

<sup>68</sup> Viány (1962, p. 29)

<sup>69</sup> Rocha (1965)

A segunda parte do videoclipe gravada na região do Pelourinho, na Bahia, contou com a participação de 220 integrantes do coletivo Olodum – bloco-afro carnavalesco fundado em 1979, na cidade de Salvador, na Bahia. As batidas dos instrumentos de percussão se intercalam com a excitação do povo. O ritmo da cidade, a dança das comunidades e a expansividade de Michael brilham na tela sob o olhar atento de Spike Lee.

Neste mesmo período, o funk carioca, mesmo que estigmatizado por ter sua imagem associada ao crime, também vivia seu período de ebulição, se descentralizando do “morro para o asfalto” – linguagem popular comumente utilizada por cidadãos cariocas em uma tentativa de descrever o processo de migração dos moradores das favelas para ambientes elitizados, como boates, bares e outros espaços aristocratas da zona sul do Rio de Janeiro. Entretanto, este movimento migratório intitulado por “a favela desceu”, deu-se continuamente no seguimento dos anos 1990, se fortalecendo expressivamente a partir dos anos 2000, através da potencialidade artística explorada pela vitrine musical, *Furacão 2000*, chegando ao seu ápice e constância na segunda década do século 21, com a progressiva influência do hip hop americano. O *funk ostentação* nasce como forma de impugnação ao estereótipo marginalizado, que nos anos 1990 associou o funk à criminalidade e a pobreza. As músicas e os videoclipes colocam os MC's (*rappers*) como homens poderosos, que saem do lugar de miserabilidade e chegam ao topo da cadeia social, através da música. Com carros luxuosos, roupas de grife, muitas jóias, coreografias, cachês altíssimos e uma acentuada conotação sexual nas letras, o estilo também acaba por refletir a figura que Michael Jackson representa para as culturas periféricas, emblematicamente como um menino negro que ascendeu socialmente através da música, cujas letras também expressavam muitas vezes, uma indignação social com o lugar do negro na sociedade, como fica claro em *They Don't Care About Us* quando somos questionados em vários trechos como: “Diga-me o que aconteceu com meus direitos / Eu sou invisível porque você me ignora?” através da retratação feita pelo cineasta Spike Lee que, por sua vez, também se aproxima da luta por reconhecimento negro nos espaços sociais e midiáticos. O jornalista Marcelo Hessel (2020) analisa a cinematografia de Spike Lee como “uma carreira feita sob o peso da história.”

Os filmes de Lee são facilmente reconhecíveis por tiques de estilo (o *travelling* com o ator deslizando imóvel, o corte acelerado para emular uma cadência musical, os planos repetidos para reforçar uma fala) mas também pelo discurso despudorado com que o diretor analisa de dentro as idiossincrasias da América negra e as recontextualiza. No geral, seus filmes não tiram o universo negro do “mundo real” para tratá-lo como um regime de exceção, congelado no tempo e

imaculado de influências. Eles partem, sim, de um ponto de vista bastante maduro que toma microuniversos como ponto de partida (sejam os conjuntos habitacionais do Brooklyn, os violentos cruzamentos do Sul de Chicago ou as batalhas do front europeu na Segunda Guerra) para formular uma visão de mundo mais ampla sobre sexo, violência, desamparo, justiça, família e hereditariedade. Em outras palavras, o cinema de Spike Lee não está interessado em cristalizar a identidade afroamericana, mas em investigar o que a torna complexa e mutável - para assim protegê-la do paternalismo e, em última instância, do apagamento.<sup>70</sup>

Os contributos deixados por Michael Jackson e Spike Lee ao Brasil vão desde a materialização da visita do cantor através de uma estátua de bronze, até a exportação do funk como cultura popular, passando pela denúncia à pobreza e às memórias afetivas registradas pelos moradores. A prova disso é que a laje da casa que serviu de camarim para o cantor e palco de uma das cenas do videoclipe se tornou ponto turístico no morro e, em 26 de junho de 2010, recebeu uma estátua de bronze de 1,82M, em homenagem ao astro, feita pelo escultor e cartunista Ique. Atualmente, o local recebe cerca de 2 mil visitantes por dia, com entrada gratuita e acesso livre à comunidade, movimentando assim o turismo local e o pequeno comércio da favela.

A bandeira da representatividade levantada por *They Don't Care About Us* abriu espaço para outros artistas escolherem as periferias brasileiras como cenário de seus videoclipes. *Beautiful* (2002) do Snoop Dogg, *Don't Lie* (2005), do Black Eyed Peas, *Put in a Love Song* (2009) da Alicia Keys, *Blue* (2013) da Beyoncé, *Vida* (2014) do Ricky Martin, entre outros videoclipes demonstram a estética da favela como um fator precedente para o fenômeno criativo dos videoclipes de periferia, que constituem hoje o maior nicho de mercado de videoclipes no Brasil, conforme veremos mais adiante.



Figura 34 - Gravação do Videoclipe They Don't Care About Us - Foto: Anibal Philot em 11/02/1996.

<sup>70</sup> Hessel (2020). <https://www.omelete.com.br/filmes/spike-lee-filmes>. Publicado em 15/06/2020. Acessado em 15/06/2020.

Contudo, é igualmente importante lembrar que o cantor Michael Jackson desempenhou um papel significativo na consolidação do videoclipe na Era MTV. Trevisan (2011) relembra que em 1984 o videoclipe de *Thriller*, com temática de terror e dirigido pelo cineasta John Landis – também diretor do filme *An American Werewolf in London* (1981) foi um fenômeno de audiência e “se tornou um épico, um dos vídeos mais famosos do mundo, senão o mais, impactando significativamente na importância do videoclipe tanto para a indústria musical quanto para a audiovisual.”<sup>71</sup> Em concordância, Caldas (2013), complementa que o videoclipe de *Thriller* “deu início à fase blockbuster, considerado uma das produções mais caras da história pois segue os moldes dos videoclipes cinematográficos.”<sup>72</sup>

Nessa perspectiva, por videoclipes cinematográficos, pode-se classificar os videoclipes com orçamentos exuberantes e super produções em termos de narratividade e formato, conforme se repetiu em outros videoclipes de Michael Jackson como *Bad* (1987), *Black or White* (1991), *Remember the Time* (1992), *Scream* (1995) e *Ghosts* (1997). A fase *blockbuster* iniciada por Michael Jackson se estendeu a outros nomes da música pop, como Madonna em mega produções como *Like a Virgin* (1984), *Material Girl* (1985), *Papa Don't Preach* (1986), *La Isla Bonita* (1987), *Like a Prayer* (1989), *Express Yourself* (1989), *Vogue* (1990), *Take a Bow* (1994), *Bedtime Story* (1995), entre outros.

### **2.3.2 Realizadores como autores**

Como já vimos anteriormente, a escolha de realizadores de cinema na direção de videoclipes de pop e rock nas décadas de 1980 e 1990, revelou nomes como Michael Bay, David Fincher, Michel Gondry, Spike Jonze, John Landis, Mary Lambert, Francis Lawrence, Martin Scorsese, Spike Lee, entre outros. Barreto (2012) compreende este movimento como uma “interconexão com o meio cinematográfico pela transposição de profissionais e técnicas entre filmes e videoclipes.”<sup>73</sup> Vernallis (2004), por seu lado, aponta este espaço como um lugar de maior liberdade artística para o realizador.

Muitos deles [diretores] caracterizam o vídeo musical como um lugar de experimentação, divertimento e relativa realização estética. Essa caracterização vem parcialmente do fato que o diretor de um vídeo musical pode supervisionar e participar de cada fase de seu planejamento, produção e pós-produção: diferente do diretor de filmes ou comerciais, um *videomaker* pode desenvolver o conceito, determinar uma verba, criar um *storyboard*, buscar locações,

---

<sup>71</sup> Trevisan (2011, p. 122)

<sup>72</sup> Caldas (2013, p. 3)

<sup>73</sup> Barreto (2012, p. 73)

escolher atores e objetos de cena, atuar na fotografia e editar o material filmado.<sup>74</sup>

No entanto, há uma problematização que envolve a autoria da obra, sobretudo quando falamos das premiações. O Video Music Awards – concurso mais importante no âmbito dos videoclipes – contempla os músicos como criadores dos videoclipes, ocultando toda a equipe técnica envolvida nas produções. Nesse sentido, Bahiana (2005) evoca o mérito da premiação para os criadores do videoclipe, contrariando a pensamento que coloca os artistas como autores da obra.

Ao creditarmos o videoclipe como sendo do artista que o protagoniza, sabemos que estamos criando uma elipse: uma vez que o videoclipe é dirigido por alguém. No entanto, as implicações da própria indústria fonográfica, das premiações e das instâncias de consagração de videoclipes dirigem-se, preferencialmente, para os artistas protagonistas dos clipes como sendo os “autores” destes audiovisuais.<sup>75</sup>

Holzbach (2013) reitera que a honra dada aos intérpretes nas premiações de videoclipe, suprime e invisibiliza toda a equipe de criação e produção por trás do videoclipe.

A importância concedida ao músico pelo VMA no momento da premiação vai muito além da entrega da estatueta. Isto porque embora, na maioria dos casos, os músicos não tenham nenhuma relação com a criação e veiculação do videoclipe, são eles que recebem praticamente todos os prêmios, mesmo nas categorias que têm um caráter mais técnico. Isto oculta todos os envolvidos na criação visual do videoclipe – produtores, cinegrafistas, editores, diretores de fotografia, elenco etc. –, ao passo que transforma os músicos nos únicos envolvidos na cultura do videoclipe.<sup>76</sup>

Entretanto, há de se observar o movimento paralelo e crescente de intérpretes como realizadores de seus próprios filmes, videoclipes e álbuns-visuais. Dave Grohl, do Foo Fighters, Joe Hahn, do Linkin Park, Gee Rocha, da NX Zero, Kanye West, Beyoncé, Lady Gaga, Tiago Iorc e Anitta são alguns dos nomes que ocupam essa lista.

## **2.4 Youtube – Catalogando videoclipes**

---

<sup>74</sup> Vernallis (2004, p. 91) Tradução nossa.

<sup>75</sup> Bahiana (2005, p. 12)

<sup>76</sup> Holzbach (2013, p. 224)

As rápidas transformações da sociedade contemporânea têm impactado de forma direta a maneira como pensamos, produzimos e consumimos arte. Não só o papel dos novos dispositivos tecnológicos, mas também o modo como percebemos a literatura, a música, o cinema, a televisão e também os videoclipes. A disputa pela atenção do público em diferentes interfaces criou uma fluidez entre diversos gêneros que constitui o paradigma presente da comunicação. O advento da Internet alterou nossos padrões de interação social e cultural através das dinâmicas de criação, compartilhamento e troca de conteúdos como livros, músicas, filmes, imagens, textos, reportagens, arquivos documentais e até eventos online. O surgimento do mundo em rede passou a tomar forma a partir dos anos 2000 com a chegada da Web 2.0 e, particularmente, a eclosão do Youtube, em 2005. Este último se consolidou na cultura digital como a maior plataforma de vídeos do mundo, oferecendo um sistema organizado de busca e catálogo de arquivos midiáticos de todos os gêneros.

Para Burgess e Green (2009), o Youtube constitui “o maior repositório de conteúdo audiovisual da história da humanidade”<sup>77</sup>. Na mesma perspectiva, Holzbach (2015) compreende a plataforma como um poderoso instrumento na construção de uma “memória coletiva, que entende não só a memória como um processo histórico, mas também como um fenômeno construído coletivamente.”<sup>78</sup>

Acerca dos videoclipes, Soares (2008) considera o surgimento das plataformas online de compartilhamento de vídeos como uma oportunidade de “problematizar as dinâmicas de circulação deste audiovisual.”

(...) videoclipe não é mais um produto somente televisivo. Passa a integrar as dinâmicas de consumo da “cibercultura” e precisa ser compreendido também através desta lógica. Circunscreve-se um debate que atravessa uma problemática acerca do papel da televisão musical na circulação deste audiovisual e das novas formas de apropriação do videoclipe que passa a ser inserido em *gadgets* (*Ipods*, reprodutores de MP3 com vídeo), celulares, videologs, blogs e sites específicos. <sup>79</sup> (p.1).

Ocupando o espaço midiático de uma grande televisão em multitelas, com uma infinidade de canais e conteúdos para todo o tipo de interesse, o Youtube proporcionou a democratização de produção e veiculação dos videoclipes. Além disso, a plataforma também ajudou a segmentar, evidenciar e rememorar alguns estilos musicais e

---

<sup>77</sup> Burgess e Green (2009)

<sup>78</sup> Holzbach (2015, p. 39)

<sup>79</sup> Soares (2008, p. 1)

movimentos sociais, como o movimento feminista, o movimento LGBT e o movimento negro, através da criação dos canais oficiais Vevo – serviço multinacional de hospedagem de conteúdo audiovisual, licenciados pelo Youtube.

Em retomada ao movimento de ascensão da cultura periférica iniciado nos anos 90 e potencializado pela obra, o videoclipe escalou um espaço para o atual fenômeno cultural que podemos chamar hoje de a “nova MTV” ou a “MTV do Funk”: *KondZilla* – o maior canal de música do mundo, que foi criado pelo produtor brasileiro Konrad Dantas, em 2012.



Figura 35 - Capa do canal KondZilla no Youtube

Inspirado na estética dos videoclipes estadunidenses ao estilo *gangsta*, Konrad Dantas catapultou artistas periféricos com dificuldade de acesso à indústria audiovisual através da criação do canal, funcionando como portal de entretenimento e vitrine de talentos escondidos. Em um ritmo de produção admirável, KondZilla lança em torno de a 3 a 5 videoclipes por semana. Seus videoclipes são vistos como o primeiro degrau para o sucesso de qualquer artista em início de carreira, fato explicativo dos seus atuais 57, 9 milhões de inscritos e mais de 25 bilhões de visualizações até o presente momento (Maio, 2020).

É uma alegria e uma responsabilidade muito grande. Lá atrás, [a gente] identificou que esse gênero não era representado, principalmente pela galera que tinha capacidade técnica e artística para realizar obras audiovisuais, e hoje a gente despertou interesse em toda a indústria da música e do audiovisual. [...] É o público da favela criando conteúdo pra favela dentro de uma plataforma totalmente democrática. Não é apenas música. É o comportamento do jovem da favela como um todo. <sup>80</sup>

Em 2019, KondZilla conquistou mais um espaço importante para a cultura periférica com a produção da série televisiva *Sintonia*, exibida pela plataforma digital Netflix. Abordando uma temática que explora a interconexão entre música, tráfico de drogas e religião através da perspectiva dos três personagens principais, narrados em primeira pessoa. Um dos pontos altos da série é a busca do personagem MC Doni pelo sonho de

---

<sup>80</sup> KondZilla (2019)

gravar o seu primeiro videoclipe de funk. Na trama, todo o processo de produção do videoclipe é apresentado em uma dinâmica metalinguística, que remonta à própria história do canal KondZilla.

Paralelamente ao movimento de escalada do funk e das culturas de massa através dos videoclipes que antecede a criação de Konrad Dantas, surge a cantora Anitta. Criada no subúrbio do Rio de Janeiro, a artista foi descoberta por Renato Azevedo, então produtor da Furacão 2000, através de um vídeo caseiro publicado no Youtube em 2010, na qual a jovem aparecia usando uma embalagem de desodorizante como microfone. Seu primeiro videoclipe, *Menina Má*, foi lançado em 2012 pela Furacão 2000 em seu canal no Youtube e desde então seus videoclipes têm se tornado uma das principais referências pela exportação do funk e de sua intertextualidade com outros gêneros musicais, através de suas parcerias com estrelas como J Balvin, Maluma, Snoop Dogg, Pharrell Williams, The Black Eyed Peas, Madonna, entre outros. Dentre seus projetos de sucesso, destacamos aqui os videoclipes *Vai Malandra* (2017) e *Indecente* (2018), por suas contribuições sociais e tecnológicas à indústria audiovisual brasileira. *Vai Malandra* (2017) foi gravado no Morro do Vidigal, com direção do fotógrafo americano Terry Richardson. O conceito do videoclipe explora a cultura dos bailes funk presente nas comunidades periféricas e questiona os padrões de sensualidade através de diferentes tipos de corpos, em um manifesto contra a ditadura da beleza estabelecida pela supremacia branca e elitista das revistas de moda, onde Anitta se coloca como figura de protesto exibindo partes do seu corpo, consideradas imperfeitas pelos juízes da beleza. O jornalista Sergio Pereira, (2017) define a convulsão social causada pelo videoclipe *Vai Malandra* (2017) como uma revelia de grande importância no combate ao conservadorismo: “Qualquer bunda é uma bunda. Mas uma bunda que desafia os ditames culturais é mais do que uma bunda (muito além de células epiteliais e musculares). É uma bunda de potência contra os ultraconservadores e contra as persuasões publicitárias.”<sup>81</sup>

O set foi composto por 120 integrantes entre equipe técnica e figurantes, moradores da favela, destacando-se a participação feminina que apresentam a técnica de bronzeamento na laje – prática comum nas favelas cariocas durante o verão – utilizando biquini de fita isolante, sendo este o ponto alto da repercussão internacional do vídeo, que atingiu 8 milhões de visualizações nas primeiras 10 horas e 15 milhões de visualizações em 24 horas, consolidando-se como recorde brasileiro de maior número de visualizações. Atualmente, o vídeo possui cerca de 398 milhões de *views*. (Maio, 2020)

---

<sup>81</sup> Pereira (2017)



Figura 36- Videoclipe Vai Malandra de Anitta – 2017

Em 2018, a cantora realizou algo nunca feito antes na história dos videoclipes: *Indecente*, dirigido por Bruno Ilogti foi o primeiro videoclipe em plano-sequência, com transmissão ao vivo para o Youtube. Sabe-se que o uso do plano-sequência nos videoclipes caminha paralelamente à sua evolução, sobretudo na música pop. Em 1996, as afamadas Spice Girls atraíram os olhares do público jovem, ainda na Era MTV, com o lançamento do videoclipe *Wannabe*, dirigido por Johan Camitz em um plano-sequência, onde as cantoras invadem uma festa da aristocracia britânica e transitam pelo ambiente com coreografias singulares, causando estranheza de alguns personagens e empolgação de outros. Elas cantam, dançam, bagunçam o cenário e interagem com os personagens em cena. Por alguns segundos, acreditamos que de fato elas invadiram aquele evento e que tudo ocorreu de forma natural, em um único take. Sentimo-nos convidados a participar da comemoração, entramos e saímos do banquete acompanhados de Geri Halliwell, Emma Bunton, Mel C, Mel B e Victória.

Entretanto, atenta-se para o fato de que *Wannabe* não foi o primeiro videoclipe em plano-sequência e embora não haja uma catalogação oficial dos videoclipes por linguagens estéticas (plano-sequência, stop-motion, animação e etc), identificamos o vídeo *Subterranean Homesick Blues* (1965) do Bob Dylan como o pioneiro no plano-sequência. No entanto, *Wannabe* (1996) destaca-se aqui por sua similaridade estética com o videoclipe *Indecente*, da cantora Anitta. A artista, já reconhecida pela inventividade em seus videoclipes, decidiu compartilhar sua festa de aniversário com o público, realizando uma transmissão ao vivo em plano-sequência.



Figura 37 - Videoclipe Wannabe - Spice Girls - 1996



Figura 38 - Videoclipe Indecente - Anitta - 2018

O cenário explorado no videoclipe foi construído na casa da cantora, que transitando pelos ambientes da festa, interage com bailarinos, familiares e amigos durante a mise-en-scène. Apesar de algumas falhas na qualidade da transmissão, apontadas pelos fãs nos comentários do vídeo, *Indecente* (2018) bateu o recorde de 51 milhões de visualizações no Youtube e repercutiu positivamente em outros países, abrindo espaço para o projeto posterior da cantora: o álbum-visual *Kisses* (2018).

## Capítulo 3

### Álbum - Visual

Este capítulo tem por finalidade analisar o álbum-visual, desde seus antecedentes até o seu formato atual, bem como suas características estéticas e narrativas.

Partiremos de uma breve contextualização dos antecedentes do formato enquanto gênero audiovisual, como os filmes *Yellow Submarine* (1968) e *Faroeste Caboclo* (2013) até aos álbuns-visuais *Lemonade* (2016) e *Desconstrução* (2019), onde fundamentaremos a presença do plano-sequência como estética proeminente na videografia do artista brasileiro Tiago Iorc, por meio dos pensamento do plano-sequência, do crítico cinematográfico, André Bazin.

#### 3.1 Antecedentes do formato

O álbum-visual se instituiu oficialmente como formato midiático a partir do século XXI, mais significativamente na videografia da cantora Beyoncé com os projetos *Self-Titled* (2014) e *Lemonade* (2016). Entretanto, se observarmos os traços narrativos que configuram o álbum-visual, percebemos que o mesmo teve suas primeiras experimentações na história do videoclipe paralelamente à intersecção com o cinema, como já visto na cinematografia dos The Beatles em *A Hard Day's Night* (1964), *Help!* (1965) e como veremos adiante em *Yellow Submarine* (1968). Considerando a pluralidade do álbum-visual como um produto cultural de extrema relevância contemporânea, Soares (2012) salienta as similaridades características que se retroalimentam entre o hibridismo que envolve o videoclipe.

Nos seus mais variados aspectos, o videoclipe sintetiza o contemporâneo na sua aproximação da indústria cultural com a vanguarda, na diluição da radicalidade inovadora a partir de claras intenções comerciais, na sua fragmentação imagética, na sua despreocupação narrativa ou no apelo das narrativa mais básicas e simples, na sua inclinação parodística, na sua rapidez, no excesso neobarroco de alguns de seus estilos, nas suas conexões com as tecnologias de ponta, na sua recuperação displicente e desatenta do passado, nas suas superposições de espacialidades e temporalidades, no fascínio de uma superficialidade hiper-real. Vemos, assim, que suas principais características se aproximam enormemente das definições mais gerais associadas ao pós-

modernismo. (...) Assim, se o pós-modernismo é a lógica cultural do capitalismo tardio, o videoclipe seria a forma cultural pós-moderna que melhor ilustraria o funcionamento dessa lógica do ponto de vista estético.<sup>82</sup>

Nesse sentido, a história do álbum-visual coparticipa de elementos análogos à história do videoclipe, conforme assinalam Vecchia e Iuva (2017).

Se o videoclipe é a forma estética que melhor representa o pós-modernismo, o álbum visual carregaria em seu próprio nascimento e estrutura resquícios dessa mesma estética. O álbum visual seria, portanto, a estética cultural de um pós-modernismo digital, em que as indústrias - tanto a fonográfica quanto a cinematográfica - passam por profundas mudanças em suas estruturas comerciais, em suas relações intrínsecas de produção e consumo; e nas suas relações com as plataformas da internet.<sup>83</sup>

Harrison (2014) define o álbum-visual como uma intermediação entre o videoclipe e o cinema, que desafia o espectador para um olhar mais intimista sobre a obra.

O álbum visual é um meio híbrido entre videoclipe e cinema; como o videoclipe, ele promove um álbum musical, e como o filme, é concebido como uma obra artística. O álbum visual empresta formatos, técnicas e teorias de gêneros, tais como diálogo direcionado e o olhar *voyeurista*, e usa-os de uma forma híbrida.<sup>84</sup>

Após consideráveis digressões da música pelo cinema, os filmes musicais se estabeleceram como um produto cinematográfico rentável, ascendendo artistas e bandas ao estrelato a partir dos anos 1920. Contudo, como já visto anteriormente, a década de 1960 demarca as fronteiras entre o cinema, o videoclipe e o álbum-visual a partir da filmografia dos Beatles, como nos filmes *The Hard Day's Night* (1964), *Help!* (1965), *Magical Mystery Tour* (1966), *Yellow Submarine* (1968) e *Let it Be* (1970). Conforme refere Estrella (2016):

Como em muitos outros aspectos da música, o início dos álbuns visuais pode ser rastreado até chegarmos aos Beatles. Durante a melhor parte dos anos 1960 o quarteto aventurou-se na realização de filmes para acompanhar os – ou serem acompanhados – pelos seus álbuns. (...) O primeiro – e mais icônico – foi *A Hard Day's Night*. Lançado ao sabor dos elogios da crítica no auge da

---

<sup>82</sup> Soares (2012, p. 12)

<sup>83</sup> Vecchia e Iuva (2017, p. 2)

<sup>84</sup> Harrison (2014)

Beatlemania, a obra é uma comédia na qual a banda atua em versões ficcionalizadas de si mesmos. O segmento “Can't Buy Me Love” foi particularmente importante ao pavimentar o caminho para as modernas técnicas videoclípticas, como o ritmo da montagem em consonância com as batidas da música e o estilo narrativo de se contar as desventuras da banda.<sup>85</sup>

Portanto, infere-se que o álbum-visual ocupa um espaço coletivo entre diversos formatos midiáticos e narrativos. No entanto, seria precipitado dizer que ele é apenas o resultado desses fatores, considerando que cada vez mais o álbum-visual acaba por incorporar esses elementos de forma a produzir características particulares, como a longa duração ou a integralidade do álbum e, por algumas vezes, o efeito de continuidade narrativa entre os videoclipes através de elementos correlacionados textual e esteticamente. Nesse sentido, retomaremos a filmografia dos The Beatles, desta vez com uma obra de animação, o longa metragem *Yellow Submarine*.

### 3.1.2 *Yellow Submarine* – 1968

*Yellow Submarine* (1968) é um filme de animação dos The Beatles que conta a história de Pepperland: um paraíso terrestre no fundo do mar onde a música é levada pelo vento e propagada por toda a parte. O filme é inspirado no álbum *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* (1967), mais precisamente nos alter egos de “Sg. Peppers” como protagonistas. Em Pepperland, os cenários são multicoloridos e tudo coexiste em perfeita harmonia com a música, até que os *Blue Meanies* invadem o ambiente munidos de armas e canhões, petrificando os habitantes daquela terra, transformando tudo em um mundo cinzento e apático. Os únicos remanescentes são os integrantes dos Beatles, representados nesse contexto como a *The Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* em uma missão honrosa de resgatar um comandante aposentado de Pepperland, pois ele é o único com poder para expulsar os inimigos de lá. A viagem de resgate do comandante e de retorno à Pepperland acontece dentro de um submarino amarelo, título do filme e faixa do sétimo álbum da banda, *Revolver* (1966).

A batalha pela libertação de *Pepperland* é vencida na medida em que os vídeos musicais se apresentam junto com a crescente evolução rítmica das faixas, denotando a ideia de que a música tem potencialidade para fazer “renascer a natureza viva” dentro de tudo aquilo que constitui a vida na terra. Dentro de um contexto sociopolítico, o filme representa as inquietações de um período marcado por manifestações públicas,

---

<sup>85</sup>Estrella (2016) Tradução nossa.

retratando questões importantes como a Guerra do Vietnã, a luta pelo movimento negro e outros movimentos populares em prol da liberdade de expressão, a luta contra o sexismo e a legalização das drogas fazendo uso de imagens de arquivo e misturando animação e documentário em uma obra totalmente anacrônica. Nesse sentido, *Yellow Submarine* simboliza a função social da música enquanto manifestação artística, através dos recursos audiovisuais dispostos entre a estética narrativa do cinema, o formato *videoclíptico* e o artifício da animação, sintetizando o percurso experimentado nos filmes anteriores da banda, em uma configuração mais inclinada ao álbum-visual.

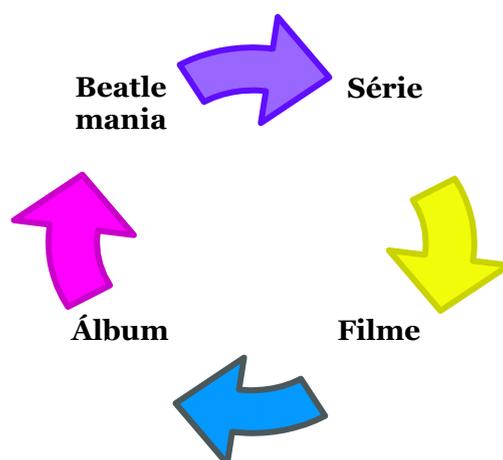
Com referências explícitas ao psicodelismo em uma narrativa não-linear com diálogos inconsistentes, *Yellow Submarine* reforça a estética *no sense* dos filmes da banda. Apesar da banda não ter participado da produção do filme – inclusive as dublagens – os integrantes compuseram canções novas para a trilha sonora, que acabou sendo construída também por canções de álbuns anteriores ao *Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band*. Contudo, o sucesso de público e crítica resultou no lançamento do álbum *Yellow Submarine* (1969), constituído pela trilha sonora do filme, composta por faixas já existentes e faixas inéditas.

No que antecede a proposta gráfica do filme em transformar os astros do rock em personagens animados, podemos citar a série televisiva *The Beatles* que foi transmitida entre 1965 e 1967 pela ABC com um total de 39 episódios inéditos, os quais foram reprisados mais tarde pela própria ABC (1967 – 1969), pela MTV (1986 – 1987) e pela Disney Channel (1989). A série musical consistia em contar pequenas histórias animadas que ilustrassem visualmente as músicas dos Beatles, em mais uma dinâmica que precedeu o videoclipe. Após o sucesso dos curtas animados, o então empresário da banda, Brian Epstein, deu carta branca para a criação de um longa metragem baseado na estética do filme *Fantasia* (1940) da Disney.



Figura 39 - Filme *Yellow Submarine* - 1968

Nessa perspectiva, *Yellow Submarine* acaba por instaurar o conceito de intermedialidade em uma só obra, através das ligações repercutidas e ocasionadas por ele, como um fenômeno cíclico com largada e chegada na *Beatlemania*, alterando assim a lógica que estabelece o videoclipe e o álbum visual como subprodutos da música.



Para além deste fenômeno, podemos observar que a relação dos Beatles com o cinema se estendeu à sua pós-existência, inspirando outros filmes e documentários baseados em sua respectiva discografia e biografia. É o caso do blockbuster – *Yesterday* (2019), que recria um mundo distópico onde a existência da banda foi apagada do consciente coletivo, dando ao protagonista Jack a oportunidade de rememorar a obra musical dos Beatles.

### 3.1.3 A experimentação do álbum-visual

No seguimento dos filmes musicais biográficos e/ou inspirados na obra de outrem, é possível perceber o hibridismo que circunda o eixo narrativo com base nas artes performáticas e de animação. A música, seja como argumento de roteiro ou como eixo de sustentação do arco narrativo pseudofictício através do primeiro, segundo e terceiro ato, é o elemento latente na obra. Citaremos aqui alguns exemplos narrativos de interligação entre videoclipes, que não constituem oficialmente um álbum-visual, mas exploram princípios narrativos semelhantes, que instigam o espectador a fazer sua própria leitura simultânea da obra.

Em 2015, o canadense The Weeknd lançou uma trilogia de videoclipes que se interligam narrativamente. *The Hills*, *Can't Feel My Face* e *Tell Your Friends* narram uma história perturbadora no caminho obscuro da fama. Os videoclipes estão conectados por um personagem sombrio, em um simbolismo “diabólico” que se assemelha ao poema trágico de Goethe (1808), no conto alemão *Faust, eine Tragödie* (Fausto, uma tragédia). Em 2020, o músico retomou a estética infausta em

uma saga horripilante contada em *Heartless*, *Blinding Lights*, *After Hours* (Short Film) e *In Your Eyes*. A lógica cinematográfica entre os videoclipes faz referência à estética da “cidade do pecado”, retratada no filme *Sin City* (2005) e à estética “satânica” do filme *Constantine* (2005). Os videoclipes apresentam uma narrativa contínua através de uma abordagem que explora a solidão, o fracasso dos relacionamentos, os vícios, a dualidade da fama por meio de uma linguagem tenebrosa, que pode ser lida como uma catarse do autor em sua trajetória musical. A simbologia implícita na obra audiovisual do The Weeknd, aponta para mais uma característica na busca por uma definição acerca do álbum-visual, como destacam Vecchia e Iuva (2017).

O álbum visual se torna um conceito complementar à experiência musical: o que antes era captado através de uma experiência unidimensional (através do som), agora estimula a captação dos conceitos auditivos imaginados pelo artista e reinterpretados através de símbolos imagéticos, de modo que a experiência sinestésica dos sons e imagens oferece uma experiência bidimensional. A característica sinestésica do álbum visual, portanto, é um dos aspectos mais relevantes do formato, por permitir uma expansão sensorial de sentidos que afeta não apenas o ouvinte, mas sim o ouvinte espectador da obra.<sup>86</sup>

Caracterizado como um produto híbrido que habita múltiplos espaços artísticos, o álbum-visual ainda é um conceito de difícil definição no que diz respeito aos paradigmas estéticos, narrativos, sensoriais e intertextuais. Na maior parte das recentes experiências álbum-visuais, este foi denominado e definido como tal, pelos próprios artistas e bandas, dificultando assim a sua legitimidade como um gênero audiovisual, resultante de outras somas culturais ao longo dos anos.

Para além da filmografia dos The Beatles, podemos considerar outros videoclipes de longo formato, com narrativas que se estendem ou se complementam ao tempo de duração da música como possíveis experimentações álbum-visuais antes e durante o século XXI, conferindo ao artista Michael Jackson o título de “precursor do videoclipe de longo formato”, como pontuaremos a seguir.

Tabela 2 – Videoclipes em Longo Formato

<b>Videoclipe</b>	<b>Artista</b>	<b>Ano</b>	<b>Duração</b>
<b>Bohemian Rhapsody</b>	Queen	1979	5:44'
<b>Beat It</b>	Michael Jackson	1982	7:38'

<sup>86</sup> Vecchia e Iuva (2017, p. 10)

<b>Thriller</b>	Michael Jackson	1984	13:43'
<b>Bad</b>	Michael Jackson	1987	18:07'
<b>Smooth Criminal</b>	Michael Jackson	1988	9:26'
<b>Black or White</b>	Michael Jackson	1991	6:23'
<b>November Rain</b>	Guns N' Roses	1991	9:17'
<b>2 Legit to Quit</b>	MC Hammer	1991	14:38'
<b>Remember the Time</b>	Michael Jackson	1992	9:16'
<b>Been Around the World</b>	Puffy Daddy	1997	9:37'
<b>Cachimbo da Paz</b>	Gabriel O Pensador	1997	6:03'
<b>Diário de Um Detento</b>	Racionais MC	1998	9:17'
<b>You Rock My World</b>	Michael Jackson	2001	13:30'
<b>O Que Sobrou do Céu</b>	O Rappa	2001	5:46'
<b>Jesus of Suburbia</b>	Green Day	2005	11:48'
<b>Estranho Jeito de Amar</b>	Sandy e Junior	2006	13:46'
<b>Whats Goes Around Comes Around</b>	Justin Timberlake	2006	09:21'
<b>Imma be Rock the Body</b>	Black Eyed Peas	2010	10:21'
<b>Alejandro</b>	Lady Gaga	2010	8:44'
<b>Telephone</b>	Lady Gaga /Beyoncé	2010	9:31'
<b>Marry the Night</b>	Lady Gaga	2011	13:51
<b>Payphone</b>	Marron 5/Wiz Khalifa	2012	4:39'
<b>Fronteira</b>	O Rappa	2013	10:25'
<b>Mirrors</b>	Justin Timberlake	2013	8:21'
<b>Girl Under You</b>	Lady Gaga	2014	11:47'
<b>Mãe</b>	Emicida	2015	7:20'
<b>Boa Esperança</b>	Emicida	2015	7:01'
<b>Don't Wanna Know</b>	Maroon 5	2016	6:18'
<b>MANIA</b>	The Weeknd	2016	11:59'
<b>Hoje Tô Feliz Matei o Presidente</b>	Gabriel O Pensador	2017	05:09'
<b>Youth</b>	Shaw Mendes/Khalid	2018	7:38'
<b>Indestrutível</b>	Pablo Vittar	2018	4:47'
<b>AmarElo</b>	Emicida	2019	08:53'
<b>Ilumina o Mundo</b>	Detonautas	2019	5:37'

Entretanto, chama-se atenção para três fatos ocorridos no ano de 2013, que segundo nossas observações, ilustram a instituição do álbum-visual como gênero. Começaremos pelo videoclipe *Happy* (2013), de Pharrell Williams, tido como *o maior videoclipe da história*, com 24 horas de duração. O videoclipe conta com a participação de outras celebridades e é dividido em 24 partes, correspondentes a cada hora de gravação que

decorre em diferentes cenários e ações. No entanto, sua configuração dimensional nos permite interpretá-lo como um álbum-visual, com diferentes releituras acerca da mesma música, incluindo cenas da animação norte-americana *Dispicable Me 2* (2013), cuja faixa *Happy* faz parte da trilha sonora.

Também em 2013, a cantora Beyoncé destacou-se como uma figura importante no desenvolvimento do formato do álbum-visual. O quinto álbum de sua carreira intitulado BEYONCÉ foi lançado exclusivamente na plataforma iTunes com 14 faixas de áudio e 18 vídeos, sendo 1 videoclipe para cada música, acrescidos de vídeos extras. Em uma análise crítica do site Medium, Thats Why (2016) aponta para *Self-Titled – The Visual Album* como um espaço de experimentação pessoal dos artistas.

Por mais que os clipes não compartilhassem a mesma história, uma atmosfera semelhante envolve todo o trabalho e amarra tudo, tornando o álbum muito mais denso em detalhes e interpretações. Diferente do que os vídeos de música tradicionais fazem para singles, o álbum visual é uma visão mais ampla da produção musical, o que deu aos artistas a possibilidade de colocar mais de si e dizer mais o que quer se dizer não apenas em cada linha, mas também em todos os quadros do audiovisual.<sup>87</sup>

Porém, a definição do conceito de álbum-visual estabelecido por Beyoncé em *Self-Titled* (2013), provocou discussões controversas na mídia, devido ao média-metragem *Runaway* (2010) do artista Kanye West não ter recebido o mesmo mérito conceitual. Somente após o lançamento do segundo álbum-visual de Beyoncé (*Lemonade*, 2016), o filme de Kanye West passou a ser respeitado como gênero pelo Video Music Awards, em uma categoria traduzida como Vídeo em Longo Formato.

O terceiro acontecimento que nos chama atenção no ano de 2013, é o lançamento do filme brasileiro *Faroeste Caboclo*, inspirado na música homônima da banda Legião Urbana. A seguir, refletiremos acerca do longa como uma experimentação álbum-visual.

### **3.1.4 Faroeste Caboclo (2013)**

“Há muito tempo atrás, numa terra distante, longe da civilização, existia um jovem rapaz chamado João de Santo Cristo. Esta é a sua história. Guardem com atenção estas palavras e lembrem-se: as drogas fazem você virar os seus pais.”<sup>88</sup> Foi com este texto que Renato Russo introduziu a história de João de Santo Cristo ao público que

---

<sup>87</sup> Why (2016). <https://medium.com/tend%C3%A2ncias-digitais/o-%C3%A1lbum-visual-8e24992e3boe> Publicado em 25/08/2016. Acessado em 14/06/2020.

<sup>88</sup> Introdução feita por Renato Russo na gravação do álbum *Como É Que Se Diz Eu Te Amo* (1994)

participava da gravação ao vivo do álbum *Como É Que Se Diz Eu Te Amo*, na noite de 08 de outubro de 1994, no Rio de Janeiro. Curiosamente, a música que inspirou o diretor René Sampaio nunca recebeu um videoclipe oficial. Nas plataformas digitais, só há 2 registros da música em vídeo: *Como É Que Se Diz Eu Te Amo* em 1994 e *Acústico MTV*, gravado em 1992 e lançado apenas em 1999, como um memorial ao ex-líder da Legião Urbana, falecido em 11 de outubro de 1996, vítima de AIDS.

A canção possui 168 versos que narram a trajetória de *João de Santo Cristo*. Um jovem provavelmente negro, pobre e de comportamento subversivo – a letra não descreve a etnia de João, mas deixa explícito que ele sofria *discriminação por causa de sua classe e sua cor*<sup>89</sup> - que cresceu no sertão brasileiro sem muitas expectativas de futuro e que após presenciar o assassinato do pai, decidiu *comprar uma passagem e foi direto a Salvador*<sup>90</sup>. No desenrolar dos 9 minutos em que a música se dá, João conhece um boiadeiro que lhe oferece uma passagem até Brasília. Chegando lá, ele se envolve com o traficante chamado *Pablo, um peruano que vivia na Bolívia e muitas coisas trazia de lá*<sup>91</sup>. Em decorrência das más influências dos jovens da cidade, João começa a roubar, é estuprado e decide se vingar de seus agressores. *Agora o Santo Cristo era bandido, destemido e temido no Distrito Federal. Não tinha nenhum medo de polícia, capitão ou traficante, playboy ou general.*<sup>92</sup> É então que ele se apaixona por *Maria Lúcia, uma menina linda e o coração dele pra ela, o Santo Cristo prometeu*<sup>93</sup>. João tenta se regenerar das delinquências cometidas, volta a trabalhar como carpinteiro, abandona o tráfico e dedica-se a uma vida honesta ao lado de Maria Lúcia.

*O tempo passa e um dia vem na porta um senhor de alta classe com dinheiro na mão e ele faz uma proposta indecorosa*<sup>94</sup>, a qual João não aceita. O general fica furioso e promete acabar com a vida de João, que por sua vez procura Pablo novamente, com a proposta de aumentar a produção de drogas. *Pablo trazia o contrabando da Bolívia e Santo cristo revendia em Planaltina.*<sup>95</sup> Nesta altura, Jeremias aparece no enredo como um renomado traficante decidido a matar João e acabar com a concorrência. Pablo lhe entrega uma Winchester 22, arma de fogo popularmente conhecida como Carabina. João decide voltar para casa e reencontrar Maria Lúcia, mas não imagina que ao chegar lá encontrará Maria Lúcia casada e grávida de Jeremias, aquele que jurou sua vida. João de Santo Cristo chama Jeremias para um duelo e promete matar também Maria Lúcia. O combate, ponto alto da música, acontece no bairro da Ceilândia, zona

---

<sup>89</sup> Verso 22 da letra de Faroeste Caboclo.

<sup>90</sup> Verso 24 da letra de Faroeste Caboclo.

<sup>91</sup> Versos 45 ao 48 da letra de Faroeste Caboclo.

<sup>92</sup> Versos 69 ao 72 da letra de Faroeste Caboclo.

<sup>93</sup> Versos 75 e 76 da letra de Faroeste Caboclo.

<sup>94</sup> Versos 81, 82 e 83 da letra de Faroeste Caboclo.

<sup>95</sup> Versos 103 e 104 da letra de Faroeste Caboclo.

periférica de Brasília. Na música, Renato Russo descreve o conflito como um grande evento na cidade, televisionado pelos veículos de comunicação e ovacionado pelo público, como nos velhos tempos de faroeste. No entanto, o diretor René Sampaio recriou a cena sob uma outra perspectiva, onde apenas os 3 personagens centrais participam: João de Santo Cristo, Jeremias e Maria Lúcia. O desfecho se dá igualmente como na música, com a trágica morte dos 3 personagens.

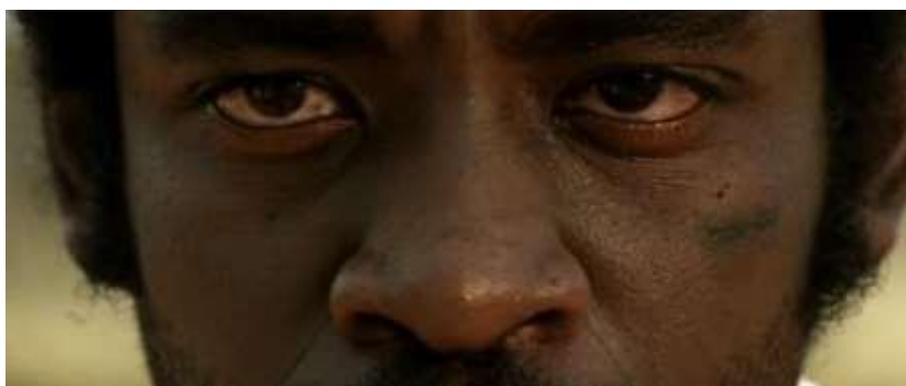


Figura 40 – Duelo entre João de Santo Cristo e Jeremias em Faroeste Caboclo - 2013

*Faroeste Caboclo* surge no Brasil no mesmo ano em que a Constituição Federal nasce, após quase 30 anos de Ditadura Militar, período em que os artistas brasileiros utilizavam o que Vasconcelos (1977) definiu como *linguagem da fresta*<sup>96</sup> - modos de expressão capazes de driblar a censura em um manifesto contra o autoritarismo. Falar sobre sexo, drogas, racismo, desigualdade, estupro, militarismo, política e ainda xingar um general parecia uma utopia até poucos anos antes. Talvez por isso, a música só tenha sido lançada após o “suposto” fim da repressão. Para o jornalista Arthur Dapieve (1995), *Faroeste Caboclo* representa uma "incontestável obra-prima, narrando a paixão e a morte do tal João de Santo Cristo, traficante que, oscilando entre o banditismo e a santidade, encarna o próprio Brasil."<sup>97</sup>

Mas por que será que uma música tão icônica na história da cultura pop brasileira nunca foi adaptada para videoclipe? A MTV havia recém-chegado ao Brasil e o país experimentava o primeiro *boom* dos videoclipes produzidos para o semanário *Fantástico*, da Rede Globo. O mercado de criação dos vídeos promocionais estava fervilhando, mas ainda assim, o público esperou 25 anos pela materialização dessa trágica história de amor e revolução. Tratando-se de uma letra tão extensa e descritiva, é possível imaginar o desafio narrativo, artístico e técnico de se viabilizar um videoclipe deste formato, embora o astro Michael Jackson tenha (des)construído os padrões de videoclipes em formato curta-metragem nos anos 1980 e 1990, com videoclipes como

---

<sup>96</sup> Vasconcelos (1977)

<sup>97</sup> Dapieve (1995)

*Thriller, Bad e Black or White*, por exemplo. Nesse sentido, Goodwin (1992) atenta para o fato de que os videoclipes raramente direcionam o espectador para as letras, geralmente elas funcionam como pano de fundo.<sup>98</sup>



Figura 41 - Cena da morte de João de Santo Cristo e Maria Lúcia no filme *Faroeste Caboclo* - 2013

Em 1995, Renato Russo concedeu uma entrevista ao também cantor e compositor Leoni, na qual explica o processo de criação da letra de *Faroeste Caboclo*, posteriormente usada como argumento para o filme baseado na obra. Renato Russo reconhece que há falhas no arco narrativo da letra e comenta que a idealização da música como filme, já era uma ideia antiga. Enquanto música, *Faroeste Caboclo* atende as regras comuns de rima, ritmo, melodia e harmonia. O texto é simétrico e envolvente aos ouvidos, criando inclusive realidades projetadas de quem e como seriam esses personagens na vida real. Mas ao transpor essa pseudo-realidade para campo visual, apresenta-se uma dificuldade em ordenar os fatos e torná-los verossímeis.

*Faroeste Caboclo* escrevi em duas tardes, sem mudar uma vírgula. Foi 'não tinha medo o tal João de Santo Cristo ...' e foi embora. Eram coisas que, mesmo sem perceber, já vinha trabalhando há muito tempo, e na hora que fui escrever veio tudo direto. Eu sei porquê foi fácil. Ela tem um ritmo muito fácil na língua portuguesa. É em cima da divisão do improvisado do repente. As coisas foram aparecendo por causa das rimas. Se eu falo do professor, ele tem que parar em Salvador. Se fosse outra rima, ele ia parar em outro lugar. Basicamente já sabia que tipo de história ia ser. É aquela mitologia do herói, James Dean, rebelde sem causa. Mas se você prestar atenção, tem um monte de falhas. Como é cantado, as pessoas não percebem. Uma vez, um pessoal queria fazer um filme em cima da letra. Foi quando deu pra perceber como tem furo na história. Parece que faz sentido, mas porque cargas d'água esse homem encontraria um boiadeiro em Salvador? Que história é essa de trocar

---

<sup>98</sup> Goodwin (1992, p. 65)

as passagens, ‘eu fico aqui, você vai pra Brasília’? Por causa da filha? Por que Maria Lúcia fica com Jeremias? Não dá pra entender! Você tem que bolar sua própria história. O máximo que cheguei é que ela era uma viciadona e o Jeremias era tão mal que disse: ‘Se você não casar comigo, vou matar o João’. Mas também não justifica. E o Santo Cristo, é um banana? A menina é apaixonada por ele e ele fica andando com o Pablo pra cima e pra baixo. Ele é gay? Tem uma porção de coisas na história que não batem, mas quando a gente ouve funciona muito bem.<sup>99</sup>

Ter um João negro (no filme), pobre, ignorado pelo sistema e que morre assassinado por um branco abastado, em um espetáculo assistido pelo público passivo, incorporam ao João, características semelhantes às de Jesus, o Santo Cristo. No filme, o personagem sofre do complexo do anti-herói, tornando-se um justiceiro por meios tortuosos. Enquanto Maria Lúcia, a mocinha que só aparece da segunda metade da música em diante, ganha vida no filme logo no primeiro ato. Personagens implícitos na música, aparecem no filme como arquétipos importantes para a trama, como o caso do pai de Maria Lúcia. A ironia – marca constante do compositor Renato Russo – sobre o processo de santificação de João, se manifesta na penúltima estrofe da canção, em que *o povo declarava que João de Santo Cristo era santo porque sabia morrer*.<sup>100</sup>

Como uma adaptação livre, o filme não retrata a transcrição literal da letra e sim uma representação cinematográfica do enredo, que por tantos anos habitou somente no imaginário dos fãs da banda. Contudo, a versão fílmica de *Faroeste Caboclo* nos permite transitar pela releitura artística da música durante os seus 108 minutos de duração em meio aos conflitos, aventuras, vitórias e desgraças vividas por João de Santo Cristo. A produção se mostrou autêntica e compatível com a proposta de rememorar a obra de Renato Russo, alcançando a marca de 1,4 milhões de espectadores, mantendo-se em circulação por 8 semanas consecutivas nas salas de cinema após a estreia. Quase 10 anos após o lançamento do filme, ainda nos cabe o questionamento sobre o enquadramento da obra nos parâmetros de filme, videoclipe ou álbum-visual. Com tantos elementos híbridos, *Faroeste Caboclo (2013)* deixa rastros da intertextualidade entre cinema, música e videoclipe, ocupando o espaço do *entrelugar*, usualmente aplicado ao terreno sinestésico do álbum-visual.

O álbum visual se torna um conceito complementar à experiência musical: o que antes era captado através de uma experiência unidimensional (através do

---

<sup>99</sup> Russo (1995)

<sup>100</sup> Versos 160 e 161 da letra de *Faroeste Caboclo*.

som), agora estimula a captação dos conceitos auditivos imaginados pelo artista e reinterpretados através de símbolos imagéticos, de modo que a experiência sinestésica dos sons e imagens oferece uma experiência bidimensional. A característica sinestésica do álbum visual, portanto, é um dos aspectos mais relevantes do formato, por permitir uma expansão sensorial de sentidos que afeta não apenas o ouvinte, mas sim o ouvinte espectador da obra.<sup>101</sup>

Contudo, se observarmos as experimentações da cultura pop a partir do século XXI, detectamos uma progressiva adesão a este formato interpolado audiovisual, justificada em grande parte por decorrência da difusão da internet e da ampliação das plataformas digitais voltadas para criação e compartilhamento de conteúdo audiovisual como o *Myspace* (2003), *Vimeo* (2004), *Youtube* (2005), *Spotify* (2006), *Deezer* (2007), *Instagram* (2010), *Tidal* (2014), *Tik Tok* (2016) entre outros. Posto isto, os autores Vecchia e Iuva (2017), apontam que a popularização do álbum-visual se consolida na cultura virtual.

(...) os álbuns visuais e a *web* estabeleceram entre si profundas relações de produção, circulação e consumo, uma vez que a cultura cibernética modifica os modos de interação e de intermediações entre público consumidor e produtores. O álbum visual é compreendido, portanto, enquanto um produto híbrido, produzido pelo artista para o seu grupo de fãs de forma direta, sem intermediações externas à relação artista/consumidor, presente em outras relações na indústria cultural.<sup>102</sup>

Como já visto anteriormente, o percurso de experimentação deste formato transpassa obras filmicas e *videoclípticas* como *A Hard Day's Night* (1964), *Help!* (1965), *Yellow Submarine* (1968), *Abba: The Movie* (1977), *Eat to Beat* (1979), *The Wall* (1982), *Purple Rain* (1984), *Moonwalker* (1988), *Interstella 555* (2003), *Runaway* (2010) e *Self -Titled* (2013) pode ser visto como uma prefácio para o seu consagrado álbum-visual *Lemonade* (2016), de Beyoncé.

### **3.1.5 Lemonade – 2016**

Em 23 de abril de 2016, Beyoncé lançou o filme *Lemonade* na HBO. Com cerca de 65 minutos de duração, o álbum-visual registrou cerca de 787 mil espectadores em sua

---

<sup>101</sup> Vecchia e Iuva, 2017, p.10.

<sup>102</sup> Vecchia e Iuva, 2017, p.10.

primeira transmissão oficial no canal televisivo. Sua ordenação narrativa é distribuída em 11 atos que simbolizam as fases do luto, em uma estrutura semelhante ao longa-metragem *Vivre Sa Vie* (1962) do cineasta francês Jean Luc-Godard.

*Intuition (Intuição), Denial (Negação), Anger (Ira), Apathy (Apatia), Emptiness (Vazio), Accountability (Prestação de Contas), Reformation (Reforma), Forgiveness (Perdão), Ressurrection (Ressurreição), Hope (Esperança) e Redemption (Redenção)* constroem o percurso de Beyoncé pelas fases do luto, em uma narrativa que referencia o *Modelo de Sofrimento Kübler-Ross*, ensaio desenvolvido pela psiquiatra suíça Elisabeth Kübler-Ross, pioneira em estudos com pacientes terminais e seus familiares, buscando compreender a iminência da morte. Os Cinco Estágios do Luto publicados em seu livro *On Death and Dying* (1969), descrevem tais experiências, classificando-as em fases como Negação, Ira, Negociação, Depressão e Aceitação.

Em uma espécie de catarse, o público é apresentado a uma versão vulnerável de Beyoncé, envolta no labirinto de sentimentos que o processo de luto pode causar. A narrativa desvela-se em elementos abstratos que sugerem desde o declínio de um relacionamento amoroso, às construções familiares, passando por questões etnográficas de aceitação e representação. A traição que vai sendo revelada no desenrolar de cada ato, se conglopera a outros elementos externos de composição, como as poesias adaptadas da poeta somaliana Warsan Shire e trechos discursados pelo ativista Malcolm X em sua luta pelo movimento negro nos Estados Unidos. Em uma concepção empiricamente intimista, *Lemonade* retrata um grito de revolta da cantora – do alto de seu privilégio enquanto fenômeno pop – contra todas as formas de preconceito, segregação, injustiça e racismo vivenciadas pela população negra, sobretudo, as mulheres, enquadrando-se também como um protesto negro feminista, reforçados pelos poemas de Warsan Shire.

Nesse sentido, *Lemonade* pode ser compreendido como um manifesto intrínseco e tangível da evolução de Beyoncé enquanto mulher negra e, sobretudo, da aceitação sobre seu lugar de fala. Beyoncé emerge e submerge nesta epopeia audiovisual de exaltação às culturas africanas em formato de fábula, como apontam Vecchia (2017) e Okoroafor (2016): “uma obra constituída para um consumo na sua integralidade (e não em partes), característica essencial do álbum visual.”<sup>103</sup>

*Lemonade* é uma fábula sobre percorrer uma jornada de autoconhecimento e cura, com o qual todas as mulheres do mundo podem se identificar, ao mesmo

---

<sup>103</sup> Vecchia (2017, p, 9)

tempo em que aborda as complexidades das mulheres afro-americanas com um foco direto nas dificuldades enfrentadas pela própria cantora. (...) A ode de Beyoncé à arte e às culturas negras não estão, no entanto, limitadas a traduções da história negra na América e nos desafios que essas pessoas - ainda marginalizadas - enfrentam nos dias atuais. As influências do tribalismo e das práticas culturais africanas - que Beyoncé, em última instância, celebra - também são temas proeminentes em *Lemonade*.<sup>104</sup>

Ao se identificar e se espelhar como uma mulher negra fixada em uma indústria de entretenimento predominantemente gerida por homens brancos, Beyoncé levantou inúmeros debates sociopolíticos e interraciais acerca da representatividade negra e feminista na música pop. A formulação artística de *Lemonade* nos apresenta e nos insere nas matrizes da cultura africana através da estética sonora e visual. Beyoncé explora a potencialidade feminina de maneira corpórea, por meio da representação quase magnética das personagens que constroem o cenário social antirracista. Por intermédio de cores, figurinos, planos, enquadramentos, movimentos, discursos, poesias e recortes históricos, *Lemonade* reforça a importância da mulher negra na sociedade americana e fora dela. Nessa perspectiva, Vecchia (2017) aponta que “a força narrativa do álbum reside justamente na complexa rede que se constrói através de símbolos e signos visuais e sonoros, cujos sentidos políticos, sociais, culturais e pessoais explodem em sinergia incandescente.”<sup>105</sup>

No curta-metragem da faixa *Formation*, Beyoncé denuncia o racismo atravessando uma abordagem que aponta o descaso com a população negra após o Furacão Katrina (2005), a segregação racial, o assassinato do *influencer* negro Messy Mia, o abuso de poder policial e a herança escravocrata no Sul dos Estados Unidos. Ainda no mesmo videoclipe, a cantora relembra as mães do movimento *Black Lives Matter*.

Na sequência do lançamento de *Lemonade*, a apresentação de Beyoncé no *Super Bowl (2016)* ficou marcada como mais um momento político da cantora, após as homenagens ao grupo Panteras Negras e ao ativista Malcolm X. A performance acabou gerando críticas dentro da própria indústria de entretenimento, como na sátira *The Day Beyoncé Turned Black (O Dia em que a Beyoncé Virou Negra)* exibida no programa humorístico *Saturday Night Live*, em 2016. O vídeo reproduz um ambiente apocalíptico em que a população branca descobre a negritude de Beyoncé e se choca com esta realidade. Cox (2016), defende que *Lemonade* estabelece uma nova leitura narrativa para os álbum-visuais:

---

<sup>104</sup> Okoroafor (2016) Tradução nossa.

<sup>105</sup> Vecchia (2017, p. 9)

Se você quer uma prova de que *Lemonade* é um revolucionário passo adiante, você só precisa dar uma olhada no que as pessoas estão escrevendo sobre ele. Críticos estão escrevendo sobre a primeira vez em que eles "assistiram" a um álbum, aonde antes eles poderiam apenas escrever sobre "ouvir" um álbum; outros estão forçando a si mesmos a escrever sobre a música e sobre os visuais em separado. Nenhum outro álbum recente justificou este tipo de delimitação, e esse é o aspecto mais emocionante sobre *Lemonade*: ele está estabelecendo um novo padrão para uma narrativa pop em sua mais alta escala.<sup>106</sup>

Nessa perspectiva, os *MTV Music Awards* – premiação de maior instância nos videoclipes – legitimou o álbum-visual como gênero a partir da criação da categoria *Breakthrough Long Form Video*<sup>107</sup> em 2016. Dentre os indicados, estavam os álbum-visuais: *Purpose: The Movement* (Justin Bieber), *The Odissey* (Florence + The Machine), *Royalty* (Chris Brown), *Lemonade* (Beyoncé) e o curta-metragem *Blue Neighbourhood* baseado em 3 faixas do álbum homônimo de Tove Sivan. Beyoncé saiu da premiação com 7 estatuetas associadas ao projeto *Lemonade*, vencendo as seguintes categorias: *Vídeo do Ano*, *Melhor Vídeo de Pop*, *Melhor Coreografia*, *Melhor Cinematografia*, *Melhor Direção*, *Melhor Edição* para *Formation*; *Melhor Vídeo Feminino* para *Hold Up* e *Vídeo em Longa-Metragem*, para o projeto na íntegra.

A criação de uma categoria que incorpora os álbum-visuais dentro da conjuntura pop dos VMA, sinaliza uma consagração de extrema relevância na desconstrução de paradigmas acerca dos videoclipes e na consolidação do álbum-visual como gênero definido a partir de suas próprias nuances, como Vogler (2016) notabiliza:

Embora álbuns visuais tenham existido conceitualmente desde a metade do século passado, nós nunca definimos do que estes álbuns consistiam realmente. A nova categoria criada pelo VMA - "Breakthrough Long Form Video" – é um testemunho do impacto cultural do álbum *Lemonade*, e nos dá uma oportunidade de entender e apreciar como os álbuns visuais evoluíram ao longo do tempo.<sup>108</sup>

Estrella (2016) distingue o álbum-visual como um espaço de experimentação criativa, onde artistas e bandas possuem certa autonomia sobre o conteúdo produzido.

---

<sup>106</sup> Cox (2016) Tradução nossa.

<sup>107</sup> Vídeo Inovador em Formato Longo, tradução livre.

<sup>108</sup> Vogler (2016) Tradução nossa.

A visualização de um álbum inteiro, então, é um empreendimento criativo desafiador. Que narrativa amarra o todo? Que imagens são consistentes e esteticamente apropriadas para a música? É uma chance para os músicos e cantores provarem as suas visões criativas, explorarem as suas próprias profundidades, se conectarem com as pessoas e assumirem um completo controle sobre o que estão produzindo.<sup>109</sup>

Beyoncé assume uma estética narrativa seriada, transitando entre épocas e discursos em um fluxo quase imperceptível, onde o espectador é conduzido de um cenário monocromático à um cenário vibrantemente colorido; do salto em queda livre ao mergulho sufocante de si mesma; das correntes matrimoniais à libertação feminina; das militâncias contemporâneas à ancestralidade familiar; do pop ao country; do hip-hop ao gospel; da submissão à insubordinação; do passado ao futuro; da água ao fogo; do pessoal ao impessoal: tudo isto constrói uma fábula transversal e múltipla nas suas leituras.

O título do filme, que traz uma possível alusão ao dito popular “se a vida lhe der limões, faça uma limonada”, evoca o espírito de resiliência presente nos estágios do luto. Nesse sentido, *Lemonade* (2016) emprega-se da intertextualidade presente na psicologia, na história, na literatura, na música e no audiovisual para visibilizar a luta do movimento negro, direcionado pelo prisma do empoderamento feminino de Beyoncé.



Figura 42 - Lemonade de Beyoncé – 2016

---

<sup>109</sup> Estrella (2016) Tradução nossa.

### 3.1.6 Reconstrução – 2019

Após um hiato de um ano e quatro meses na carreira, o artista brasileiro Tiago Iorc surpreendeu os fãs na madrugada do dia 05 de abril de 2019, com o lançamento do álbum-visual *Reconstrução*, na plataforma Youtube. O filme criado e dirigido por Tiago Iorc e Rafael Trindade, narra as fases de um relacionamento em 13 capítulos, que constroem uma linha do tempo protagonizada pelo cantor e pela modelo Michelle Alves, cuja atuação no álbum-visual revelou um grande talento.

O álbum reflete o período sabático que Tiago Iorc vivenciou em uma comunidade alternativa no interior do estado de Goiás, onde ficou “desaparecido” das lentes e das redes sociais por mais de um ano. Após se consagrar como artista pop no *Grammy Latino* e sentir que o sucesso havia fugido do seu controle, o músico publicou um comunicado de afastamento em suas redes sociais. Em sua última publicação no Instagram, Tiago professava um sentimento de nostalgia com a despreensão do início da carreira ao mesmo passo em que sentia o peso da fama e da falta de privacidade:

(...) Hoje me vi sem medo e senti saudade. Ou teria eu sentido medo de não sentir medo? Hoje me vi sem certezas e me senti velho. Somente o velho não consegue ter certeza do que é sonho. Concluí que um descanso vai me fazer bem. Me ausentar dessa nossa vida instagrâmica que nos consome e me permitir viver sem calcular tanto, me descobrir em novos medos, voltar a ter certeza do que é improvável. É só pra isso que sigo nessa vida. Sei que devo isso àquele Tiago ali, de 2007. E a vocês também. Todo meu amor. Até já já.<sup>110</sup>

A interrupção inesperada que apontava para o fim da carreira em ascensão do ídolo pop, se transformou em solo criativo para as 13 faixas que compõem o álbum: *Desconstrução, Hoje Lembrei do Teu Amor, Deita Nessa Cama, Fuzuê, Faz, Tangerina, Laços, Nessa Paz Eu Vou, Tua Caramassa, Me Tira Para Dançar, A Vida Nunca Cansa, Bilhetes e Sei*.

Logo na abertura do álbum-visual, uma cartela apresenta a obra como “Um Filme de Tiago Iorc e Rafael Trindade”, anunciando que a narrativa visual propende para uma estética cinematográfica. O primeiro videoclipe *Desconstrução* traz um indicativo à obra de Chico Buarque, *Construção* (1971). Ambas criticam a alienação da sociedade diante das insignificâncias: Chico Buarque retrata a invisibilidade e a morte dos trabalhadores de massa diante de uma cidade que não pode parar, enquanto Tiago Iorc

---

<sup>110</sup> Iorc (2018) Publicação no Instagram em 07 de janeiro de 2018.

descreve a solidão da invisibilidade que se esconde por trás do excesso de visibilidade das redes sociais. Ao se encarar no espelho, a personagem incorpora a retórica da música. Com movimentos corporais delicados e expressões faciais intensas, Michelle Alves protagoniza o álbum-visual como figura central de todos os videoclipes.



Figura 43 - Reconstrução - Tiago Iorc – 2019

Em síntese, o álbum-visual pode ser lido como um conto de amor líquido que beira o erotismo e a fragilidade de um casal em uma linha tênue, suavizada pelo arco narrativo que se constrói em cima de uma série de planos e enquadramentos que vão se desencadeando em um fluxo contínuo das imagens e movimentos que oferecem ao espectador o seu próprio lugar de participação no filme. Nogueira (2010) destaca a importância do planejamento na composição de uma obra audiovisual, algo que pode ser transposto para o videoclipe:

Um plano tem sempre uma justificação, mesmo que esta seja aparentemente oculta. Ele resulta de uma ou várias escolhas, mesmo se inconscientes. Se se trata de uma obra narrativa, convém conhecer os momentos decisivos da história, perceber a importância da clareza e da continuidade do discurso, entender a relevância dramática de uma imagem. Se se trata de uma obra experimental, convém perceber as incidências formais do plano, a sua autonomia, o seu tempo, a sua densidade. Entre outras coisas. . .<sup>111</sup>

Carvalho (2008) aponta para uma particularidade na concepção narrativa dos videoclipes, em um compasso próprio.

---

<sup>111</sup> Nogueira (2010, p. 7)

A chave de acesso ao videoclipe não está nas narrativas habituais do cinema e da televisão, porque encontra-se no ritmo, ou seja, numa narratividade construída a partir do encontro tensivo entre ritmo musical e ritmo imagético. (...) O ritmo, no videoclipe, não é nem especificamente sonoro, nem visual.<sup>112</sup>

No que concerne ao álbum-visual *Reconstrução* (2019) apresenta alguns fatores de composição que são decisivos para identificar sua estética. Os figurinos de Tiago e Michelle são os mesmos da primeira à última faixa, dando a ideia de que a história de amor dos dois, ocorre no mesmo espaço de tempo. Alguns objetos cênicos como as fotografias em câmera instantânea, o espelho no cômodo vazio e os manequins nus se repetem em videoclipes diferentes, reconstituindo a memória do espectador acerca da narrativa. A cena inicial do videoclipe *Laços* com a protagonista se olhando no espelho, denota uma continuidade com o videoclipe *Desconstrução*. O mesmo cenário usado em *Desconstrução* e *Laços* com os manequins, é usado como pano de fundo em *A Vida Nunca Cansa*. Do mesmo modo, *Bilhetes* se reconecta com *Desconstrução* e *Hoje Lembrei do Teu Amor*, através das fotografias que reconstituem a memória.

Oliveira Jr (2010) defende que “a câmera e sua mobilidade ampliam os recursos expressivos, potencializando a dramaticidade dos fatos e dos gestos”<sup>113</sup> Nesse sentido, a dinâmica de planificação e montagem proposta pelos realizadores Tiago Iorc e Rafael Andrade para o álbum-visual oferece ao espectador uma gama de experiências narrativas complexas, indo ao encontro da exposição de Nogueira (2010):

Em qualquer caso, devemos necessariamente pensar a composição do plano, a perspectiva que oferece, as proporções que estipula, as hierarquias que instaura, pois o que aparece numa imagem não deve ser indiferente. Há questões de escala, questões de profundidade, questões de associação e justaposição. E de articulação: a montagem introduz novos níveis de complexidade para as imagens, outros sentidos, outras verdades, até certas mentiras. Em todo o caso, e de qualquer modo, são sempre ideias que são colocadas em jogo no cinema, através da planificação e da montagem, como através dos movimentos das personagens ou da câmara. Podemos ainda pensar na relação entre palavras e imagens, entre ideias e objectos, entre o abstracto e o concreto. Para todas estas operações intelectuais – exigentes como o são – a planificação e a montagem, dependendo dos géneros e dos estilos, das tradições ou das subversões,

---

<sup>112</sup> Carvalho (2008, p. 11)

<sup>113</sup> Oliveira Jr (2010), p. 10)

oferecem as condições necessárias para um discurso cinematográfico abrangente e exigente.<sup>114</sup>

O álbum-visual *Reconstrução* (2019) não foi a primeira experiência do músico Tiago Iorc como realizador de suas próprias obras. O cantor assina como diretor em outros videoclipes como: *Story of a Man* (2012), *Um Dia Após o Outro* (2013), *Dia Especial* (2015), *Coisa Linda* (2015), *Amei Te Ver* (2015), *Bang* (2016), *Mais Bonito Não Há* (2017) e recentemente, o videoclipe *Você Pra Sempre em Mim* (2020). Uma marca do artista presente em sua filmografia é o uso do plano-sequência. Em 2016, o cantor dirigiu e protagonizou seu próprio filme *Troco Likes Ao Vivo – Um Filme de Tiago Iorc*, produzindo algo inédito no Brasil: um longa-metragem em plano-sequência, como um registro ao vivo de sua turnê *Troco Likes*. Tais obras consolidam o domínio cinematográfico do cantor no que diz respeito à sua obra audiovisual. Tiago Iorc sabe o que está produzindo e para quem está produzindo, quando imprime sua identidade visual em sua discografia.

A natureza de *Reconstrução* (2019) é efetivamente marcada pela estética do plano-sequência. Dos 13 videoclipes que constituem o álbum-visual, 7 deles são plano-sequência: *Hoje Lembrei do Teu Amor*, *Tangerina*, *Nessa Paz Eu Vou*, *Tua Caramassa*, *Me Tira Pra Dançar*, *A Vida Nunca Cansa* e *Sei*. No videoclipe *Hoje Lembrei do Teu Amor*, o plano-sequência passeia pelo cenário com uma câmera subjetiva que por vezes faz o papel de um terceiro personagem, o espectador. O videoclipe adota uma narrativa não-linear que vai e volta na história, sem cortes aparentes, coordenados pelas transições do movimento de câmera, em uma proposta similar ao videoclipe *Amei Te Ver* (2015).

Ainda nessa abordagem, Machado (2007), assinala que “o plano sequência, dotado de fluência e continuidade, substitui a intervenção fragmentadora da montagem, que foi hegemônica em outros tempos,”<sup>115</sup> como procuramos explicitar adiante através do pensamento do plano-sequência, exposto por André Bazin, a seguir.

A principal característica do plano-sequência é exibir a ação do filme em sua totalidade, sem cortes na cena. Usualmente, quando algum personagem, objeto ou detalhe precisa aparecer em destaque, a câmera se move até ele, enquadrando o elemento dentro do plano. Mas a proposta fundamental do plano-sequência é registrar a realidade em seu movimento contínuo. O realismo permitido pelo plano-sequência é a dinâmica que desperta para a linha entre o espectador e a obra, quando tira o espectador do olhar

---

<sup>114</sup> Nogueira (2010, pp. 7-8)

<sup>115</sup> Machado (2007, p. 62)

observador e o coloca no lugar de testemunha da cena, experimentando uma realidade que poderia ser a dele. Além disso, o espectador se torna também crítico daquilo que se propõe a ver, uma vez que as imagens que ele vê na tela decorrem de maneira fidedigna às ações realizadas, em tempo real. “Pela primeira vez, a imagem das coisas é também a de sua duração”.<sup>116</sup>

A teoria do plano-sequência pensada pelo crítico francês André Bazin rejeita o corte que divide o espaço e o tempo em que a narrativa acontece, definindo o plano-sequência como um trunfo do cinema moderno, onde a duração dos acontecimentos está presente na captação das imagens, respeitando a temporalidade dos fatos. Na decupagem clássica, esta análise não seria possível, pois o espectador está condicionado a ver somente aquilo que o diretor determina, através da montagem objetiva, onde todos os elementos já estão significados pela atenção dirigida. Entretanto, no plano-sequência o espectador é inserido dentro do filme como um elemento real, onde ele próprio ressignifica as imagens que percebe. A emancipação do espectador acontece quando o objetivismo de uma obra cinematográfica é destituída pela montagem neorrealista, na qual os planos-sequência contam histórias sem fragmentação do tempo e do espaço. Não cabe mais ao diretor selecionar os detalhes considerados importantes na cena, eles são oferecidos ao espectador em sua totalidade e cabe a ele, dar a relevância dramática e decupar a cena dentro da sua própria perspectiva, do seu olhar analítico (quando o espectador percebe um personagem escondido na cena, que não está evidenciado pela montagem). A fragmentação daquilo que é visto é limitada ou nula para que a ação dramática seja compreendida de melhor forma.

O papel da câmera na narrativa do plano-sequência no cinema é essencial para a introdução do espectador no filme. A escolha da câmera fixa ou em movimento é o que permite ao espectador participar da *mise-en-scène*, pois a câmera se torna o seu próprio olhar, seu próprio corpo em movimento naquele cenário, tornando-se *voyeur* de uma realidade fictícia. Para Bazin (2014), “o cenário, a iluminação e o ângulo dão uma legibilidade diferente. Na superfície da tela, o diretor e o câmera souberam organizar um tabuleiro de xadrez dramático, do qual nenhum detalhe é excluído.”<sup>117</sup>

O realismo oferecido pelo plano-sequência no cinema moderno tira o espectador da zona de conforto ao qual ele foi conduzido pelo cinema clássico. Esse advento traz a conscientização de que o cinema precisa de um espectador para existir, reflexionar e repercutir. Nessa perspectiva, o artista Tiago Iorc introduz o público ao seu filme *Troco Likes – Ao Vivo* (2016) por meio da narração que apresenta o espectador à obra.

---

<sup>116</sup> Bazin (2014, p. 33)

<sup>117</sup> Bazin (2014, p. 115)

(...)Como é que se registra um momento? Como é que se registra um momento tentando manter a singularidade da sensação que é viver esse momento? Eu fiquei pensando nisso porque a minha maior vontade era fazer com que as pessoas que não fossem ao show naquele dia, pudessem ter a sensação de estar lá. Daí veio a vontade de fazer um plano-sequência, de fazer um vídeo sem cortes, justamente pra eternizar o que seria vivido ali naquele momento sem a possibilidade de distração, de correção ou de refação. Obviamente que junto com a ideia do plano-sequência, vieram as questões todas do risco de se fazer um plano-sequência num show ao vivo, porque qualquer coisa que desse de errado na captação de som, na câmera, na luz, no violão, na minha voz, no gerador de energia, no público, enfim...qualquer coisa que interrompesse aquele momento, implicaria em ter que começar a filmagem de novo, tudo de novo, do zero. Então fez sentido pensar nesse registro como um filme e o primeiro passo foi construir um roteiro. A base desse roteiro foram as canções - música por música - a narrativa foi sendo construída e os detalhes de movimento de câmera, de enquadramento, de iluminação, foram pensados pra contar a história, a própria limitação de ter uma única câmera filmando, deu a oportunidade de pensar nessa câmera como um personagem, como alguém que tivesse ali, a câmera se tornou um ponto de vista, um espectador privilegiado que pôde passear por todo o espaço sem corromper o que estava acontecendo.”<sup>118</sup>

Como citado pelo próprio realizador do projeto, nesta experimentação, o uso do plano-sequência é uma escolha estratégica que visa a inserção do espectador como personagem vivo no espetáculo. O público deixa de ser apenas um observador distante e se torna então plateia interativa da apresentação, com o bônus de poder vivenciar esse momento *on demand*, do sofá de casa. Entretanto, ao admitir que há um roteiro pensado por trás da narrativa, o idealizador da obra se contradiz no que diz respeito ao lugar do espectador ativo (os que estavam lá no momento da ação) e interativo (os que assistiram no cinema ou assistem nas plataformas digitais) no fluxo real das ações, uma vez que estas foram previamente planejadas e ensaiadas. Nesse sentido, podemos interpretar *Troco Likes - Ao Vivo* como um álbum-visual em plano-sequência.

### **3.2 Para uma definição do álbum-visual: exemplos e características**

Estrella (2016) aponta as dificuldades de categorizar o álbum-visual, devido ao seu aspecto inovador e metamórfico dentro da cultura digital: “De modo geral, a ideia por

---

<sup>118</sup> Transcrição do depoimento de Tiago Iorc para o filme *Troco Likes Ao Vivo – 2016 – Som Livre – Slap*.

trás do álbum visual é - surpreendentemente – um conceito relativamente novo. Não há uma lista definitiva sobre os trabalhos que podem ser classificados como tais.”<sup>119</sup>

Tendo em vista que os filmes – entendidos como precedentes dos álbum-visuais – *A Hard Day’s Night* (1964), *Help!* (1965), *Yellow Submarine* (1968), *Abba: The Movie* (1977), *The Wall* (1982) entre outros, foram produzidos pelo cinema e para o cinema, enquanto produções como *Pode Entrar* (2009), *Runaway* (2010), *Lemonade* (2016), *Kisses* (2018), *Nós Voz Eles* (2018) e *Reconstrução* (2019) foram realizados pelas novas mídias e para as novas mídias (televisão e internet), confere-se ao álbum-visual particularidades que o vão caracterizando como formato audiovisual, sendo a principal delas: o tempo de duração, aspecto que ao diferenciá-lo do videoclipe, acaba por aproximá-lo do cinema convencional. Sendo assim, propomos, para efeitos de sistematização e categorização, catalogar as obras que entendemos por álbum-visual, em um levantamento realizado até junho de 2020.

Tabela 3 – Listagem de Álbuns-Visuais

<b>Título</b>	<b>Artista</b>	<b>Ano</b>
<b>A Hard Day’s Night</b>	The Beatles	1964
<b>Help!</b>	The Beatles	1965
<b>The Magical Mystery Tour</b>	The Beatles	1966
<b>Yellow Submarine</b>	The Beatles	1968
<b>Pink Floyd: Live at Pompeii</b>	Pink Floyd	1972
<b>Abba: The Movie</b>	Abba	1977
<b>The Wall</b>	Pink Floyd	1982
<b>Purple Rain</b>	Prince	1984
<b>Fight for Your Right</b>	Bestie Boys	1986
<b>Moonwalker</b>	Michael Jackson	1988
<b>The Line, The Cross &amp; The Curve</b>	Kate Bush	1993
<b>InterStella 5555</b>	Daft Punk	2003
<b>Pode Entrar</b>	Ivete Sangalo	2009
<b>Runaway</b>	Kanye West	2010
<b>ODDSAC</b>	Animal Collective	2010
<b>Scenes From the Suburbs</b>	Arcade Fire	2011
<b>Esperando</b>	Lulacruza	2011
<b>BEYONCÉ (Self-Titled)</b>	Beyoncé	2013
<b>Faroeste Caboclo – O Filme</b>	Legião Urbana	2013

<sup>119</sup> Estrella (2016) Tradução nossa.

<b>Happy</b>	Pharrell Williams	2013
<b>A Color of Map the Sun</b>	Pretty Lights	2013
<b>Tropico</b>	Lana Del Rey	2014
<b>The Young Blood Chronicles</b>	Fall Out Boy	2014
<b>The Reflektor Tapes</b>	Arcade Fire	2015
<b>Blue Neighbourhood</b>	Troye Sivan	2015
<b>M3LL155X</b>	FKA	2015
<b>Endless</b>	Frank Ocean	2016
<b>Lemonade</b>	Beyoncé	2016
<b>Fire Dust</b>	Tove Lo	2016
<b>Troco Likes – Ao Vivo</b>	Tiago Iorc	2016
<b>The Odyssey</b>	Florence + The Machine	2016
<b>Thats Desire / Here We Are EP</b>	Fragile, Wolfgang Tillmans	2016
<b>Fire Fade</b>	Tove Lo	2017
<b>Double Douchess: Seeing Double</b>	Fergie	2017
<b>Billy Star</b>	Kevin Abstract	2017
<b>CheckMate</b>	Anitta	2017
<b>Dua Lipa</b>	Dua Lipa	2017
<b>X Infinity Tour</b>	Watsky	2018
<b>Dirty Computer</b>	Janelle Monáe	2018
<b>Blue Lips</b>	Tove Lo	2018
<b>Palo Santo</b>	Palo Santo	2018
<b>AnaVitória</b>	AnaVitória	2018
<b>Nos Voz Eles</b>	Sandy	2018
<b>Kisses</b>	Anitta	2019
<b>When I Get Home</b>	Solange Knowles	2019
<b>K-12</b>	Melanie Martinez	2019
<b>Reconstrução</b>	Tiago Iorc	2019
<b>Guava Island</b>	Donald Glover e Rihanna	2019
<b>HomeComing – A Film by Beyoncé</b>	Beyoncé	2019
<b>Todos os Cantos</b>	Marília Mendonça	2019
<b>Becky G</b>	Becky G	2019
<b>Drik Barbosa</b>	Drik Barbosa	2019
<b>Jesus is King</b>	Kanye West	2019
<b>La Vita Nuova</b>	Christine and the Queens	2020

<b>After Hours</b>	The Weeknd	2020
<b>Twenty Four</b>	Jonathan Ogden	2020
<b>People</b>	Jonathan McReynolds	2020

Portanto, definir a complexidade do álbum-visual dentro da cultura digital ainda é um grande desafio, dado ao fato de que “o formato carrega marcas próprias de constituição, produção e estruturas mais ou menos consolidadas em algumas instâncias de reconhecimento e legitimação, bem como traços estilísticos e estéticos próprios que os diferenciam de outras obras.”<sup>120</sup>

Como objetos de estudo contemporâneos da última década (2010 – 2020), *Lemonade* e *Reconstrução* assumem um caráter de experimentação, que possibilita a conexão entre o artista, a obra e o público. Com um tripé de sustentação construído a partir de experiências sabáticas e genuínas, estes álbum-visuais estão imbuídos de inflexões e reflexões interiores que se exteriorizam em uma extensão audiovisual. Embora ainda seja difícil conceituá-lo, é notável que ele eleva os níveis de exploração artística a outro estágio.

É possível perceber também um aspecto de ressurreição nos álbum-visuais de Beyoncé e Tiago Iorc, dadas as circunstâncias em que ambos se desenvolvem. *Lemonade* e *Reconstrução* nascem após experiências pessoais de imersão dos artistas em seus conflitos internos, exteriorizados para o mundo através da arte. Dotados de uma estética visceral e por vezes catártica, “a limonada” de Beyoncé e a “reconstrução” de Tiago Iorc carregam o espírito de resiliência no sentido do próprio título, atribuindo aos artistas, a expectativa de serem vistos por um prisma mais empático e menos mítico por parte do público. Para Vecchia e Iuva (2017), o álbum-visual contemporâneo apropria-se da proposta dos videoclipes, ao fazer uso de “linguagens visuais específicas que transitam pelo cinema, pela televisão, pelo vídeo, e modos de circulação e consumo específicos e intrínsecos ao formato que encontra no fã a figura ideal.”<sup>121</sup>

Contudo, vale ressaltar que tanto Beyoncé quanto Tiago Iorc são artistas que se consolidaram já na era digital, sob a prerrogativa da internet, diferentemente dos The Beatles, Pink Floyd, Prince, Legião Urbana e outras bandas que surgiram antes desta tecnologia. Sendo assim, apesar de se mostrar atemporal, o álbum-visual também imprime uma certa cronologia que acompanha as alterações nos modos de produzir e consumir conteúdo audiovisual, sobretudo os que importam e exportam a música.

<sup>120</sup>Vecchia e Iuva (2017, p. 13)

<sup>121</sup>Vecchia e Iuva (2017, p. 14)

Vecchia e Iuva (2017) destacam que “os álbuns visuais estão transformando as relações de produção nas indústrias culturais, miscigenando estruturas e hibridizando formas de expressão artística em conceitos estéticos de projetos visuais, ressignificando as camadas dimensionais das obras audiovisuais na cultura pop.”<sup>122</sup> Tais transformações podem ser percebidas em diferentes “camadas de identificação” nos álbum-visuais contemporâneos, como propomos descrever abaixo:

- **Extensão do Formato:** a extensão do álbum-visual é a principal característica que o diferencia dos videoclipes tradicionais, ao mesmo passo em que o aproxima do cinema. Independentemente se ele assume possibilidades de curta-metragem, filme ou documentário, o tempo de duração do álbum-visual é geralmente superior ao tempo de duração do videoclipe.

- **Hibridismo e Remediação:** a segunda camada de identificação dos álbuns-visuais incide aos padrões heterogêneos que este produz ao empregar técnicas e estéticas de outros meios audiovisuais como o cinema e a televisão, ao mesmo tempo que imprime seu próprio ritmo em diferentes linguagens narrativas, classificadas como:

a) *Narrativa seriada:* sequência ordenada de videoclipes que se dialogam de alguma maneira, seja por elementos coincidentes (personagens, acontecimentos, figurinos e cenários) ou por uma estética visual uniforme (fotografia, edição e efeitos gráficos)  
Exemplos: *Desconstrução* (2019) do Tiago Iorc e *After Hours* (2020) do The Weeknd.

b) *Narrativa subjetiva:* inserção de depoimentos próprios ou de outrem, durante ou entre os vídeos, por vezes em fábula catártica e com narração na primeira pessoa. O artista se assume como condutor da obra, em uma perspectiva mais intimista.  
Exemplo: *Lemonade* (2016) e *Nós Voz Eles* (2018).

c) *Narrativa alegórica:* ideias abstratas que podem ilustrar uma música, mas também podem apresentar simbolismos próprios, quando referenciam ideologias de interpretação subjetiva.  
Exemplos: *Yellow Submarine* (1968) e *Faroeste Caboclo* (2013).

d) *Narrativa biográfica:* enredo ficcional que se assemelha aos filmes musicais, mas diferencia-se pelo fato de que os artistas interpretam a si próprios.  
Exemplos: *A Hard Day's Night* (1964) e *AnaVitória* (2016).

---

<sup>122</sup>Vecchia e Iuva (2017, p. 14)

e) *Narrativa documental*: registros de espetáculos e apresentações ao vivo, que eventualmente são lançados em mídias de *DVD / Blu-ray* ou exibidos em plataformas online, como o Youtube e a Netflix.

Exemplos: *Troco Likes – Ao Vivo (2016)* e *Home Coming: A Film by Beyoncé (2019)*.

f) *Narrativa interligada*: esse tipo de narrativa interliga videoclipes do mesmo artista ou em alguns casos, de artistas diferentes, através de elementos estéticos que se conectam visualmente, como o efeito *motion-graphic* nos videoclipes do Disclosure.

Exemplos: *Bumbum no Ar (2019)*, de Lia Clarck feat Wanessa, *Coisa Boa (2019)* de Gloria Groove, *LOKO! (2019)* de Wanessa, *Terremoto (2019)* de Lia Clarck feat Gloria Groove e *Rebola (2019)* de Iza feat Gloria Groove & Carlinhos Brown.

- **Lançamento Simultâneo**: o formato de lançamento dos álbum-visuais é outra questão importante de ser observada, pois nota-se que cada vez mais ele tem substituído os esquemas “formais” da indústria fonográfica em que geralmente o *single* era lançado em primeira instância nas plataformas sonoras e o videoclipe, surgia posteriormente como um reflexo do sucesso do *single*. O videoclipe como estratégia promocional, funcionava como um bônus pelo êxito da música. A tática de lançar um videoclipe junto com a música é algo que acompanha o advento do álbum-visual, unificando tanto as estruturas de produção quanto as dinâmicas de divulgação, considerando que, em grande parte dos casos os conteúdos audiovisuais que constituem o álbum-visual são produzidos e promovidos conjuntamente, ainda que sejam idealizados por múltiplos realizadores ou apresentem estéticas dissemelhantes.

No novo mundo das *lives* durante a Pandemia do Covid-19 (2020), observa-se que diversos artistas têm aproveitado a oportunidade de máximo alcance simultâneo para lançar faixas novas e videoclipes produzidos em casa. Em um período de projetos suspensos, a transmissão ao vivo se torna uma nova potencialidade de experimentações para os videoclipes e, sobretudo, para os álbuns-visuais, considerando que o tempo de duração da maioria das *lives* tem extrapolado o tempo médio de qualquer apresentação ao vivo já registrada anteriormente. Chama-se atenção para o mercado musical brasileiro, que atualmente ocupa sete lugares no ranking mundial das 10 *lives* musicais mais assistidas durante a quarentena. Os sertanejos dominam a lista, liderada pela cantora Marília Mendonça, que atingiu o recorde mundial de 3,2 milhões de acessos simultâneos no Youtube no dia 08 de abril de 2020, sentada no sofá de casa. Outro recorde de visualizações foi a *live* dos irmãos Sandy e Junior que, após a segunda separação na carreira, reuniram-se novamente durante o isolamento social, em uma proposta mais intimista e familiar, porém, carregada de melancolia com um repertório nostálgico acompanhado por 2, 5 milhões de acessos simultâneos.

Além da oportunidade de monetização dos próprios artistas, com um aumento perceptível no número de seguidores, *likes*, *views* e patrocinadores, a iniciativa que propõe arrecadar fundos e doações para as vítimas do Covid-19 por meio das megaproduções ao estilo intimista, se tornou uma grande engrenagem na manutenção de muitos postos de trabalho na indústria audiovisual do país.

Considera-se então que a totalidade dos álbuns-visuais analisados até o presente momento associam narrativas e estéticas visuais que se assimilam com a proposta sonora, em uma dinâmica que exprime, representa, recicla, simboliza e posiciona o espectador como a quarta parede da cultura digital. Do mesmo modo, as transformações do videoclipe e seu aspecto empírico como álbum-visual também exploram a capacidade da obra em derrubar a quarta parede, isto significa quebrar o muro ilusório que existe entre o espectador e a interpretação. No sentido brechtiano, a conscientização do espectador sobre a narrativa e a experiência cíclica das músicas, são os mecanismos que diferem o videoclipe da narrativa tradicional do cinema, atribuindo ao álbum-visual a prerrogativa de compreender e explorar esses entendimentos.

## Considerações finais

No decorrer desta jornada acadêmica, percebemos o videoclipe como um tubo de ensaio audiovisual, onde são inseridos elementos distintos que ora se contrastam, ora se unificam em uma cadeia de experimentações que transita em múltiplas escalas de comunicabilidade entre a música, o cinema e a televisão.

No primeiro capítulo percorremos os caminhos do som no cinema desde as primeiras tecnologias de sincronismo até os dispositivos analógicos que combinavam som e imagem, em uma proposta que antecede o videoclipe. Em seguida, analisamos de que modo este fenômeno da cultura pop se destacou como uma ferramenta potencial de marketing na indústria fonográfica, incorporando recursos do cinema, da publicidade e do documentário para se estabelecer comercialmente.

Respondemos à questão 1 – *O que é videoclipe?*, assumindo que o videoclipe é um produto híbrido e morfologicamente diverso na cultura moderna.

No segundo capítulo observamos a consolidação do videoclipe no decurso da massificação da cultura pop nos meios televisivos na Era MTV e posteriormente na internet, espaço de experimentação onde o videoclipe vigora e se expande para outras escalas de produção, como o fenômeno do KondZilla.

No que concerne à dimensão intertextual da letra da música como argumento de roteiro, assentimos que como um produto heterogêneo, o videoclipe pode assumir ou abandonar a ideia da narrativa da letra como argumento de roteiro, de acordo com a proposta artística de cada obra, realizador ou intérprete.

No terceiro e último capítulo, exploramos a amplitude do álbum-visual desde o fenômeno *beatlemaníaco* até o efeito everscente de *Lemonade*, como um rito de passagem que legitimou o álbum-visual na condição de formato audiovisual contemporâneo, reconfigurando assim “a imagem da música.”

Nessa abordagem, concluímos que por se tratar de um produto híbrido, sedimentado a partir de outros precedentes, o álbum-visual intermedia as duas hipóteses, ainda que elas sejam conceitualmente divergentes: o álbum-visual tanto referencia a narratividade dos filmes musicais do século XX como se reinventa a partir das tecnologias digitais do século XXI, renovando a ideia do videoclipe como estratégia

promocional, uma vez que muitos artistas contemporâneos adotaram o álbum-visual como fonte primária de divulgação musical.

Em síntese, esta pesquisa nos possibilitou perceber o videoclipe como protagonista de inúmeros outros fenômenos como a criação dos canais musicais televisivos e a ascensão de novas plataformas digitais. Embora tenha se consolidado na Era MTV, é inegável que o videoclipe hoje preenche, envolve e se apropria de outros espaços midiáticos.

Com a vanguarda das novas mídias, o videoclipe manifesta a propensão que a cultura digital exprime, pautada na confluência entre som e imagem. O monopólio dos meios televisivos sobre o videoclipe já ficou para trás e hoje eles se produzem e reproduzem em múltiplos espaços. Do mesmo modo esse processo de modernização e acessibilidade do videoclipe, permite também uma reação imediata do espectador, não sendo mais viável camuflar ou alterar as percepções e recepções populares. Os *views*, *likes*, comentários, compartilhamentos e *reactions* são os novos termômetros de audiência, conseguindo alcançar rapidamente as gravadoras, artistas, bandas, clubes de fãs e produtores envolvidos na criação dos videoclipes. Nenhuma falha, crítica ou elogio passa despercebido ao olhar crítico e formador dos juízes da internet.

Nessa perspectiva, um novo conceito de hibridismo emerge como uma potencialidade criativa de expressão audiovisual. O videoclipe na cultura digital também marca um ponto de cruzamento entre as relações socioculturais e imprime cada vez mais – ainda que experimentalmente – os vestígios das transformações comunicacionais.

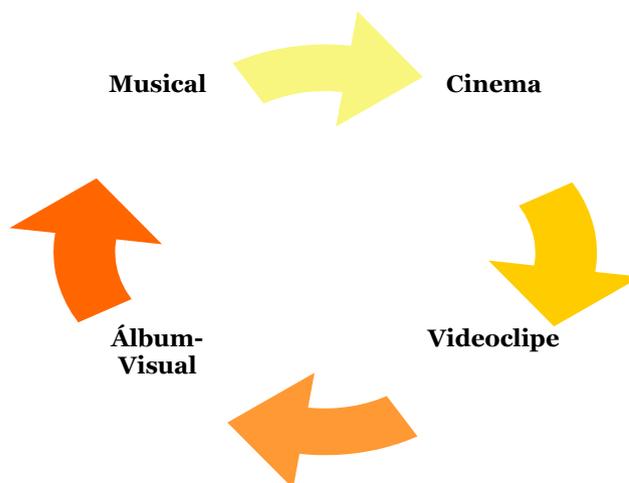
Percebemos que os limites territoriais e iconográficos entre um curta-metragem em formato de videoclipe, um videoclipe em formato de filme ou um filme em formato de álbum-visual ofertam ao espectador uma amplitude de experimentações sensoriais e cognitivas.

Identificamos também as principais iconografias artísticas que contribuíram para nossa compreensão acerca das metamorfoses do videoclipe na cultura digital. The Beatles, Michael Jackson e Beyoncé se destacam como figuras significativas nos processos de criação, construção e transição do principal objeto de estudo desta dissertação, o videoclipe, e seu formato-gêmeo, o álbum-visual.

Assim, após essa longa jornada acadêmica, atribuímos à banda The Beatles um papel fundamental como os criadores do videoclipe e precursores do álbum-visual, com mérito compartilhado com o cineasta Richard Lester. Destacamos também o cantor Michael Jackson como criador dos videoclipes cinematográficos em suas complexas

experiências videoclípticas ao lado de diretores como Martin Scorsese, John Landis e Spike Lee. E por fim, relevamos a cantora Beyoncé pela reinvenção do videoclipe, autenticando o álbum-visual como gênero audiovisual.

A partir dos questionamentos levantados no decorrer do texto, dentre todas as teorias e possibilidades analisadas, apontamos os conceitos de Arte Impura (1991)<sup>123</sup> e de Remediação (1999)<sup>124</sup> como as mais representativas na síntese do que compreendemos por “metamorfoses do videoclipes na cultura digital”. Sendo assim, compreende-se que o cinema musical tenha sido gerado no teatro musical, bem como o videoclipe foi gerado no cinema musical e conseqüentemente, o álbum-visual esteja sendo constantemente gerado no videoclipe e no cinema. Desta forma, o álbum-visual acaba por retomar os primórdios do cinema musical ao concentrar música, dança, cinema e teatro em um processo cíclico de ressignificação que se articula com movimentos anteriores e os reformula dentro da cultura digital contemporânea.



Embora não tenhamos a pretensão de definir ou tipificar em absoluto este gênero, visto que o objeto de estudo possui uma incidência mais expressiva na recente e em constante metamorfose cultura digital, a construção do nosso pensamento crítico até aqui nos leva a considerar o videoclipe como um gênero audiovisual geneticamente mutável, que, assim como um vírus – expressão demasiadamente usada neste momento (Junho, 2020) – pode sofrer alterações por diferentes fatores externos e/ou se transmutar a partir de suas próprias necessidades, notando-se cada vez mais uma autonomia artística dos intérpretes sobre a obra. Seguindo a lógica correspondente, o álbum-visual representa de fato, o resultado da metamorfose desse “vírus”, não sendo possível precisar quando, como e por quais razões este poderá se transmutar novamente para novas morfologias.

---

<sup>123</sup> Bazin (1991)

<sup>124</sup> Bolter e Grusin (1999)

## Anexos

### A Hard Day's Night – The Beatles

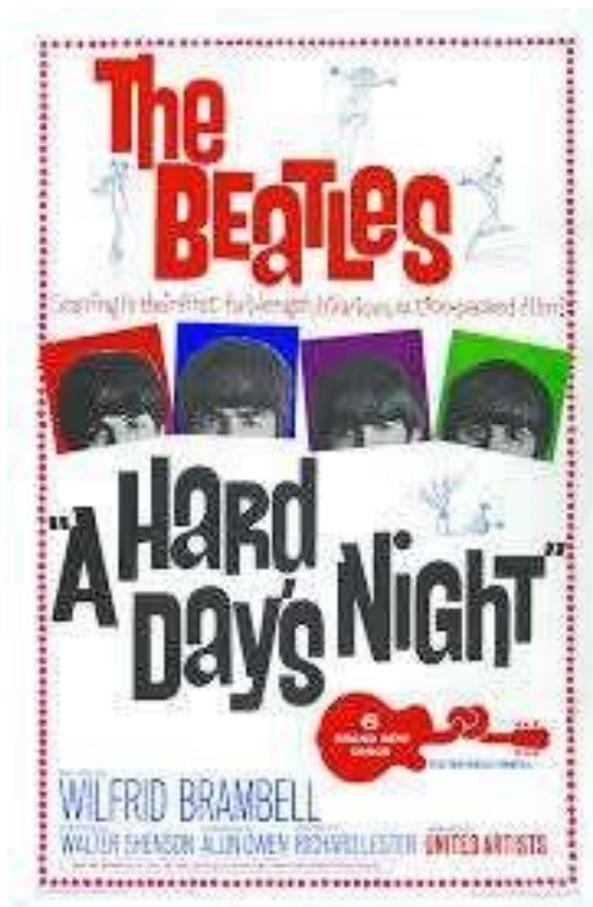


Figura 44 – Pôster de A Hard Day's Night – 1964

**Sinopse:** O ano é 1964 e a Beatlemania está no seu auge. Os quatro rapazes de Liverpool estão a ponto de mudar o mundo da música - se conseguirem deixar o quarto do hotel onde estão hospedados. Enfrentando produtores nervosos, fãs histéricos e parentes problemáticos, Paul, John, George e Ringo buscam de todas as maneiras se divertir e ao mesmo tempo cumprir seus compromissos firmados.

**Direção:** Richard Lester

**Produção:** Walter Shenson

**Roteiro:** Alun Owen.

**Elenco:** George Harrison, John Lennon, Paul McCartney, Ringo Starr, Wilfrid Bambell, Norman Rossington, John Junkin.

## Help! – The Beatles

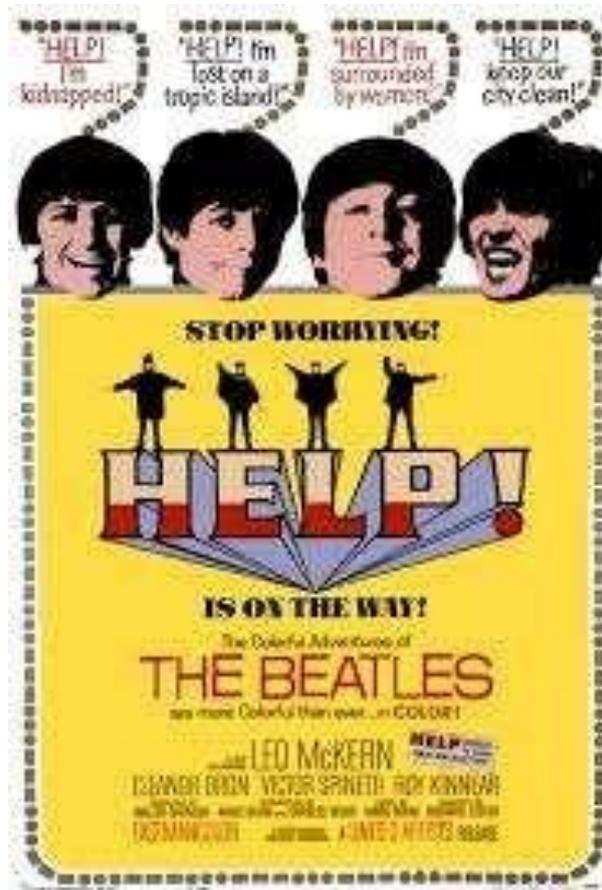


Figura 45 – Pôster de Help! - 1965

**Sinopse:** Ringo Starr possui um anel desejado por membros de um culto indiano e estes iniciam uma perseguição atrás do objeto. Após diversas falhas no roubo do anel, o grupo confronta Ringo em um restaurante indiano. O cantor decide devolver o anel para evitar que sua vida esteja em perigo, mas descobre que a jóia está presa em seu dedo. Com a ajuda de seus colegas da banda The Beatles, John, Paul e George, o artista inicia uma corrida contra o tempo.

**Direção:** Richard Lester

**Produção:** Walter Shenson

**Roteiro:** Marc Behm e Charles Wood

**Elenco:** George Harrison, John Lennon, Paul McCartney, Ringo Starr, Leo McKern, Eleanor Bron, Victor Spinetti.

## Yellow Submarine – The Beatles

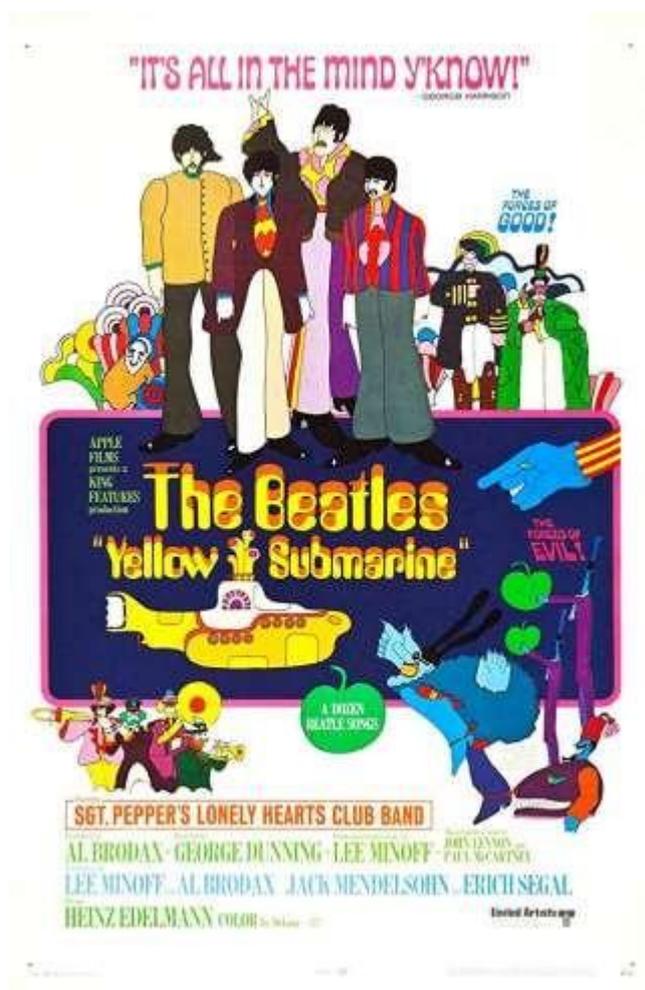


Figura 46 – Pôster de Yellow Submarine – 1968

**Sinopse:** Yellow Submarine conta a história de Pepperland: um paraíso quase terrestre que fica a 80 mil léguas no fundo do mar – uma terra quase sem inverno, onde a brisa leva a toda parte o som da música e das risadas e onde ninguém sente-se só, pois a Banda do Sargento Pepper está sempre tocando a sua música. Até que um dia o Líder dos Maldosos Azuis, que detestava todo tipo de música, decide varrer Pepperland do mapa, deixando-o sem cor e sem som. Mas, navegando em um submarino amarelo e depois de várias aventuras, como navegar pelo mar do Tempo, pelo mar dos Monstros, e o mar dos Buracos, os Beatles chegam para trazer a paz e a música de volta a Pepperland.

**Direção:** George Dunning

**Produção:** Al Brodax

**Roteiro:** Lee Minoff

**Elenco:** Paul Angelis, John Clive, Geoffrey Hughes, Peter Batten, Dick Emery, Lance Percival.

## Faroeste Caboclo – Legião Urbana

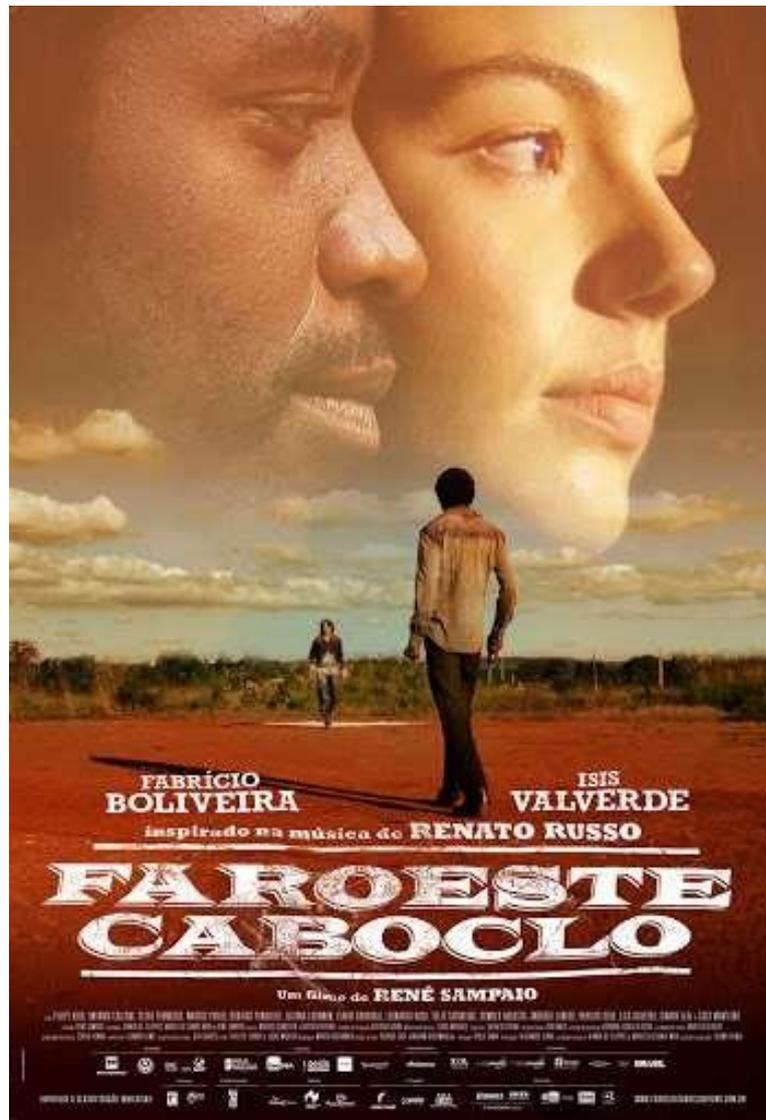


Figura 47 – Pôster de Faroeste Caboclo - 2013

**Sinopse:** Na década de 1980, João resolve deixar o vilarejo baiano de Santo Cristo após a morte da mãe mas antes vai atrás do militar que executara seu pai quando era criança. É preso e quando termina a pena viaja até Brasília para se encontrar com um parente, o peruano e traficante Pablo. Lá, ele conhece a estudante Maria Lúcia, por quem se apaixona e com quem gostaria de viver um futuro melhor. Mas o envolvimento dele com o tráfico de drogas que o faz ficar conhecido como "João de Santo Cristo" pode colocar tudo a perder, também praticado por Jeremias que virá a se tornar seu grande rival.

**Direção:** René Sampaio

**Roteiro:** Victor Atherino e Marcos Bernstein

**Elenco:** Fabrício Boliveira, Ísis Valverde, Felipe Abib, César Troncoso, Antônio Calloni e Cinara Leal.

## Letra completa da música Faroeste Caboclo:

Não tinha medo o tal João de Santo Cristo  
Era o que todos diziam quando ele se perdeu  
Deixou pra trás todo o marasmo da fazenda  
Só pra sentir no seu sangue o ódio que Jesus lhe deu  
Quando criança só pensava em ser bandido  
Ainda mais quando com um tiro de soldado o pai morreu  
Era o terror da sertania onde morava  
E na escola até o professor com ele aprendeu  
Ia pra igreja só pra roubar o dinheiro  
Que as velhinhas colocavam na caixinha do altar  
Sentia mesmo que era mesmo diferente  
Sentia que aquilo ali não era o seu lugar  
Ele queria sair para ver o mar  
E as coisas que ele via na televisão  
Juntou dinheiro para poder viajar  
De escolha própria, escolheu a solidão  
Comia todas as menininhas da cidade  
De tanto brincar de médico, aos doze era professor  
Aos quinze, foi mandado pro o reformatório  
Onde aumentou seu ódio diante de tanto terror  
Não entendia como a vida funcionava  
Discriminação por causa da sua classe e sua cor  
Ficou cansado de tentar achar resposta  
E comprou uma passagem, foi direto a Salvador  
E lá chegando foi tomar um cafezinho  
E encontrou um boiadeiro com quem foi falar  
E o boiadeiro tinha uma passagem e ia perder a viagem  
Mas João foi lhe salvar  
Dizia ele "estou indo pra Brasília  
Neste país lugar melhor não há  
"Tô precisando visitar a minha filha  
Eu fico aqui e você vai no meu lugar"  
E João aceitou sua proposta  
E num ônibus entrou no Planalto Central  
Ele ficou bestificado com a cidade  
Saindo da rodoviária, viu as luzes de Natal

Meu Deus, mas que cidade linda  
No Ano Novo eu começo a trabalhar  
Cortar madeira, aprendiz de carpinteiro  
Ganhava cem mil por mês em Taguatinga  
Na sexta-feira ia pra zona da cidade  
Gastar todo o seu dinheiro de rapaz trabalhador  
E conhecia muita gente interessante  
Até um neto bastardo do seu bisavô  
Um peruano que vivia na Bolívia  
E muitas coisas trazia de lá  
Seu nome era Pablo e ele dizia  
Que um negócio ele ia começar  
E o Santo Cristo até a morte trabalhava  
Mas o dinheiro não dava pra ele se alimentar  
E ouvia às sete horas o noticiário  
Que sempre dizia que o seu ministro ia ajudar  
Mas ele não queria mais conversa  
E decidiu que, como Pablo, ele ia se virar  
Elaborou mais uma vez seu plano santo  
E sem ser crucificado, a plantação foi começar  
Logo logo os maluco da cidade souberam da novidade  
"Tem bagulho bom ai!"  
E João de Santo Cristo ficou rico  
E acabou com todos os traficantes dali  
Fez amigos, frequentava a Asa Norte  
E ia pra festa de rock, pra se libertar  
Mas de repente Sob uma má influência dos boyzinho da cidade  
Começou a roubar  
Já no primeiro roubo ele dançou  
E pro inferno ele foi pela primeira vez  
Violência e estupro do seu corpo  
Vocês vão ver, eu vou pegar vocês  
Agora o Santo Cristo era bandido  
Destemido e temido no Distrito Federal  
Não tinha nenhum medo de polícia  
Capitão ou traficante, playboy ou general  
Foi quando conheceu uma menina  
E de todos os seus pecados ele se arrependeu

Maria Lúcia era uma menina linda  
E o coração dele pra ela o Santo Cristo prometeu  
Ele dizia que queria se casar  
E carpinteiro ele voltou a ser  
Maria Lúcia pra sempre vou te amar  
E um filho com você eu quero ter  
O tempo passa e um dia vem na porta  
Um senhor de alta classe com dinheiro na mão  
E ele faz uma proposta indecorosa  
E diz que espera uma resposta, uma resposta do João  
Não boto bomba em banca de jornal  
Nem em colégio de criança isso eu não faço não  
E não protejo general de dez estrelas  
Que fica atrás da mesa com o cu na mão  
E é melhor senhor sair da minha casa  
Nunca brinque com um Peixes de ascendente Escorpião"  
Mas antes de sair, com ódio no olhar, o velho disse  
"Você perdeu sua vida, meu irmão"  
"Você perdeu a sua vida meu irmão  
Você perdeu a sua vida meu irmão  
Essas palavras vão entrar no coração  
Eu vou sofrer as consequências como um cão"  
Não é que o Santo Cristo estava certo  
Seu futuro era incerto e ele não foi trabalhar  
Se embebedou e no meio da bebedeira  
Descobriu que tinha outro trabalhando em seu lugar  
Falou com Pablo que queria um parceiro  
E também tinha dinheiro e queria se armar  
Pablo trazia o contrabando da Bolívia  
E Santo Cristo revendia em Planaltina  
Mas acontece que um tal de Jeremias  
Traficante de renome, apareceu por lá  
Ficou sabendo dos planos de Santo Cristo  
E decidiu que, com João ele ia acabar  
Mas Pablo trouxe uma Winchester-22  
E Santo Cristo já sabia atirar  
E decidiu usar a arma só depois  
Que Jeremias começasse a brigar

Jeremias, maconheiro sem-vergonha  
Organizou a Rockonha e fez todo mundo dançar  
Desvirginava mocinhas inocentes  
Se dizia que era crente mas não sabia rezar  
E Santo Cristo há muito não ia pra casa  
E a saudade começou a apertar  
Eu vou me embora, eu vou ver Maria Lúcia  
Já 'tá em tempo de a gente se casar  
Chegando em casa então ele chorou  
E pro inferno ele foi pela segunda vez  
Com Maria Lúcia Jeremias se casou  
E um filho nela ele fez  
Santo Cristo era só ódio por dentro  
E então o Jeremias pra um duelo ele chamou  
Amanhã às duas horas na Ceilândia  
Em frente ao Lote 14, é pra lá que eu vou  
E você pode escolher as suas armas  
Que eu acabo mesmo com você, seu porco traidor  
E mato também Maria Lúcia  
Aquela menina bosal pra quem jurei o meu amor  
E o Santo Cristo não sabia o que fazer  
Quando viu o repórter da televisão  
Que deu notícia do duelo na TV  
Dizendo a hora e o local e a razão  
No sábado então, às duas horas  
Todo o povo sem demora foi lá só para assistir  
Um homem que atirava pelas costas  
E acertou o Santo Cristo, começou a sorrir  
Sentindo o sangue na garganta  
João olhou pras bandeirinhas e pro povo a aplaudir  
E olhou pro sorveteiro e pras câmeras e  
A gente da TV que filmava tudo ali  
E se lembrou de quando era uma criança  
E de tudo o que vivera até ali  
E decidiu entrar de vez naquela dança  
Se a via-crucis virou circo, estou aqui  
E nisso o sol cegou seus olhos  
E então Maria Lúcia ele reconheceu

Ela trazia a Winchester-22  
A arma que seu primo Pablo lhe deu  
Jeremias, eu sou homem. coisa que você não é  
E não atiro pelas costas não  
Olha pra cá filha da puta, sem-vergonha  
Dá uma olhada no meu sangue e vem sentir o teu perdão  
E Santo Cristo com a Winchester-22  
Deu cinco tiros no bandido traidor  
Maria Lúcia se arrependeu depois  
E morreu junto com João, seu protetor  
E o povo declarava que João de Santo Cristo  
Era santo porque sabia morrer  
E a alta burguesia da cidade  
Não acreditou na história que eles viram na TV  
E João não conseguiu o que queria  
Quando veio pra Brasília, com o diabo ter  
Ele queria era falar pro presidente  
Pra ajudar toda essa gente que só faz  
Sofrer

Compositores: Renato Manfredini Junior

© Sony/ATV Music Publishing LLC

## Lemonade - Beyoncé



Figura 48 - Capa de Lemonade - 2016

**Sinopse:** Novo projeto visual de Beyoncé em formato de filme que mistura música com poesia com temas que incluem protesto, fé, igualdade, mas também amor, redenção e compaixão.

**Direção e roteiro:** Beyoncé Knowles, Kahlil Joseph, Melina Matsoukas, Dikayl Rimmasch, Mark Romanek, Todd Tourso, Jonas Åkerlund.

**Elenco:** Beyoncé Knowles, Ibeyi, Laolu Senbanjo, Amandla Stenberg, Quvenzhané Wallis, Chloe x Halle, Zendaya, Serena Williams, entre outros.

## Reconstrução – Tiago Iorc



Figura 49 - Capa de Reconstrução – 2019

**Sinopse:** Um filme de Tiago Iorc

**Direção:** Tiago Iorc e Rafael Trindade

**Roteiro:** María Elena Morán, Rafael Trindade e Tiago Iorc

**Elenco:** Michele Alves e Tiago Iorc

## Referências textuais

**Aquino & Oliveira.** *Videoclíptico, narrativa e experiência do clipe documental.* Revista Temática. UFBA. 2017.

**Austerlitz, S.** *Money For Nothing: A History of the Music Video From The Beatles to The White Stripes.* New York: Continuum, 2007.

**Bahiana, A. M.** *O Videoclipe Faz 50 Anos.* In: Revista Forense. Ano I, Número 7, 2005. p. 12-16.

**Barreto, R. R.** *A fabricação do ídolo pop: análise textual de videoclipes e a construção da imagem de Madonna.* Dissertação de Mestrado. UFBA, 2005.

**Bazin, A.** *Por um cinema impuro: defesa da adaptação.* In: \_\_\_\_\_ O cinema: ensaios. São Paulo: Brasiliense, 1991.

**Bazin, A.** *O que é o cinema?* Tradução: Eloisa Araújo Ribeiro; 1ª ed. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

**Bilesky, L.** *Conheça as diferenças entre os discos de 78, 45 e 33 rpm.* Publicado em 20/06/2016. Acessado em 14/01/2020 .

<https://bileskydiscos.com.br/blog/2016/06/20/conheca-as-diferencas-entre-os-discos-de-78-45-e-33-rpm/>

**Bolter, J. D; Grusin, R.** *Remediation: Understanding New Media.* Cambridge: MIT Press, 2000.

**Burgess, J., & Green, J.** *Youtube e a revolução digital: Como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade.* São Paulo. Aleph, 2009.

**Caldas, C. H. S.** *O videoclipe na era digital: história, linguagem e experiências interativas.* Intercom, 2013.

<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-0712-1.pdf>

**Carvalho, C.** *Sinestesia, Ritmo e Narratividade: Interação entre Música e Imagem no Videoclipe.* Bauru (SP): Anais da Compós. 2008.

**Carvalho, C. de O.** *Narratividade videoclipe: interação entre música e imagem nas três versões audiovisuais da canção “One”, do U2.* Dissertação de mestrado. UFBA, 2006.

**Chion, M.** *Audio-Vision.* New York, Columbia University Press: 1994.

**Corrêa, L.** *Videoclipe: potencialidade da experimentação de linguagens no campo do audiovisual.* Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste – Dourados 2008.

**Cox, J.** *Beyoncé's 'visual album' Lemonade sets a new standard for pop storytelling: It's the first album you need to 'watch' to experience in full.* Publicado em 25/04/2016. Acessado em: 15/05/2020.

<http://www.theverge.com/2016/4/25/11503124/beyonce-lemonade-visual-album-format-bjorkrihanna>

**Dapieve, A.** *BRock: O rock brasileiro dos anos 80.* Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

**Dix, L. E. G.** *Os filmes dos “The Beatles” e os movimentos populares da década de 1960.* 2010. 134 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2010.

**Durá-Grimalt, R.** *Los Videoclips – Precedentes, Orígenes y Características.* Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 1988.

**Estrella, F. A. V.** *Club: A brief history of visual albums from the Beatles to Beyoncé.* Publicado em: 26/04/2016. Acessado em: 20/01/2020.

<http://cnnphilippines.com/life/entertainment/music/2016/04/26/visual-albums.html>

**Goodwin, A.** *Dancing in the distraction factory – music television and popular culture.* Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.

**Hanson, M.** *Reinventing music video.* Oxford, UK. Editora Focal Press, 2006. In: **Caldas, C. H. S.** *Videoclipe 2.0: interatividade e regimes de interação na era digital.* Dissertação de mestrado, UNESP, Bauru, 2013.

**Harrison, G. I,** *me, mine.* San Francisco: Chronicle Books, 2002.

**Harrison, C.** *The Visual album as a hybrid art-form: A case study of traditional, personal, and allusive narratives in Beyoncé.* 2014.

**Hesser, M.** *Por que Spike Lee é a principal voz da cultura negra americana no cinema.* 2020. Publicado em: 15/06/2020. Acessado em 15/06/2020.

<https://www.omelete.com.br/filmes/spike-lee-filmes-cultura-negra>

**Holzbach, A. D.** . *O Video Music Awards e a consolidação do videoclipe como gênero.* Revista Fronteiras (Online) , v. 16, p. 91-103, 2014.

**Holzbach, A. D.** . *Convergência na cultura musical: O videoclipe como sintoma da ?revolução? analógica dos anos 80.* Contemporanea (Ufba. Online) , v. 12, p. 340-359, 2014.

**Holzbach, A. D.** *Excesso, esquizofrenia, fragmentação e outros contos: A história social de surgimento do videoclipe.* In: Intercom, 33, 2010, Caxias do Sul. Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom / UCS, 2010. p. 01 -15.

**Holzbach, A. D.** “Ôôhhh tempinho bom!!”: *Videoclipes no Youtube e a reconfiguração do rock nacional dos ao 80.* Logos. Cultura Pop e Linguagem de Videoclipe. Edição 42.

**Holzbach, A. D.** . *MTV: a remediação da rádio FM na construção de um canal musical de televisão.* Galáxia (São Paulo. Online) , v. 12, p. 265-278, 2012.

**Holzbach, A. D.** & Narcolini, M. J. *Videoclipe em tempos de reconfigurações.* Revista Famecos (Online), v. 16, p. 50, 2009.

**Holzbach, A. D.** *Smells like teen spirit: a consolidação do videoclipe como gênero áudio-visual / Ariane Diniz Holzbach.* – 2013.325 f.

**Holzbach, A. D.** . *A invenção do videoclipe: a história por trás da consolidação de um gênero audiovisual.* 1. ed. Curitiba: Appris, 2016. v. 1. 236p.

**Janotti J. J.; Soares, T.** *O videoclipe como extensão da canção: apontamentos para análise.* Revista Galáxia, n. 15, p. 91-108, jun. 2008.

**Iorc, T.** Publicação no Instagram oficial @tiagoiorc em 07/01/2018.

**Iorc**, T. Transcrição do depoimento de Tiago Iorc para o filme Troco Likes Ao Vivo – 2016 – Som Livre – Slap.

**Janotti**, J. S. Jr. *O videoclipe como forma de experiência estética na comunicação contemporânea*. In: **Mattos**, S. (organizador). *A televisão e as Políticas Regionais de Comunicação*. Salvador - São Paulo: Edições Ianamá, 1997.

**Janotti Jr.** J. *Gêneros musicais, performance, afeto e ritmo: uma proposta de análise midiática da música popular massiva*. Trabalho apresentado no Intercom 2004.

**Konrad**, D. Entrevista concedida ao Canal Youtube Brasil, em 2019.  
<https://www.youtube.com/watch?v=h8rxdRk9zbY>

**Lavoisier**, A. 1970. Whitaker, Robert D. (Outubro 1975).

**Leote**, R. *Videoclipe: mudança do contexto e da linguagem*. Rua, 15 set 2008.  
<http://www.rua.ufscar.br/videoclipe-mudanca-do-contexto-e-da-linguagem/>

**Machado**, A. *Pré-cinemas e pós-cinemas*. Campinas: Papirus, 1997.

**Machado**, A. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

**Machado**, A. *Made in Brasil: três décadas do vídeo brasileiro*. São Paulo: Iluminuras/Itaú Cultural, 2007.

**Morris**, B. H. (2004). *Ambi-diegetic music in films as a product design-and placement strategy: The sweet smell of success*. Marketing Theory, 4(3), 171- 185.

**Nogueira**, L. *Manuais de Cinema III: Planificação e Montagem*. Livros Labcom. Covilhã, 2010.

**Okoroafor**, C. *All the african influences in Beyoncé's visual album, Lemonade, explained*. Publicado em 26/04/2016. Acessado em 15/05/2020.  
<https://venturesafrica.com/features/the-africaninfluences-in-beyonces-lemonade-album-explained>

**Oliveira Jr.**, L. C. G; *O cinema de fluxo e a mise-en-scène*. 2010. Dissertação – USP. PDF.

**Pedroso**, M. G, & **Martins**, R. *Admirável mundo MTV Brasil*. São Paulo: Saraiva, 2006.

- Pereira, S.** 2017. *Quando uma bunda implode o Brasil*.  
<https://sergiohenriquepereira.jusbrasil.com.br/artigos/533811988/quando-uma-bunda-implode-o-brasil-vai-malandra-da-cantora-anitta> Publicado em: 27/12/2017.  
Acessado em 10/06/2020.
- Pugiali, R.**, 2008. *BEATLEMANIA*. Ediouro. São Paulo, SP. 320 p.
- Rocha, G.** *Uma Estética da Fome*. 1965.
- Russo, R.** Entrevista. 1995. Entrevistador: Leoni. *Letra, Música e Outras Conversas*. Rio de Janeiro, 1995. Ed.1. Editora Gryphus.
- Schneider, S. J.** (coord.). *1001 Filmes Para Ver Antes de Morrer*. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- Soares, T.** *Videoclipe: o elogio da desarmonia*. Recife: Livro Rápido, 2004.
- Soares, T.** *A Construção Imagética dos Videoclipes: Canção, Gêneros e Performance na Análise de Audiovisuais da Cultura Midiática*. 2009. 302f. Tese (Doutorado em comunicação e Culturas Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.
- Soares, T.** *Das tecnologias de captação e exibição aos regimes audiovisuais: Considerações sobre cinema musical, radiolas de fichas visuais e videoclipes*. Intercom. 2008.
- Trevisan, M. K.** *A era MTV: análise da estética de videoclipe (1984- 2009)* / Michele Kapp Trevisan. – 2011. 265f. : il. Tese (Doutorado) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Departamento de Comunicação, 2011., pp.9-10.
- Toll, R.** *The Entertainment Machine*. London: Oxford University Press, 1982.
- Turner, S.** (Trad. Alyne Azuma). *The Beatles – A história por trás de todas as canções*. São Paulo: Cosac Naify, (2009).
- Vasconcelos, G.** *Música popular: de olho na fresta*. Rio de Janeiro: Graal, 1977.
- Vernallis, C.** (2004). *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*. Columbia University Press.

**Voltareli, J. P.** *A Geografia e o Cinema em A Hard Day's Night: Possibilitando Novos Espaços*. Grupo de Pesquisa Linguagens Geográficas (GPLG). FCT/UNESP de Presidente Prudente (SP), 2015.

**Vecchia, L. C. D., Iuva, P. O.** *Os Ecos Temporais do Álbum Visual: dos Beatles à Beyoncé Knowles*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba - PR – 04 a 09/09/2017

**Vecchia, L. C. D.** *Expandindo as Fronteiras do Álbum Visual: O Caso Lemonade de Beyoncé Knowles*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba - PR – 04 a 09/09/2017

**Vogler, D.** *See the Music: The Evolution of Visual Albums – From Beatles to Beyoncé, longform music vídeos provide a powerful canvas.*

Publicado em 29/07/2016. Acessado em 15/05/2020.

<https://medium.com/cuepoint/the-history-and-evolution-of-visual-albums-77592e14304#.7yyhwmvx5>

**Why, T.** *Tendências digitais: O Álbum Visual*. (2016).

<https://medium.com/tend%C3%Aancias-digitais/o-%C3%A1lbum-visual-8e24992e3boe> Publicado em 25/08/2016. Acessado em 14/06/2020.

**Wyver, J.** *La Imagen En Movimiento*. Valencia: Filmoteca Generalitat Valenciana: 1992.

**Viany, Alex.** 1962. “Cinema Novo, ano I”. Revista Senhor. Ed. Senhor S.A. Rio de Janeiro, ano 4, nº 5.

## Referências visuais

Figura 1:

<http://www.classicmoviehub.com/blog/vitaphone-view-the-view-from-the-vitaphone-projection-booth/>

Figura 2:

<http://www.classicmoviehub.com/blog/vitaphone-view-the-view-from-the-vitaphone-projection-booth/>

Figura 3:

<https://blonde-venus.blogspot.com/2017/12/betty-grable-the-pinup-girl.html>

Figura 4:

<https://www.youtube.com/watch?v=-ScjucUV8vo>

Figura 5:

<https://www.youtube.com/watch?v=-ScjucUV8vo>

Figura 6:

<https://www.youtube.com/watch?v=-ScjucUV8vo>

Figura 7:

<https://www.youtube.com/watch?v=wdGZBRAwW74>

Figura 8:

<https://www.youtube.com/watch?v=QczgvUDskko>

Figura 9:

<https://www.youtube.com/watch?v=CGkvXpovdng>

Figura 10:

<https://www.youtube.com/watch?v=EVBsypHzF3U>

Figura 11:

<https://www.youtube.com/watch?v=UGov-KH7hkM>

Figura 12:

<https://www.youtube.com/watch?v=ghQOd88PM8o>

Figura 13:

<https://www.youtube.com/watch?v=HQSXEIMW6Xo>

Figura 14:

<https://escalanarede.com/2016/10/19/musica-popular-e-imagens-a-proposito-da-videomusicalidade/>

Figura 15:

<Torrent: Help.1965.1080p.BluRay.H264.AAC-RARBG>

Figura 16:

<https://www.youtube.com/watch?v=PWgvGjAhvIw>

Figura 17:

<https://www.youtube.com/watch?v=HQSXEIMW6Xo>

Figura 18:

[A.Hard.Days.Night.1964.REMASTERED.720p.BluRay.H264.](#)

Figura 19:

[Help.1965.1080p.BluRay.H264.AAC-RARBG](#)

Figura 20:

<https://www.domestika.org/pt/blog/2805-historia-dos-logos-ii-da-coca-cola-a-mtv>

Figura 21: Tabela – Ariane Holzbach

Figura 22:

<https://www.youtube.com/watch?v=JkK8g6FMEXE>

Figura 23:

<https://www.youtube.com/watch?v=JkK8g6FMEXE>

Figura 24:

<https://www.youtube.com/watch?v=JkK8g6FMEXE>

Figura 25:

<https://www.youtube.com/watch?v=JkK8g6FMEXE>

Figura 26:

<https://www.youtube.com/watch?v=KjgWWjkNbhU>

Figura 27:

<https://www.youtube.com/watch?v=hNMMN46uFCc>

Figura 28:

<https://www.youtube.com/watch?v=ruOK8uYEZWw>

Figura 29:

[https://www.youtube.com/watch?v=bo\\_efYhYU2A](https://www.youtube.com/watch?v=bo_efYhYU2A)

Figura 30:

<https://www.youtube.com/watch?v=hiqLtqMDrXQ>

Figura 31:

<https://www.youtube.com/watch?v=O-zpOMYRiow>

Figura 32:

<https://www.youtube.com/watch?v=nGreHMETJgw>

Figura 33:

<https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/michael-jackson-sobe-morro-grava-clipe-leva-dona-marta-para-mundo-em-96-18647055>

Figura 34:

<https://acervo.oglobo.globo.com/em-destaque/michael-jackson-sobe-morro-grava-clipe-leva-dona-marta-para-mundo-em-96-18647055>

Figura 35:

<https://www.youtube.com/user/CanalKondZilla>

Figura 36:

[https://www.youtube.com/watch?v=kDhptBT\\_-VI](https://www.youtube.com/watch?v=kDhptBT_-VI)

Figura 37:

<https://www.youtube.com/watch?v=gJLliF15wjQ>

Figura 38:

<https://www.youtube.com/watch?v=AbN7l bjOUho>

Figura 39:

[Torrent: Yellow.Submarine.1968.720p.BluRay.x264-\[YTS.AM\]](#)

Figura 40:

[Torrent: Faroeste Caboclo 2013 DVDRip Nacional](#)

Figura 41:

[Torrent: Faroeste Caboclo 2013 DVDRip Nacional](#)

Figura 42:

<https://www.youtube.com/watch?v=QxsmWxxouIM>

Figura 43:

[https://www.youtube.com/watch?v=YVYVv1tTMGU&list=PLoaAG\\_EoxUAuxlyjZ8Nka81Oqa8GtKUTn&index=7&t=os](https://www.youtube.com/watch?v=YVYVv1tTMGU&list=PLoaAG_EoxUAuxlyjZ8Nka81Oqa8GtKUTn&index=7&t=os)

Figura 44:

<https://www.amazon.com/Hard-Night-POSTER-Movie-Inches/dp/BookK6FSOM>

Figura 45:

<https://www.junique.com/-help-retro-movie-poster-premium-poster-portrait-4026994.html>

Figura 46:

<https://www.junique.com/-yellow-submarine-retro-movie-poster-premium-poster-portrait-4026821.html>

Figura 47:

<https://www.pinterest.com/pin/758364024731655884/>

Figura 48:

<https://www.musicbusinessworldwide.com/beyonce-making-fewer-album-sales-count-single-handedly-saving-jay-z/>

Figura 49:

<https://oglobo.globo.com/cultura/tiago-iorc-lanca-album-reconstrucao-apos-periodo-sabatico-mas-mantem-misterio-23643159>

