

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO
COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HAB. EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

YASMIN AGUIAR MACIEL BERSAGUI

A DANÇA QUE CONTAGIA:
UM ESTUDO SOBRE O IMPACTO DAS COREOGRAFIAS EM VIDEOCLIPES DE
MÚSICA POP NA SOCIEDADE

SÃO LEOPOLDO

2021

Yasmin Aguiar Maciel Bersagui

A DANÇA QUE CONTAGIA:

Um estudo sobre o impacto das coreografias em videoclipes de música pop na
sociedade

Projeto de Pesquisa apresentado como
requisito parcial para obtenção do título de
Bacharel em Publicidade e Propaganda,
pelo Curso de Comunicação Social da
Universidade do Vale do Rio dos Sinos -
UNISINOS

Orientador(a): Prof. Dra. Adriana da Rosa Amaral

São Leopoldo

2021

AGRADECIMENTOS

Acredito que este seja o momento mais esperado da minha graduação. Quando entrei na Unisinos, em 2014, muitas questões rodeavam a minha cabeça; algumas foram esquecidas, outras deixaram de ser pensamentos e viraram realidade, mas a que sempre me deixava em alerta era o TCC. Hoje, depois de oito anos, após trancar o curso por um tempo e ter aulas online durante uma pandemia, não tenho outro sentimento a não ser o de realização por finalizar este projeto.

Mas, para que esse sentimento pudesse existir hoje, tive apoio incondicional de muitas pessoas, sendo as principais da minha família. Em especial à minha mãe, pai e Bella, aqui vai o meu agradecimento por sempre me ouvirem nos momentos de ansiedade nos quais pensava que não conseguiria; vocês sempre me colocaram para cima, dizendo que eu era capaz, ou só por me ouvirem falar depois de ter lido um artigo ou livro e tornar esse o assunto das jantas. Obrigada por tudo, por terem me dado a oportunidade de cursar este curso e poder me tornar uma publicitária. Amo vocês!

Também agradeço ao Felipe, que esteve presente por quase todo o tempo no qual estive na Unisinos, e topou começar uma vida comigo no momento mais doido que eu poderia estar, que foi o TCC. Te amo!

Agradeço a minha orientadora sensacional, Dra. Adriana Amaral, por me acalmar, inspirar e guiar nesse caminho das pesquisas, este projeto não seria o mesmo sem a tua orientação.

E por último, agradeço a mim, por superar medos e incertezas que sempre tive, por ser o meu próprio apoio em muitos momentos e ver que eu conseguiria. Por isso, digo com uma convicção imensa: esta pesquisa não poderia ter sido concluída de maneira diferente, foi perfeita para encerrar esta etapa da minha vida da forma que eu imaginava.

RESUMO

Desde os anos 80, os videoclipes começaram a se tornar mais presentes na vida das pessoas, tanto pelo consumo através da televisão, sobretudo pelo canal MTV, que os popularizaram, quanto da forma atual – digitalmente –, por meio de sites de compartilhamento, com o exemplo do YouTube. Mesmo com o tempo, algumas produções do gênero pop ganharam mais evidência, se tornando mais memoráveis, e um fator que se percebe em algumas dessas produções é a dança presente nelas. A partir deste apontamento, esta pesquisa tem como objetivo compreender como clipes com coreografias se mantêm na memória das pessoas com o passar dos anos, e até mesmo como passos e movimentos ganham valor simbólico e associação ao artista. A pesquisa foi desenvolvida em caráter exploratório qualitativo com análise de conteúdo em cima dos clipes selecionados e material pesquisado na internet. Nesta pesquisa, discorreremos sobre a história do videoclipe, sua transição para os meios digitais, a cultura da participação, o comportamento de fã, a história da dança e o significado de movimentos, além do entendimento de performance pelo lado tanto artista quanto do consumidor. Assim, nos possibilitando maior compreensão dos motivos que tornam a dança um caminho para se chegar mais próximo do público de maneira que o marque, se mantendo, assim, na sua memória.

Palavras-chave: Videoclipe; dança; performance; cultura.

ABSTRACT

Ever since the 80's the video clips have begun to be a part of people's lives both by television consumption, mainly by MTV channel which became extremely popular, and the current way – digitally – by video sharing websites, such as YouTube. Even through time, some pop productions have been in more evidence, becoming more memorable, and one factor we can find in these productions is the dance they perform. From this brief note, this research aims to comprehend how video clips with choreographies remain alive in people's memories throughout the years, and even steps and movements acquire symbolic value and association to the artist. This research was developed in an exploratory and qualitative approach, with content analysis on the selected video clips and materials from the internet. Along this work, we will understand the history of the video clip, its transition to becoming digital, the participation culture, fans behavior, the history of the dance and the meaning of the movements, and the comprehension of performance by both artist and consumer's point of view. Therefore, we will be allowed to better comprehend the reasons that make choreographies a possible path to reach the public in a way that moves them and remain in their memory.

Keywords: Video clip; dance; performance; culture.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 VIDEOCLIFE	12
2.1 Nova era do videoclipe	14
2.2 O videoclipe cada vez mais na rede	19
3 CULTURA DA PARTICIPAÇÃO	22
3.1 Convergência no videoclipe.....	24
4 PERFORMANCE	29
4.1 Performance no videoclipe	33
5 DANÇA	35
5.1 A performance em dança	38
5.2 Coreografia.....	41
6 PERCURSO METODOLÓGICO	44
6.1 Pesquisa da pesquisa.....	44
6.2 Tipo de pesquisa.....	46
6.3 Semiótica	47
6.4 Recriação de sentido	50
7 DESCRIÇÃO DAS AMOSTRAS	53
7.1 <i>Thriller</i>	53
7.2 <i>Single Ladies</i>	57
7.3 <i>Sorry</i>	61
7.4 <i>Paradise</i>	64
8 ANÁLISE	67
8.1 <i>Thriller</i> - Michael Jackson	67
8.2 <i>Single Ladies</i> - Beyoncé.....	81
8.3 <i>Sorry</i> - Justin Bieber	93
8.4 <i>Paradise</i> – Now United.....	105
8.5 Análise Síncrona	111
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	115
REFERÊNCIAS	117

1 INTRODUÇÃO

O videoclipe está presente no nosso cotidiano há certo tempo, mas em seus primórdios, ele veio com uma visão um pouco mais simples do que a que conhecemos hoje: com uma proposta mais promocional. Mesmo sendo baseado na arte cinematográfica e nos musicais da *Broadway*, em sua grande parte, eram gravações de apresentações em concertos que reprisavam na televisão.

Esse conceito ainda se manteve por alguns anos, mas no final dos anos setenta, começamos a perceber uma mudança no cenário, uma busca pelo novo. O que era apenas uma gravação do espetáculo virou uma produção pensada para a música. As produções audiovisuais de músicas foram se aprimorando e, verdadeiramente, se aproveitando das tecnologias e dos recursos que o cinema podia oferecer. Além do fato de não somente trazer a tecnologia, mas também todo o lado performático que se via tanto no cinema quanto nos musicais, tornando a produção ainda mais forte pelo envolvimento do artista.

Com essa mudança de estilo e a popularização do produto, em 01 de agosto de 1981, surge a MTV (conhecida como *Music Television*), uma emissora que apresentava somente esse produto ao público de uma forma muito parecida com o rádio, em uma programação 24 horas somente de videoclipes, com algumas pessoas fazendo uma ligação vez ou outra. Todo esse espaço disponível só impulsionou ainda mais a produção e incentivou a indústria fonográfica a investir cada vez mais.

Os anos 80 foram muito importantes para a história dessas produções audiovisuais, pois além de ganhar espaço mundial, em 1983, o cantor Michael Jackson lançou o videoclipe da música "*Thriller*", sendo esse projeto uma quebra de padrões para a época, pois a produção foi feita em estilo de curta-metragem com 14 minutos de duração. Além da longa duração, possuía uma narrativa empolgante, abusava nos efeitos especiais e trazia um item que inicia as pesquisas deste projeto: uma coreografia contagiante que consumia boa parte do clipe. Deste momento em diante, as produções mudaram de maneira significativa, pois não eram mais vistas apenas como vídeos promocionais, mas sim um novo meio de atingir o público, que as ansiavam cada vez mais.

Muitas questões podem ter influenciado para a ascensão deste meio: a mudança de apresentação e qualidade dos vídeos, a evolução da temática, o modo que o artista quer passar essa canção, como ele quer lançar e fazer esse produto se tornar reconhecido. A transformação e evolução não pararam por aí, pois até os anos atuais conseguimos ver essas mudanças, e uma comprovação do quanto cresceu esse meio dá-se pelos recordes mundiais em visualizações batidos por artistas em 24 horas, mostrando que esse formato é tão aguardado quanto as próprias canções.

Mas quando paramos para pensar em interação com o público, é possível atestar que os cliques que marcam as pessoas de alguma forma e ficam em suas memórias devido a algo que lhes chamou a atenção. De tantos fatores que possam estar envolvidos para esse feito, um que se torna comum em quase todos é a dança. Pode ser com o músico sozinho ou com um apoio de bailarinos realizando uma coreografia, não existe uma definição exata, mas com a dança se cria um elo a mais com a produção, música e até artista, e conseguimos perceber isso desde os anos 80 até os dias atuais.

Nesta pesquisa, vamos buscar compreender a narrativa das coreografias inseridas nas produções audiovisuais, como elas se mantêm vivas nas memórias das pessoas com o passar dos anos, como passos/movimentos podem se tornar simbólicos e até mesmo uma representação deste artista através do tempo, e o que instiga as pessoas a replicarem tais movimentações.

Neste trabalho, analisaremos a narrativa, coreografia e contexto geral de quatro videoclipes musicais do gênero pop, escolhidos pelos fatores definidos nesta pesquisa, como por exemplo, possuir coreografia na produção. Os vídeos escolhidos foram:

1. *Thriller* - Michael Jackson (1983);
2. *Single Ladies* - Beyoncé (2008);
3. *Sorry* - Justin Bieber (2015);
4. *Paradise* - Now United (2020).

O problema de pesquisa surgiu da curiosidade da autora, sendo a pergunta principal: Como produções audiovisuais do gênero pop com coreografias conseguem se fazer presente na memória da sociedade ao longo dos anos? Elas

conseguem se tornar fortes o suficiente para se manter na cultura popular da sociedade? Em seguida, há dois questionamentos que complementam o assunto visto neste projeto, sendo eles: Como determinados passos e gestos ganham valor simbólico perante a sociedade? Quais fatores levam o público a parodiar videoclipes que contenham coreografias?

Após apresentar o problema desta pesquisa, trago aqui a sua motivação, pensando no ganho que pode trazer à área da comunicação. A dança sempre esteve presente na minha vida; para ser mais exata, desde os quatro anos pratico alguma modalidade dentro da área. Devido a essa aproximação muito grande com tal arte e por também ser dançarina, sempre gostei de assistir performances, analisar shows e concorrentes dentro do meu nicho, mas, além disso, sempre busquei entender o que atrai as pessoas de modo geral a irem assistir esses espetáculos. O que chama a atenção em uma apresentação de dança? São os passos ritmados, o conjunto harmônico, a serenidade no olhar e emoção que o movimento com a música passa? Existem muitas opções, mas nunca cheguei a me aprofundar nisso, e quando surgiram as opções para os temas deste trabalho, a dança sempre foi um tópico de destaque entre as opções.

E juntando essa curiosidade e conversas com a professora Ana Paula Rosa, consegui reunir duas artes que gosto muito, que são a dança e videoclipes. Transferindo esse interesse para dentro deste meio, uma das primeiras produções que me apareceram foi a da música “*Thriller*” do cantor Michael Jackson. Além da megaprodução, com efeitos especiais, figurino e letra, fatores que impactaram bastante para a época, um elemento superforte que sempre me impactava todas as vezes que assistia era a dança – em certo momento do videoclipe, o cantor faz uma coreografia com outros dançarinos. O que mais me atraiu nisso foi perceber que eu, com 24 anos, fui impactada e recriei essa coreografia inúmeras vezes, sendo que seu lançamento ocorreu em 1983.

Além do impacto que os passos e movimentos geraram, essa recriação e alto consumo agregam para o cantor crescer ainda mais e atingir diferentes públicos por meio dessa coreografia, sendo que o mesmo faleceu em 2009. O que nos mostra que mesmo sem a ação dele hoje, ainda temos acesso a um material que recria significados ao passar do tempo, principalmente com a nossa evolução enquanto público. Como dançarina e futura publicitária acredito que a dança é um elemento pouco explorado dentro da comunicação, sendo que ela também é uma forma de

expressão e ligação entre pessoas, pois possibilita a liberdade de reprodução. Assim, vejo que essa pesquisa pode ajudar na compreensão de como a dança em produções audiovisuais aumenta vínculos e memórias através de movimentos, marcando, assim, a cultura de uma sociedade, podendo tornar-se até um ícone.

De resto, acredito que a dança ainda não é tão estudada e dita como forma de comunicação no nosso meio. Assim, este projeto poderá agregar valor para um novo nicho que está ganhando espaço e não possui tantos estudos, além de pesquisar e mostrar a parte mais emocional que a sociedade absorve com essa arte, o sentido que isso lhe transpassa e os conecta a lembranças.

Como objetivos gerais, busco compreender como as coreografias em produções audiovisuais musicais impactam o público de uma maneira que as façam se perpetuar na cultura da sociedade e, até mesmo, as conectarem a ponto de replicarem o conteúdo. Já focando nos objetivos mais específicos, trago:

- a) analisar as coreografias em produções audiovisuais musicais;
- b) compreender como as coreografias de videoclipes impactam o público;
- c) entender como certos passos dentro dessas coreografias se tornam símbolos para uma sociedade.

Em termos de metodologia, o presente trabalho irá explorar a técnica de análise de conteúdo de Bardin (2016) com base na semiótica dos estudos de Santaella (2012). Isso decorre do fato de trabalharmos com quatro clipes específicos, analisados separadamente e, após, todos em um contexto geral, além de ser relevante para esta pesquisa a coleta de conteúdo diversa, para melhor responder o objetivo.

A pesquisa foi separada dentro de quatro áreas para o referencial teórico, sendo cada uma delas um capítulo, podendo, assim, cobrir as necessidades previstas para auxílio das nossas análises. O primeiro capítulo discorre sobre o videoclipe, desde o seu começo na era analógica, suas origens, até chegar na era digital que vivemos hoje; nele trazemos autores como Machado (2000; 2005), Soares (2004; 2013), Lima-Lopes e Monteiro (2012) e Janotti e Alcantara (2018). Na sequência, é iniciado o conteúdo sobre a cultura da participação, focando na área do videoclipe, como as pessoas começaram a interagir e ter a necessidade de participar, sentindo-se, assim, mais próximas do artista. Os autores pesquisados neste capítulo foram Jenkins (2008), Soares (2009) e Lima-Lopes e Monteiro (2012).

No terceiro capítulo, entramos na parte de performance. Aqui, já começamos na compreensão do termo e sua ligação com o artista através de experiências que acabam por marcar os fãs; utilizamos os autores Pereira de Sá (2020), Amaral, Soares e Polivanov (2018), Taylor (2013) e Soares (2014) para compor este capítulo. E por último, separamos um estudo da dança, desde os seus princípios, sua evolução, até chegar nas coreografias com passos marcados e representativos; os últimos autores utilizados foram Portinari (1989) Wosniak (2006), Pacheco (2011), Setenta (2008) e Trindade e Valle (2007).

Após os capítulos referenciais, seguimos para a escolha da metodologia, como vimos acima, na qual optamos pela análise de dados, como propõe Bardin (2016), com auxílio dos estudos de semiótica de Santaella (2012). Com o método escolhido, passamos para a definição dos objetos, que se deu por meio de pesquisas na internet, após determinados dois fatores, sendo eles: ser videoclipe do gênero pop e que contivesse coreografia na sua produção. Assim, foram definidos os clipes *Thriller*, de Michael Jackson (1983), *Single Ladies*, de Beyoncé (2008), *Sorry*, do cantor Justin Bieber (2015), e por último, *Paradise* do grupo Now United (2020).

Nos capítulos finais, trazemos a análise dos videoclipes, que se inicia na descrição dos mesmos, pois ali já são expostas informações pertinentes as quais me motivaram a escolhê-los para serem objetos desta pesquisa, e segue no capítulo seguinte com uma análise detalhada individual com base no nosso referencial buscado previamente. Com as quatro avaliações concluídas, fechamos com uma análise síncrona dos quatro objetos vistos. Encerra-se esta pesquisa com a consideração final, a qual indicamos certos pontos que se mostraram favoráveis para nossa pergunta principal, e que indicaram a dança como um ponto de ligação entre consumidor e indústria fonográfica, assim, tornando a dança um fator forte na lembrança das pessoas.

2 VIDEOCLÍPE

Lembro que, desde nova, o videoclipe esteve presente na minha vida. Chegava da escola e colocava na MTV; almoçava vendo inúmeras produções de diversos gêneros musicais. Esse acesso sempre foi muito fácil e não posso dizer que seu entendimento por completo existia, mas eu, com meus 14 anos, conseguia me identificar com determinadas produções, criando gosto por essa arte a qual entrou na minha rotina diária. Aqui no Brasil, chamamos de videoclipe, nos Estados Unidos é chamado de *Music Video*, e o seu surgimento não tem uma data certa, pois sua origem vem de outras artes, como o cinema e musicais.

No livro “A Estética do Videoclipe”, Soares (2013) traz um pensamento do autor Chion (1994) sobre “áudio-visão”, no qual ele diz existir uma ênfase no áudio ao invés da visão – isso partindo do princípio dos nossos sentidos. Neste caso, Chion (1994) explica que ouvimos e depois vemos, pois a nossa mente, de forma automática, projeta uma imagem. A partir desse raciocínio, se torna fácil entender coisas simples, como quando estamos ouvindo o rádio e conseguimos visualizar o que a letra diz estar acontecendo de fundo, pois a nossa imaginação entra em ação. E quando falamos em criatividade e imaginação, o videoclipe consegue se encaixar com facilidade, visto que ele nos leva a ter sentimentos e provoca sensações a partir de suas imagens, as quais são extremamente planejadas pela indústria fonográfica para causar esse misto de emoções nos consumidores; ou, até mesmo, uma produção caseira de um fã, com um ar mais simples, mas que, por ser pensada pelo lado dos receptores da produção, pode se tornar tão marcante quanto.

Quando falamos de audiovisual, outro grande nome que aparece é Machado, e um exemplo que ele traz sobre a relação do cinema no surgimento do videoclipe é de que é:

...preciso considerar ainda que o cinema foi o primeiro meio a materializar o sonho de uma música produzida inteiramente com imagens. Não estamos nos referindo a imagens que sugerem a uma música à imaginação do espectador através de um tratamento das imagens segundo uma concepção musical, como ocorre amiúde na obra de Dziga Vertov. O ponto de mutação introduzido pelo cinema foi a invenção de um método óptico de registro de sons, ou seja, toda a trilha sonora do filme é convertida em informação luminosa e fotografada na película, ganhando portanto as propriedades da imagem (MACHADO, 2005, p. 157).

A partir dessas colocações que vemos nas pesquisas de Machado (2005) e Soares (2013), percebemos que o videoclipe foi o que podemos chamar de construção, pois uniu um pouco de cada arte que já existia previamente, como o cinema – o qual vale lembrar que, por muito tempo, foi mudo. Importante ressaltar esse fato, da junção entre imagem e som, esclarecendo que não se falava de música em si, mas já era um começo para o que poderia vir a ser o audiovisual, juntamente com os musicais tão famosos da Broadway¹, os quais se encaixam mais para o que conhecemos hoje como videoclipe.

A partir dos anos 60 e 70, com a evolução da tecnologia e a experiência adquirida em filmes promocionais, considerando que, no começo, a ideia de videoclipe era bem mais comum do que a que temos hoje, as grandes produções eram gravações de apresentação em programas, as quais eram passadas com a intenção de promover a banda em seu contexto geral. Um momento ímpar para a história do audiovisual, em 1966, foi quando Bob Dylan quebrou esses paradigmas do momento com “*Strawberry Fields Forever*” e “*Penny Lane*”, dos Beatles. Segundo Soares:

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 (SOARES, 2013, p. 48).

A tecnologia foi de suma importância para que o videoclipe fosse ganhando sua identidade, pois foi a partir de efeitos e mixagem que as imagens e batidas conseguiram aparecer em harmonia, o capacitando em toda a sua grandiosidade e explorando tudo o que podia e ainda pode alcançar hoje. Além do que, atualmente, a internet facilitou a produção desse audiovisuais a partir de programas específicos, os quais, em grande parte, estão à disposição de boa porção da sociedade que possui acesso à rede, o que abrange o leque destas produções.

¹ Localizado na cidade de Nova York, é o Distrito do Lincoln Center via Broadway que possui mais de 40 teatros profissionais, nos quais a sua grande maioria dos espetáculos são musicais.

A permanência da utilização do termo videoclipe para produções tão diversas mostra que uma experiência comum solidificou-se nessa passagem por diferentes temporalidades, espaços e suportes. Assim, mesmo diante de tantas mudanças, quando somos convidados a ver um videoclipe sabemos que estaremos diante de uma articulação entre música e imagem que, em geral, são entrelaçadas por uma faixa musical com referências de pertencimento a algum gênero musical (JANOTTI; ALCANTARA, 2018, p. 8).

De lá para cá, muita coisa mudou, principalmente a maneira de consumir as produções audiovisuais. Quando surgiram nos anos 80, o principal meio era a televisão, mais especificamente a MTV, que atualmente é focada em reality shows e programas de auditório. Para assistir videoclipes nos tempos atuais, basta ter um celular com internet ou acessar diretamente o YouTube. Se até poucos anos atrás dependíamos de um aparelho de televisão para ter acesso a essas produções, hoje isso acabou. Do mesmo modo que a tecnologia aperfeiçoou no mundo dos videoclipes no passado, de novo ela vem e transforma, só que dessa vez a forma de consumo dessas produções.

Em 2005 foi lançado o principal canal de compartilhamento de vídeos que existe atualmente², o YouTube, o qual foi, inclusive, um divisor de águas para diretores e artistas, que foram se moldando a ele para se aproximar cada vez mais do público. Hoje, não é preciso obedecer a uma grade para ver o videoclipe que prefere, basta entrar no site do YouTube, pesquisar o título e dar *play*, e se quiser assistir novamente, é só clicar no botão *replay* quantas vezes preferir – inclusive para o caso de querer aprender alguma coreografia da sua música favorita. Sobre essa mudança na forma de se produzir o conteúdo, Machado (2000) fala sobre a reinvenção do videoclipe comparado ao que era padrão: cortes perfeitos e simétricos não existem mais; os diretores e artistas estão explorando o novo, indo em busca da diversidade, quebrando barreiras da mesma maneira que Bob Dylan fez em 1966.

2.1 Nova era do videoclipe

Se antes consumíamos videoclipes em horários estipulados por uma grade de TV, hoje temos a facilidade de, em um clique, assistirmos quantas vezes quisermos a produção audiovisual desejada. Mas essa evolução não aconteceu da noite para o

² Fonte: <https://www.tecmundo.com.br/YouTube/118500-historia-YouTube-maior-plataforma-videos-do-mundo-video.htm>. Acessado em 13/05/2021

dia, então, ao longo deste capítulo vamos falar sobre sua origem na TV até a sua migração para a internet.

Como vimos anteriormente, a origem do videoclipe não tem uma data específica, mas a sua base veio de outras artes, como o cinema e a Broadway. Do cinema vanguarda até o videoarte, também chamado de vídeo experimental, o videoclipe foi ganhando características mais singulares, assim, se diferenciando cada vez mais das suas artes oriundas. Essas experimentações com vídeo fizeram com que a linguagem publicitária ficasse mais em evidência, sendo este o momento que os diretores que já faziam campanhas publicitárias, começaram a entrosar esses dois tipos de produções.

A TV considerada como “berço” desta arte, mostra sua real ajuda na disseminação do videoclipe entre os anos 80 e 90, quando existiam canais com programas que os exibiam e ajudavam na sua divulgação. Foi também nessa época que a nomenclatura de videoclipe surgiu. Segundo Soares (2004), clipe era chamado de número musical; depois, o nomearam de “promo”, uma alusão à palavra promocional, findando, assim, em videoclipe – “clipe” significa recorte, pinça ou grampo, o que traz um enfoque para o lado comercial do audiovisual.

Mas a indústria fonográfica começou a perceber que essas “promos” foram ganhando visibilidade e os próprios artistas que se propunham a utilizar desta nova mídia estavam gerando mais retorno para si. Lima-Lopes e Monteiro (2012) afirmam que os impactos gerados pela mudança nos videoclipes nos anos 80 fizeram com que admiradores da música, a própria indústria, e gravadoras da época, comessem a investir pesadamente nestas produções audiovisuais, com orçamentos cada vez mais altos, dignos de produções cinematográficas. Um ótimo exemplo é o do artista Michael Jackson que, em 1983, lançou o videoclipe de *Thriller*, dirigido por John Ladd; a produção teve um orçamento de aproximadamente US\$500.000,00 e cerca de 13 minutos de duração, quase um curta-metragem. Sua duração era maior do que o tempo da canção em si, e esse fato se repete no videoclipe da música *Bad*, do mesmo cantor, que teve duração de 18 minutos, sendo dirigido pelo famoso cineasta Martin Scorsese³. Outro fato relevante é que ambos os projetos tiveram como inspiração temáticas trabalhadas no cinema da época, com base em filmes do gênero de terror e de gangues.

³ Cineasta, roteirista e produtor de cinema norte americano, o qual já ganhou o Oscar de melhor diretor.

Percebendo a proporção que os videoclipes estavam gerando, a *Warner Amex Satellite Entertainment* – junção da empresa de TV a cabo *Warner Communication* com a empresa de cartão de crédito *American Express* – criou a MTV, (Palma, 2012). O nascimento dessa emissora se baseia nos princípios já trabalhados nas rádios, e com a visibilidade que a TV tinha na época: de uma comunicação massiva e com segmentação de conteúdo. Ela viria com uma programação baseada em 24 horas de videoclipes por dia, comandados por um apresentador, mais conhecido por VJ (video jockey).

Transformar a televisão num meio musical significou, a partir de sua natural disposição audiovisual, potencializar a sua característica de 'áudio', fazendo com que o 'visual' fosse atrelado a uma dinâmica dos artistas da música popular massiva (SOARES, 2008, p. 5).

Além do fato dos videoclipes estarem ganhando um determinado espaço nos Estados Unidos, outros fatores que ajudaram a nova emissora a ganhar espaço foram: a crise que acontecia na indústria fonográfica, a qual acabava por atingir as rádios FM's, e o patamar que a TV a cabo tinha chegado – apesar de seu crescimento, acabou estagnou, dando margem para conteúdos novos chegarem e obterem aprovação do público⁴. Essa comunicação massiva que tanto a TV aberta quanto a TV a cabo tinham era focada em notícias e desenhos animados, o que já direcionava os públicos que eram atingidos, sendo eles crianças e adultos. Mas, com o surgimento da MTV, um novo grupo foi adicionado: o público jovem. Assim, uma mudança brusca aconteceu. Agora, os jovens também consumiam dessa comunicação massiva que era a televisão, pois nela tinham uma nova experiência de consumo de uma arte já presente em suas vidas. Se antes só podiam ter acesso ao som, que nas FM's já era com a qualidade estéreo, agora poderiam desfrutar desta mesma qualidade junto à imagem, pois a MTV indicava seus telespectadores a conectarem o som da TV ao rádio para melhor experiência, pois o estéreo não havia chegado à televisão, ainda, naquela época. Além do som, eles desfrutaram o visual, tendo assim o audiovisual por completo – e essa junção para a época era revolucionária.

⁴ Informações retiradas do artigo MTV: a remediação da rádio FM na construção de um canal musical de televisão, da pesquisadora Ariane Diniz Holzbach.

A MTV não modificou apenas o modo de se vender música, mas também a forma de se ouvir música. Com uma programação pensada para criar uma atmosfera musical, a impressão que a MTV causava em seu telespectador é que ele estava assistindo a um clipe sem fim. Desta forma, a experiência auditiva passa a ser também visual (PALMA, 2012, p. 19).

Figura 01: Após mostrar um lançamento de foguete, o canal mostrou a imagem abaixo, estreando, assim, a MTV



Foto: Reprodução de MTV (1981) / Estadão⁵

Podemos levantar a questão de como o videoclipe se manteve em alta e foi bem aceito pelos consumidores de música na época, já que esses não eram usuários do meio que expandiu as produções audiovisuais. E a resposta se dá pela diferenciação que o videoclipe trouxe perante o habitual cinema, pois a experiência de um se divergia do outro. Enquanto um podia durar horas com uma narrativa bem elaborada, o outro surpreendia pelo fato não só da curta duração, mas do turbilhão de informações, o que exercia um processo de entendimento um pouco mais complicado, mas também fazendo com que entrasse na mente e despertasse a curiosidade do público. Soares (2004) diz que o videoclipe, antes de tudo, é um fenômeno cultural, e em cima desta afirmação, percebemos que a aceitação, principalmente pelos jovens, se deu por essa quebra de padrão que o videoclipe transmitia. Tal fato proporcionou uma nova visão para a sociedade e a cultura, pois

⁵ Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/tv/mtv-estrela-do-canal-revolucionou-tv-dos-eua-ha-40-anos,c90ae1e21431472fb835a3e8ceee34e44wf6gmla.html>. Acesso em: 20 mar. 2021.

retratava o cotidiano das pessoas, fazendo com que o jovem se identificasse com aquilo que era transmitido ou apropriava-se daquele sentimento, mesmo não vivendo ele, além da ideia do novo e da mudança, que instigavam cada vez mais quem consumia este material.

O videoclipe fornece material simbólico para que indivíduos forjem identidades e modelem comportamentos sociais extensivos aos propostos pelas instâncias da indústria musical. Os cliques seriam, portanto, um dos instrumentais de “pedagogia” de uma vivência pop, revelando uma maneira particular de encarar a vida a partir da relação deliberada entre a vida real e os produtos midiáticos. Videoclipes, com suas narrativas e imagens disseminadas, fornecem símbolos, mitos e recursos que ajudam a construir uma cultura comum para a maioria dos indivíduos em muitas regiões do mundo. (SOARES, 2009, p.11).

Além disso, o videoclipe, para Soares (2004), se sustenta no hibridismo. Se pegarmos a sua linguagem, podemos perceber fragmentos de diversas áreas, como o cinema, rádio e publicidade, as quais fazem a produção audiovisual ser muito específica:

O videoclipe é um elemento da contemporaneidade que presentifica a hibridização cultural, provocando, sobretudo, uma ruptura com o conjunto fixo de arte-culta-saber-folclore-espaco-urbano. Junto às histórias em quadrinho, aos videogames, às fitas cassetes e às fotocopiadoras, o videoclipe, ainda segundo Canclini, seria responsável por uma não só não-hierarquização dos fenômenos culturais, mas também por uma banalização dos bens culturais simbólicos que se reconheciam “intocáveis” (SOARES, 2004, p. 13 apud CANCLINI, 1998, p. 174).

A globalização ajudou não somente o videoclipe, mas também o canal que lhe impulsionou para que chegasse em várias partes do planeta, inclusive aqui no Brasil. Foi em 20 de outubro de 1990 que a MTV chegou no nosso país; antes disso, já havia alguns programas que passavam videoclipes em rede nacional, como o Fantástico, mas nenhum com tanto enfoque como o canal que acabara de chegar em terras brasileiras. Essa chegada foi bem importante para a nossa música, pois os artistas nacionais ganharam espaço na emissora para a divulgação dos seus trabalhos, então o investimento e valorização dessa produção ajudou a formar identidades a diversas bandas que ainda estavam se estabelecendo no mercado nacional.

A TV, como vimos, foi fundamental na disseminação dessa nova arte, mas em um determinado ponto ela se manteve estagnada, e as produções audiovisuais –

principalmente o público – já não estavam andando no mesmo fluxo. Como Lima-Lopes e Monteiro (2012) dizem, a TV tem uma via única de comunicação; ela manda uma mensagem, mas não consegue ter um retorno, um feedback em cima das informações passadas. Com todo esse conteúdo que o videoclipe, a música e a publicidade estavam gerando, os apreciadores das bandas não tinham um canal de conversa. Durante um tempo, alguns programas tentaram esta interação através de ligações, mas acabou não dando o resultado esperado.

Wolton (2003, p. 61) afirma que a televisão é quase democrática, porque atinge a maior parcela das pessoas, mas não tem legitimidade junto às elites, pois elas enxergaram lá um meio de quebrar a hierarquia cultural; mesmo cinquenta anos depois de sua implantação essa mentalidade não foi mudada. Mas a função e o alcance da televisão vão muito além da popularidade: mais do que entretenimento ou cultura, difunde ideologias e parâmetros de comportamento, consumo, ou vivência, por isso o videoclipe foi bem incorporado por ela. (LIMA-LOPES; MONTEIRO, 2012, p. 7).

2.2 O videoclipe cada vez mais na rede

Tudo começou a mudar com o avanço da internet, que vinha com a promessa do novo, e este fator chamava a atenção dos jovens que queriam desbravar essa novidade, além de ter mais acesso à informação, como ela prometia, também trazia a conexão com outros lugares do planeta de forma mais rápida. O crescimento da internet, com cada vez mais canais digitais para interação, fez com que a transição da TV para o digital acontecesse quase que naturalmente, pois a internet saciava a sede de interação que já era uma necessidade do público, e essa mudança na forma de consumo foi essencial para que o videoclipe se adaptasse tão bem a este novo meio. De acordo com Lima-Lopes e Monteiro (2012, p. 11), “a inserção do clipe na rede proporcionou maior interatividade entre o produto midiático e os consumidores, estimulando um relacionamento que permite dar voz ao público e também dispõe o produto para ser alterado na rede, abrindo caminhos para a exposição de virais, de *fanclips* e paródias, mostrando várias maneiras de retomar o clipe original e seu agendamento”.

Com esta migração, a televisão viu a sua audiência diminuir, o que culminou no fim da era do videoclipe na MTV, sua maior propagadora. Foi entre 2006 e 2007 que a emissora não só reformulou toda a sua grade e começou a investir em programas de auditório e reality shows, mas também soube aproveitar o momento e

integrou o digital nessa nova era, com participações online dos espectadores, criação de site e entrada nas redes sociais. Com isso, a veiculação de vídeos pela internet foi se intensificando, sendo o principal espaço para essa divulgação.

Em 2005, Chad Hurley e Steve Chen, funcionários de uma empresa de tecnologia, tiveram a necessidade de compartilhar um vídeo, mas não tinham um site para isso. Deste momento, então, o YouTube foi criado com a ideia de compartilhar vídeos na rede, e qualquer um que acessasse o site poderia visualizar, mesmo sem ter uma conta. O sucesso foi tão grande que, em 20 meses do lançamento, a Google comprou o site por 1,65 bilhão de dólares. Com o avanço da tecnologia em dispositivos móveis, como tablets, smartphones e notebooks, hoje o site possui mais de 2 bilhões de usuários e tem 1 bilhão de horas assistidas por dia⁶, o que gera bilhões de visualizações diárias.

Hoje considerado o maior canal de compartilhamento de vídeo, o YouTube traz para seus usuários com conta as opções de compartilhar vídeos, criar canal personalizado – onde todos os vídeos vinculados à pessoa sejam encontrados no mesmo lugar –, tecer comentários, curtir e compartilhar. As opções são inúmeras, e com base nisso, Cannito (2010, p. 97) afirma que “em vez de produzir, o YouTube optou por ajudar o usuário a exibir vídeos próprios”. Fora isso, Cannito (2010) também fala sobre a facilidade encontrada pelo usuário do YouTube para assistir vídeos antigos, novos ou de acordo com o seu gosto pessoal. Uma das grandes vantagens dessa nova era, é de não ficar preso em uma programação de videoclipes escolhida pela televisão.

Aproveitou a capacidade quase infinita da internet de armazenar dados e se tornou uma imensa prateleira, onde todos os vídeos são expostos simultaneamente. (...) em vez de contar com poucos sucessos de “audiência de massa”, abriga uma imensa massa de vídeos que alcançam pequena audiência (CANNITO, 2010, p. 97 apud ZANETTI, 2012, p. 5).

Percebemos que além dessa facilidade de acesso à informação e rapidez para consumo de conteúdo, a internet transformou o usuário em protagonista. Se antes ele não podia dar o feedback, hoje ele propaga um conteúdo pelo compartilhamento, insere novas pessoas nesse nicho e, o melhor de tudo, faz com

⁶ Dados divulgados pelo YouTube em seu site oficial, maiores informações em: <https://www.YouTube.com/intl/pt-BR/about/press/>. Acesso em 20 mar. 2021.

que se sinta inserido quando produz e compartilha seus próprios vídeos, muitas vezes baseados no que já absorveu até o momento.

Toda essa trajetória do videoclipe, que deu seus primeiros passos lá nos anos 70, não se imaginava tudo que aconteceria até os dias de hoje. A junção de imagem ao som, que antes parecia somente mais uma maneira da indústria fonográfica de faturar e difundir as bandas do momento, chegou a proporções gigantes. Como podemos perceber ao longo deste capítulo, diversos fatores foram essenciais para o videoclipe ser o que é hoje, desde a sua origem não bem definida, mas que se apegou a várias vertentes, como o cinema e a Broadway, sendo um deles, certamente, a criação da MTV – a qual não somente facilitou o acesso a esse conteúdo, mas também fez o mesmo cair na graça da sociedade, principalmente a dos jovens que hoje se tornaram a população adulta que antes só assistia notícias. Além do outro fator essencial, que foi a internet, a era digital que caiu sobre nós, mas que foi extremamente benéfica para esse mundo dos videoclipes. A partir dela que a conexão com o público chegou, e parecia ser exatamente isso que faltava: dar autonomia para a pessoa escolher assistir o que quiser através de sites que contam com um acervo enorme, demonstrar seus gostos e, principalmente, dar a oportunidade da participação, seja através das redes ou criando o seu próprio videoclipe caseiro, com programas disponibilizados na internet. Posto isso, no capítulo a seguir vamos adentrar no assunto da participação do público, que assim como o videoclipe, não aconteceu do dia para a noite.

3 CULTURA DA PARTICIPAÇÃO

Essa ação por parte do consumidor de querer participar e ter uma conexão maior com algum trabalho que lhe agrada, nos leva para o estudo de um dos mais importantes pesquisadores de mídia da atualidade, Henry Jenkins. O autor traz no seu livro “A Cultura da Convergência” três pilares que podemos utilizar para falar sobre essa mudança que vem ocorrendo desde os anos 90, sendo eles: “convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva” (JENKINS, 2008, p. 27).

Por convergência, Jenkins (2008, p. 30) diz que é:

...o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando.

Em seu livro o autor afirma que dentro do mundo da mídia tudo é importante e considerável; qualquer história e informação, quando entram na rede, tem um valor. Ao mesmo tempo em que alguém posta do Brasil algo referente ao cantor X, na Europa, outra pessoa pode estar lendo e repassando essa informação – importante ressaltar que isso vale para qualquer tipo de conteúdo criado.

Como vimos anteriormente, o videoclipe foi um produto que conseguiu transitar muito bem para a internet, mas parte do seu sucesso neste novo meio se deu pela facilidade e interatividade que a tecnologia proporciona para seus consumidores. Percebemos que o outro lado da tela também evoluiu e cansou de apenas receber aquela informação estipulada. Os consumidores tinham a necessidade de algo a mais, e a internet proporcionou isso com a sua acessibilidade. E foi o que aconteceu: o consumidor que no momento tem a liberdade de escolher o que vai consumir, já mostra uma preferência pelo tipo de conteúdo – se pensarmos dentro do ramo da indústria fonográfica, ele provavelmente possui um cantor ou estilo musical preferido. No momento que este consumidor inicia sua vida ativa na web, e busca mais conteúdos relacionados ao seu estilo específico e o propaga, consideramos ele um fã. Jenkins (2008) fala que toda essa circulação de informação que existe na cultura da convergência depende,

em sua maioria, da participação dos consumidores, o que é totalmente compreensível, visto que temos uma empresa divulgando o produto, e milhões de consumidores com suas opiniões.

Seguindo nesta linha, já conseguimos ligar ao próximo pilar, que é o da cultura participativa, na qual o consumidor não somente consegue opinar, mas se sente à vontade para criar e replicar conteúdos que circulam na rede.

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais (JENKINS, 2008, p. 30-31).

E finalizamos com a inteligência coletiva, que aborda exatamente o que diz: é o saber de cada um que faz o todo quando um compartilha o seu conhecimento. Pensando em termos de comunidades, o consumidor pode ter gostos diversificados, ou até mesmo deixar de gostar de algo do que se considerava fã. Jenkins (2008) diz que os interesses podem mudar, mas os grupos de fãs sempre vão se manter pela troca de conhecimento recíproca dos participantes. Além disso, pensando mais profundamente, o conhecimento coletivo pode vir a servir para coisas cada vez maiores, pois no momento em que a sociedade se junta em prol de algo, pode fazer coisas grandiosas – levando em consideração que ainda a utilizamos para coisas não tão sérias. Esse conceito foi cunhado pelo francês Pierre Lévy, e Jenkins o considerou extremamente relevante quando buscou se aprofundar na cultura da convergência.

Após examinarmos detalhadamente os três pilares de Jenkins, vamos trazer o conceito de Maria Clara Aquino (2012), pesquisadora que trabalhou em sua tese “Convergência entre televisão e web: Proposta de categorização analítica” muitas bases teóricas do autor visto acima. Em seu projeto, Aquino busca mostrar que a convergência não acontece apenas pelos aparatos tecnológicos, mas também pelas pessoas, os consumidores que vivem junto à transformação cultural, a partir de seus hábitos e incentivos proporcionados pela própria sociedade. Além de Jenkins, a autora traz também Negroponte (1995), mesmo autor que serve de apoio para Jenkins em 2008. Em seu estudo, ele utiliza a palavra “multimídia” ao invés de

“convergência”, e entende que qualquer conteúdo pode ser capaz de circular em qualquer meio, sendo ele vídeo, foto ou voz.

Aquino levanta a questão de que na convergência um meio não desqualifica o outro, mas sim potencializa o conteúdo; inclusive, ela traz uma pesquisa que informa os brasileiros como principais consumidores de televisão via telefone celular. Assim, percebemos que o conteúdo que sai do analógico e vai para o digital não somente teve a mudança de meio no qual é visto, mas em toda a forma de consumo que se fez pela sociedade para que essa convergência ocorresse – e que ainda acontece.

3.1 Convergência no videoclipe

Agora que temos uma noção um pouco mais aprofundada dos termos, podemos fazer uma associação com a transição do videoclipe para a internet, ou melhor, podemos chamar de convergência, a qual começou com a exibição em telas de cinema, se proliferou na televisão, e depois foi para a internet, que nos dá possibilidade de visualização em computadores, notebooks, celulares e tablets. As opções são inúmeras, além do que, esse conteúdo pode ir também para mídias offline através de recortes, publicado em revistas e jornais.

Conseguimos perceber que um meio envolve o outro, mas pensando como ordem de sucessão, um inutilizaria o outro? O fato de o videoclipe ter seu canal expandido totalmente reestruturado prova que lá não é mais o local deste tipo de conteúdo? Errado. Vivemos nos renovando, a cibercultura nos comprova que estamos evoluindo de diversas formas; toda criação tem um objetivo, se antes tinha o rádio onde se ouvia novelas, veio a televisão contando a novela com áudio e imagem – mas o rádio não foi extinto, apenas mudou o seu foco de conteúdo, e isso aconteceu com videoclipe na televisão. Hoje em dia, ainda existem canais aqui no Brasil que passam videoclipes, temos como o exemplo o canal Multishow, da Globo, que tem seu foco para a cultura pop desde a sua criação em 1993, e tem um programa voltado para apresentação de videoclipes. Mas o que fez eles conseguirem manter o programa por tanto tempo foi a aceitação da convergência entre os meios, pois o programa tem um apresentador por toda a temporada, o qual sempre é um influencer ou cantor; no site do canal, existe uma votação dos melhores videoclipes, sendo os 25 mais citados escolhidos para serem exibidos na programação; além disso, existe um “esquentar” do programa por meio de *lives* no

Instagram. O canal se adaptou, manteve um programa e, a partir dele, gera conteúdo para outros canais.

Cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes. É por isso que a convergência parece mais plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformações dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução digital. Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias (JENKINS, 2008, p. 41-42).

E essa convergência se deu pela facilidade que o ciberespaço proporcionou. No livro de Jenkins (2008, p. 43), ele diz que “prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência”, e se, naquela época, ele soubesse tudo o que ainda iria vir a ser criado dentro das redes, diria que ainda não estamos prontos. Com isso, conseguimos ver o porquê dessa mudança de meio ter sido tão natural para o videoclipe, já que tanto o produto quanto o consumidor se adaptaram facilmente à forma que se desenvolveram nela. Os artistas, assim, puderam divulgar o seu trabalho, sendo ou não contratados por grandes gravadoras, passando através do seu trabalho o cotidiano que o público principal se identificava e tinha anseio por mais; do outro lado, há o consumidor que não quer apenas ficar sentado no sofá assistindo, pois quer poder conversar com os amigos sobre, quer compartilhar com o mundo a sua experiência.

...se pensarmos que a ampliação das possibilidades de comunicação dos meios só se deu porque o público desenvolveu esse perfil em função de um novo contexto que se fixa na sociedade, e que essa sociedade tem um produto que a traduz - o videoclipe. Percebemos, então, que os produtos midiáticos em geral, mas principalmente os videoclipes, que utilizam várias fontes e dependem de tecnologia que lhes permita uma transição mais rápida, acessível e eficiente, transformam de várias maneiras as experiências midiáticas das pessoas, tanto daquelas que operam as indústrias culturais, quanto das que consomem os produtos e das que participam dos mercados de identidade, no sentido de transitar de maneira mais rápida, livre e influenciadora. (LIMA-LOPES; MONTEIRO, 2012, p. 163).

A todo momento temos novidades; recursos são criados nos aplicativos, e com os consumidores testando, se descobrindo e começando uma nova cultura, o processo se torna muito rápido. A possibilidade de criação de conteúdo é inimaginável, todas essas ferramentas que nos auxiliam a editar um vídeo, recortar uma imagem e inserir textos, abrem uma gama de ideias para os consumidores.

Todo esse retorno por parte dos consumidores fez com que várias empresas começassem a dialogar mais com o seu público. No momento em que um artista possui fãs, ele entende que essas pessoas gostam do seu trabalho, mas nessa nova era, é muito além disso. O artista virou uma marca, na qual o fã espera ações e posicionamentos que firmam tudo aquilo que ele absorveu e transformou em sentimento. Jenkins menciona que:

O discurso de Heyer evoca a lógica da extensão da marca, a ideia de que marcas de sucesso são construídas pela exploração de múltiplos contatos entre a marca e o consumidor. A força de uma conexão é medida em termos de seu impacto emocional. A experiência não deve ser contida em uma única plataforma de mídia, mas deve estender-se ao maior número possível delas. A extensão de marca baseia-se no interesse do público em determinado conteúdo, para associá-lo repetidamente a uma marca (JENKINS, 2008, p. 105).

Juntando esse amor pelo trabalho do artista com os recursos disponibilizados na rede, a produção de conteúdo por fãs e apreciadores se tornou cada vez mais comum. Esses tipos específicos de produção abrangem vídeos caseiros, semiprofissionais, de opinião, de paródia, de colagem de fotos e de comparações. E pensando no site que falamos antes, o YouTube, sua propagação foi viabilizada quase que de forma instantânea para o mundo todo, inspirando cada vez mais novos consumidores.

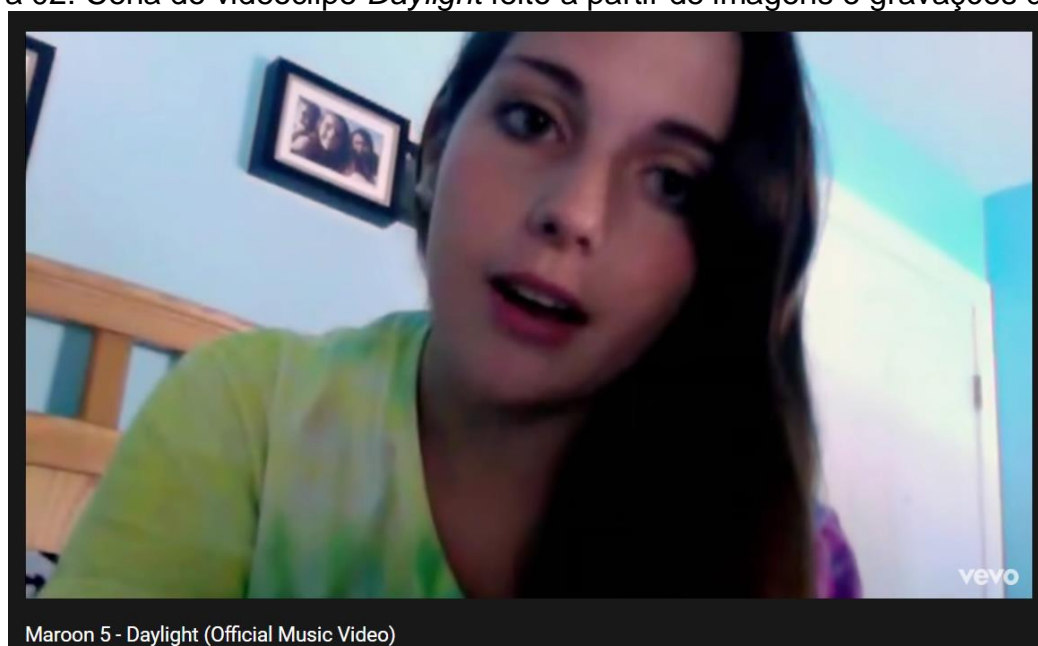
Em 18 de setembro de 2012, a banda estadunidense Maroon 5 lançou um projeto chamado *Daylight Project*⁷, que se referia ao videoclipe da música intitulada *Daylight*, que fazia parte do CD do mesmo ano, *Overexposed*. No site da banda foi solicitada a ajuda dos fãs, e, além disso, foi gravada uma série de vídeos, sendo um total de 30, com os próprios músicos fazendo um chamado aos fãs para participarem da criação do videoclipe da banda. Essa participação seria através de vídeos feitos pelos fãs, e como o vocalista Adam Levine fala em uma das chamadas, “queremos virar a câmera para vocês, nossos fãs (...) o que torna você especial, o que você faz, o que você ama”. Eles deram um passe livre para que eles interagissem, e o mais importante, foram essas participações que tiveram impacto direto no produto final que o fã consumiria depois, pois no momento em que um fã assiste o resultado, por

⁷ Para esse projeto a banda criou um site específico, que hoje se encontra fora do ar, com explicações para participação, além da divulgação nas redes sociais, maiores informações: <https://www.maroon5br.com/2012/09/17/maroon-5-anuncia-the-daylight-project/>.

mais que não participe, ele se sente representado ou cria uma ligação com outro fã que apareceu e contou algo que lhe toca da mesma maneira.

O resultado é uma produção audiovisual de 9 minutos e 34 segundos, tempo maior que a música original, mas que conseguiu trazer depoimentos rápidos dos fãs, inclusive alguns cantando junto com o vocalista. São recortes rápidos de vários vídeos enviados, de diversas qualidades de imagem. O vídeo foi lançado no dia 10 de dezembro de 2012, alguns dias após o lançamento oficial do single. Hoje, o videoclipe acumula 35.194.839 milhões de visualizações⁸.

Figura 02: Cena do videoclipe *Daylight* feito a partir de imagens e gravações dos fãs



Fonte: YouTube

Para os fãs, mesmo com os quase dez minutos de duração, a produção foi bem recebida, e fez com que eles se sentissem mais perto dos seus ídolos. Essa ação com o público trouxe aproximação e, principalmente, deu mais aval para a comunidade recriar em cima do material existente suas próprias versões. Um pensamento de Soares vai de encontro com isso quando ele diz que:

A ideia é que o fã “vire” o artista e “interprete” o clipe tal qual o seu ídolo (...). Videoclipes pautam uma relação de proximidade e espelhamento entre fãs e artistas. (...) O videoclipe fornece material simbólico para que indivíduos forjem identidades e modelem comportamentos sociais extensivos aos propostos pelas instâncias da indústria musical (SOARES, 2009, p. 11).

⁸ Disponível em: <https://www.YouTube.com/watch?v=N17FXwRWEZs>. Acesso em: 13 mai. 2021.

Nessa citação, Soares (2009) levanta uma questão que hoje é extremamente importante quando falamos em marca e consumidor, que é a relação de proximidade. Entretanto, não somente quando englobamos a indústria fonográfica e videoclipes, mas também quando o consumidor se afeiçoa a uma marca e a pega para si como idealizadora de feitos ou posicionamentos que exprimem seus sentimentos. O que ele mais espera e o motiva a seguir levantando essa bandeira é a relação que é construída por ambos, através da proximidade, e normalmente deve partir das marcas essa abertura, pois o fã apoia somente um número específico de marcas, ao passo que uma marca deve conversar com milhares ao mesmo tempo, sendo cada um com seu jeito único.

Ao longo deste capítulo vimos os três conceitos cunhados por Jenkins (2008) que, se analisarmos bem, se mostram como um processo que acaba captando os três pilares em uma sequência, pois quando percebemos a convergência acontecendo e aceitamos participar dela de forma ativa, normalmente já estamos nos posicionando e falando sobre determinado assunto, o que nos faz sermos atuantes e propagadores dessa informação. Hoje, vejo com extrema facilidade como se tornou normal as pessoas que são fãs seguirem esses conceitos no momento que estão agindo como tal, principalmente essa nova geração que já nasceu adaptada com toda a interação proporcionada pela internet. Além, também, de que a convergência do videoclipe em si ter parecido tão natural, devido ao público aceitar e embarcar junto, pois sem a ação por parte deles talvez não teria sido tão fácil. Foi um esforço dos dois lados para que o chegássemos aonde estamos hoje no ramo do audiovisual musical.

Assim como os fãs adaptaram tanto sua forma de agir quanto de consumir, nessa convergência, os cantores também precisaram trabalhar em si, e com isso a performance deles se tornou cada vez mais importante para sustentar sua marca, a identificação com o público e ideais que prezam. O que eles representam para seu público, quais memórias vão ser guardadas, quais videoclipes serão lembrados pela eternidade? Abaixo, vamos nos aprofundar um pouco mais na questão da performance.

4 PERFORMANCE

Segundo o dicionário Michaelis, performance significa “ato ou processo de realizar algo, atuação ou desempenho”, uma rasa resposta do seu real sentido. Se perguntássemos para as pessoas nas ruas o que elas diriam ser performance, teríamos inúmeras respostas, mas uma associação que normalmente pode ser feita é a ligação com famosos e artistas de diversas áreas, principalmente do entretenimento. Desta forma, podemos pensar que cantores automaticamente estejam ligados a este departamento. A seguir, veremos estudos aprofundados que nos atualizam sobre a performance para além do ato de apenas interpretar.

Diana Taylor, professora de estudos de performance na Universidade de Nova York, a qual também possui livros publicados nessa área, se mostra muito influente com a sua teoria sobre performance, e auxilia Pereira de Sá (2020, p. 69), que utiliza do seu pensamento sobre performance dizendo que se trata “de uma episteme, uma forma de produzir conhecimento e negociar posições a partir da tangibilidade dos corpos”; ela também diz que é “um processo comunicativo ancorado na corporeidade e ao mesmo tempo uma experiência de sociabilidade, uma vez que supõe regras e convenções negociadas” (PEREIRA DE SÁ, 2020, p. 69). Com base neste pensamento, já temos uma ideia melhor do que realmente a performance é; se normalmente pensamos raso, agora temos um aprofundamento que amplia a nossa visão. Percebemos o que muitas vezes pode ficar no inconsciente de quem vê o ato performático, que é a geração de conhecimento, o que o *performer* quer dizer com aquilo, o que isso pode significar para mim como pessoa de acordo com as experiências que carrego, e de que forma me impacta e se torna relevante para o meio social de cada indivíduo.

Seguindo os pensamentos de Taylor (2013), existe também a ideia de repetição, como um script que deve ser seguido. Essa percepção vem baseada em questões culturais previamente ditas e vistas pelas pessoas, e assim criando uma memória ou ligação em cima de vestimentas, estilos sonoros, geografia, assim por diante. Desta forma, tudo o que se possa caracterizar e que se torna associado a uma cultura, podemos, assim, complementar. Ela acredita que quando uma performance acontece, ela teve base em algo que já existiu e que possa ter incentivado o *performer* a fazê-la. Um exemplo que podemos ter sobre este

pensamento é o da apresentação no Rock in Rio Lisboa de 2018 da cantora Anitta⁹ – vale ressaltar que o seu estilo musical primário é o funk, o que já destoa do ritmo que se espera no evento, mas que foi um ponto importante para sua performance na abertura.

Anitta entrou no palco com um turbante repleto de bananas e outras frutas na cabeça, além de uma saia longa com uma fenda e uma blusa estilo *cropped*, todo em paetê amarelo, à la Carmem Miranda – que somente nasceu em Portugal, mas cresceu no Brasil –, a qual alcançou a internacionalidade, atuou em filmes de Hollywood, mas além de tudo, virou uma espécie de símbolo, sua imagem se tornou uma expressão do Brasil para os países estrangeiros. Toda a sua representação, ou melhor, performance, tanto em shows quanto em filmes, criou uma marca que nos faz associar não somente à pessoa, mas a sua história, cultura, como tantas outras coisas.

E é aí que a questão do roteiro a seguir se encaixa. Anitta, funkeira, que veio do Brasil, sul-americana, para cantar em um evento de grande influência na Europa, em Lisboa, Portugal, país em que Carmem Miranda nasceu. Com toda a representação a partir da vestimenta escolhida, tanto a de Anitta quanto a dos bailarinos, o telão com coqueiros e a música em remix de batida de funk da canção Tico-tico no Fubá, de Zequinha de Abreu, 1931. A cantora brasileira se coloca no lugar de Carmem de anos atrás, lançando sua carreira internacional, em busca da fama, da consagração, com um estilo musical não tão conhecido mundialmente – e que podemos dizer que ainda sofre preconceito aqui no Brasil –, mas que cada vez mais vem ganhando espaço e está pronto para essa ascensão.

⁹ Cantora, compositora e empresária, Anitta é uma brasileira que iniciou sua carreira musical com o funk e hoje vem ganhando cada vez mais espaço fora do país. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2018/06/25/anitta-evoca-carmen-miranda-no-rock-in-rio-lisboa-pela-forca-planetaria-da-imagem-tropicalista-da-brazilian-bombshell.ghtml>. Acesso em 25 mai. 2021.

Figura 03: Anitta durante sua performance no Rock in Rio Lisboa



Fonte: Site G1

Chegamos ao ponto em que se tem uma noção de performance, mas o que realmente seria performance para cada pessoa? O que um indivíduo enxerga como ato performático, pode não ser para outra pessoa. Amaral, Soares e Polivanov (2018) trazem o argumento de Schechner, que diz “não se pode determinar o que ‘é’ performance sem antes se referir às circunstâncias culturais específicas”, uma vez que “da perspectiva da prática cultural, algumas ações serão julgadas performances e outras não; e isto varia de cultura para cultura, de período histórico para período histórico” (SCHECHNER, 2006, p. 38). Ainda, segundo o autor, “de quem seriam as histórias e memórias que se tornariam visíveis?” (SCHECHNER, 2006, p. 72).

Com base nisso, se reforça a questão de cultura vivenciada tanto pelo *performer* que vai indicar algum tema, com um propósito em sua performance, como as experiências de quem assiste o ato. Podemos indicar que um fã, quando vai a um show de determinado artista, já tenha um conceito do que é trabalhado e o que espera deste artista, além da sua crença em cima do que aquele intérprete significa para ele, fazendo com que determinadas apresentações se tornem marcantes para si. Neste caso, é gerada uma troca de experiências passado pelo artista, e que o fã passa a partir da performance, gerando circulação de conhecimento e aumentando a carga cultural do ato. Amaral, Soares e Polivanov nos trazem um entendimento que sintetiza o que performances criadas especificamente para determinados momentos possam ser.

Nosso entendimento é de que esta prática dos corpos performatizando em eventos funciona como uma espécie de epistemologia que aciona o olhar em torno das ações incorporadas e as práticas culturais a elas associadas. Estamos falando da relação entre performance e vida cotidiana, em suas diversas acepções e recontextualizações culturais – refletindo especificidades históricas nas encenações e fruições. Performances e eventos, nesse sentido, podem ser entendidos como um processo social e comunicativo, conforme defende Frith (1996), que irão envolver uma complexa rede de agentes humanos e não-humanos – como artistas, fãs, críticos, produtores de eventos, marcas, instrumentos musicais, casas de show, meios de transporte, aparelhos de reprodução sonora e visual, dentre tantos outros – em conexões múltiplas de construção de relações e, não raro, significados e valores em negociação e disputas contínuas (AMARAL; SOARES; POLIVANOV, 2018, p. 72).

Se as negociações e disputas são contínuas a partir de uma performance, trazemos um pensamento de Taylor (2013) sobre a performance ser algo arquivado, como gravações, registros de imagens, ou ser o que foi presenciado, visto no momento do acontecimento, e ficou na memória. Acredito que com todo o acervo que temos hoje em dia em decorrência da internet e a evolução digital, a performance também toma novas configurações para exercer o seu propósito. No exemplo da Anitta no Rock in Rio, o público que a assistiu pessoalmente não possuía a idade para ter vivido na época da Carmem Miranda; eles foram informados desta referência através de registros, principalmente encontrados na internet, que os fizeram criar a associação e enxergar a continuidade de representação de uma artista para a outra. E nisso, trazemos o pensamento de Gumbrecht (2010 apud Amaral, Polivanov e Soares, 2017) sobre corpos e objetos que se afetam, independentemente se foi ao vivo ou “arquivada”.

Esta troca que ocorre nas performances ganhou mais força com a tecnologia, e por ser contínua, passa a novas pessoas – tanto artistas como fãs –, as quais se baseiam no que já foi apresentado perante a sociedade para conquistar mais trocas. É um processo sem fim no qual alguém teve que começá-lo, e a sociedade precisa compreender, mesmo com erros e acertos, que ajudou a formar o que nos inspira hoje – sejam vídeos no YouTube dos anos 80, fotos em preto e branco, ou até *lives* que ficam registradas sobre este ano atípico em que vivemos.

o entendimento de que se trata de um processo sempre inacabado, em construção. Ainda que certos atos performáticos e seus registros – como shows de música e apresentações teatrais – possam trazer uma ideia de término ou conclusão dos mesmos, eles não se encerram em si mesmos, causando afetações, reverberações e reelaborações mesmo após seu

suposto fim e que certamente se iniciam antes de seu começo (AMARAL; POLIANOV; SOARES, 2018, p. 71).

4.1 Performance no videoclipe

Após um entendimento maior sobre performance, vamos nos encaminhar para uma área mais específica do ato performático: o videoclipe. Ele que é um dos principais meios de publicidade e divulgação da indústria fonográfica, mas que carrega mais do que isso. Sabendo que todo o cantor, quando lança um single específico, e que vai ser a abertura de uma sucessão de lançamentos, ou que será o guia de um novo CD ou fase da carreira, um videoclipe logo é associado para atribuir mais valor àquele lançamento.

Se o clipe é sobre determinada música, normalmente se espera que a produção retrate o que é dito; se for uma música romântica, pode contar a história de um casal, por exemplo. Mas a performance em si não seria somente a representação da letra musical crua, ela carrega mais do que isso. Como vimos acima, ela vai ter traços que representam semelhanças com a sociedade, a história contada pode ser das lutas que o artista vive e passa para públicos que vivem o mesmo. A produção audiovisual aumenta, pela visibilidade, essa conexão de ter um sentimento recíproco de pertencimento ao que o artista diz:

Podemos sintetizar o fato de que encarar o videoclipe como uma performance da canção popular massiva não significa compreender este audiovisual apenas como uma “leitura sinestésica” dos sons da canção, mas, sobretudo, entender que, para além das configurações sonoras inscritas nos produtos da música popular massiva, há codificações de gênero e estratégias das trajetórias individuais dos artistas que implicam em determinadas leituras destes produtos (SOARES, 2014, p. 3).

Este sentimento criado com o público, trabalhado em cima de diversas circunstâncias apresentadas ao longo do clipe, de maneiras mínimas e até imperceptíveis para alguns, além de criar laços e semelhanças, pode gerar marcas. “Uma vez que, ‘marcando’ o objeto, de alguma forma, a performance se configura numa extensão também deste objeto, compondo uma máxima relacional que se edifica a partir da constituição entre objeto e performance-do-objeto” (Soares, 2014, p. 5), assim, construindo uma conexão entre clipe e música, na qual um se associa ao outro e aos artistas, abrindo passagem para, em cima desta performance, percorrer novos caminhos de identificação, algo que vai sempre se recriando.

A performance e o conhecimento daquilo que se transmite estão ligados naquilo que a natureza da performance afeta o que é conhecido. A performance, de qualquer jeito, modifica o conhecimento. Ela não é simplesmente um meio de comunicação: comunicando, ela o marca (ZUMTHOR, 1997, p. 37 apud SOARES, 2014, p. 5).

Podemos aqui trazer um pouco sobre o lado do fã que, ao se sentir marcado por uma performance, pode vir a ter a necessidade de também representar e fazer a sua própria versão em cima do caminho já iniciado pelo artista inspirador, assim, podendo gerar mais marcas em novas pessoas através do script seguido que um pega do outro, mas que também se recria, agregando novos caminhos para identificação, pois tudo se baseia no momento em que estamos vivendo e a transformação disso.

Performance é uma palavra que rodeia o nosso vocabulário hoje em dia, mas muitas vezes ela é dita sem o seu emissor saber seu significado. Neste capítulo, conseguimos perceber o que é a performance através de exemplos e com frases que nos guiam para um melhor entendimento. Como vimos anteriormente, a performance vai ser vista como tal de acordo com cada indivíduo e sua bagagem de vivência e conhecimento. Cada um de nós tem uma compreensão diferente da mesma performance, e vai depender apenas de nós mesmos para sabermos como ela vai repercutir. Já os artistas trabalham suas marcas desde os seus primeiros passos, e como Diana Taylor nos trouxe, eles vêm minados de “roteiros a se seguir” e “cases de sucesso” como suporte para mexer com nossos imaginários, e com isso, nos dando gatilhos mentais que florescem sentimento e experiências, nos permitindo conectar um com o outro.

Esses caminhos já percorridos e que se tornam viáveis para artistas hoje, podem se mostrar de diferentes formas, sempre levando em consideração o que o artista é em sua essência e o que quer passar para o público. Mas se formos afunilar nossa gama para um ritmo específico, sendo ele o pop, pensando em nossos exemplos citados ao longo deste trabalho, um dos elementos que se tornou figurinha carimbada foi a dança. Coreografias marcadas junto ao tempo forte da música, com passos criados exatamente para aquele contexto de música e videoclipe que marcou gerações. No capítulo a seguir, vamos buscar lá na origem como a dança se tornou presente no nosso cotidiano e como seus passos podem ser tão significativos quanto os próprios artistas.

5 DANÇA

Quando falamos em videoclipe, a música é um dos primeiros elementos que vem a nossa cabeça, mas também associamos a dança. Essa ligação se tornou comum para nós atualmente devido às festas, casas noturnas, locais que são propícios para ouvir música e dançar, além da própria cultura do nosso país que, em cada canto do Brasil, há um estilo de musical tradicional com uma dança específica. É relevante ressaltar que muitas das produções audiovisuais, principalmente as de gênero pop, vêm com coreografias predeterminadas. A origem da dança é extremamente antiga, Portinari (1989, p. 11) diz que “de todas as artes, a dança é a única que dispensa materiais e ferramentas, dependendo somente do corpo. Por isso dizem-na a mais antiga, aquela que o ser humano carrega dentro de si desde tempos imemoriais.” Se pararmos para analisar, dança é movimento, e os seres humanos, desde o momento do seu nascimento, aprendem a se movimentar. O que diferenciaria o movimento usual do dia a dia para uma dança seria o ritmo com que se executa. Como Portinari (1989, p. 11) relata:

Antes de polir a pedra, construir abrigo, produzir utensílios, instrumentos e armas, o homem batia os pés e as mãos ritmicamente para se aquecer e se comunicar. Assim, das cavernas à era do computador, a dança fez e continua fazendo história. Trata-se de uma história que abrange todas as grandes civilizações, do Mediterrâneo ao Pacífico. Dançava-se por alegria e luto, para homenagear deuses e chefes, para treinar guerreiros e educar cidadãos.

Nos seus primórdios, a dança era muito utilizada como forma de ritual. Há registros de pinturas em cavernas na África do Sul, que representaria uma dança em volta de um animal a ser abatido, além de tantas outras, como a dança da chuva e rituais da fertilidade. Com a evolução da humanidade, a dança seguiu o mesmo rumo, e foi tomando proporções maiores. Na Grécia, local no qual a dança sempre foi de suma importância¹⁰, se desenvolveu a dança teatral, que se tratava da mistura de coro e dança. Ela também se fez presente em reinados, mas de uma maneira não muito positiva, com bobos da corte, que eram escravos-bailarinos para entreterem a corte e seus convidados.

¹⁰ Segundo o livro História da Dança de Portinari (1989) os gregos deram especial importância à dança desde o início, a qual está presente em mitos, lendas e cerimônias.

Passamos por diversos períodos, inclusive o do balé clássico, muito importante para estudos de passos e gestos dentro do universo da dança. Esse estilo impulsionou a dança no mundo, desde seus primórdios nos reinados, até hoje em dia, com as renomadas escolas de balé pelo mundo, como a Academia Estatal de Coreografia de Moscou, conhecida informalmente como o Ballet de Bolshoi. Esse estilo nasceu na França, mas ganhou prestígio mundial na Rússia, onde muitos dos movimentos foram criados e, a partir destes princípios básicos seguidos, deu-se origem a novos estilos. Ainda é válido ressaltar que este universo sempre foi dominado pelos homens, somente em 1713¹¹ que Luiz XIV determinou a criação da companhia de balé permanente, na qual havia 10 homens e 10 mulheres – a partir daí que essa minoria começou a ser revertida.

Da mesma maneira que o videoclipe se transformou, a dança chegou a um patamar com o balé clássico no qual os próprios bailarinos, que sempre buscavam perfeição, cansaram. A dança, que era uma expressão deles através do corpo, ficou muito rígida para alguns e engessada nos padrões de sempre, o que desencadeou em bailarinos quebrando padrões, tirando as sapatilhas de ponta e voltando aos pés descalços com vestimentas mais soltas. Podemos dizer que foi uma volta às origens da dança, mas com toda a bagagem adquirida no percurso do estilo balé clássico. E foi nesta fase de descobrimentos através de experimentos e testes que a dança moderna surgiu. Faro (1986) diz que essa nova modalidade se trata de uma liberação para coreógrafos e dançarinos, que propõem a ideia de experimentação do novo a partir de métodos já existentes, da mistura de técnicas que antes eram padronizadas e usadas somente em um determinado contexto.

Há quem chame a dança moderna de “primitiva”, mas esse termo não significa exotismo ou arcaísmo subdesenvolvido, mas apenas “primazia”, ou seja, ela é primitiva no sentido de que voltou aos essenciais, ou seja, ao início básico da dança, liberada de artifícios como sapatos de ponta, tutus ou temas fantásticos. Ela procura ser, não uma criação artificial fertilizada pela fusão de ideias literárias com as convenções vigentes na dança acadêmica, mas um meio através do qual o artista possa expressar seus anseios mais de acordo com a vida do homem atual, seja numa forma específica ou de maneira comparativa (FARO, 1986, p. 116).

¹¹ Dados retirados do livro História da Dança de Portinari (1998), no qual ela fala sobre o balé profissional e de como as mulheres foram se inserindo neste universo que tinha os homens como dominantes.

Agora, se nos apegarmos na questão da dança no videoclipe, temos um estudo de Wosniak (2006) que traz um termo muito interessante sobre vídeo-dança. Termo esse que surgiu em 1988, e Wosniak (2006, p. 86), diz “a assimilação do sistema vídeo-dança como forma híbrida tem se desenvolvido ao longo do tempo, focalizando um novo estado do olhar para esta forma que pensa a dança, ao mesmo tempo, que influencia e transforma o movimento em imagem movimento do movimento”.

Neste estudo, a autora também passa que a dança é movimento e fluidez, ela acontece no momento, sem nenhum tipo de recorte. Quando entramos no mundo do videoclipe, existe o poder de transformação, é possível construir a imagem que quiser, pois serão extraídas imagens de movimentos, evidenciando momentos específicos para se expressar o necessário com aquela movimentação. E é aí que entra a questão de símbolo, pois quando falamos que a dança era, primordialmente, realizada para rituais, percebemos toda a força religiosa e cultural que uma sequência de movimentos pode ter. Segundo Wosniak (2006, p. 112):

Considera-se, portanto, que a linguagem, ou melhor, a signagem do vídeo-dança, como forma de representação, se corporifica em uma materialidade singular, dispositivo, suporte, canal ou *medium* de matriz icônica, que encontra na matriz do *sin-signo* indicial, dicente, o foco de dominância para sua inteligibilidade. Sendo o movimento um ícone, a imagem em movimento do movimento é um ícone do ícone, signo do signo.

O que nos confirma tal poder, e com as dimensões que a tecnologia tomou hoje, é que um recorte de uma imagem de um videoclipe, que já foi um movimento recortado previamente, pode se tornar uma hashtag ou memes nas redes sociais, tendo a chance de chegar a se tornar um ciberacontecimento¹². Então quando se produz um audiovisual com dança, há uma coreografia predeterminada que vai contar a história que o diretor ou artistas criaram, através de uma narrativa incorporada nos movimentos.

É válido ressaltar que se ainda houver alguma dúvida sobre o que seria a dança, Faro (1986) diz que dança é “tudo que se foi feito no passado, presente e no futuro, tudo que contribui efetivamente e que não traz frutos somente nos palcos, mas em telas de cinema, televisão. Que deixe de ser uma arte de elite e se

¹² Nome dado a um acontecimento que ocorre através das redes (digitais), tomando grande proporção e repercussão.

transforme num entretenimento popular que alcance todos”. Faro (1986) escreveu isso em 1986, mas acredito que a dança vem ganhando cada vez mais espaço. Na sociedade, temos diversos estilos de dança, abrangendo cada vez mais pessoas, cada qual com o seu entendimento e representação necessária para expressar essa arte. E com o auxílio da tecnologia, quem não se julgava capaz de dançar, hoje participa inclusive de *challenges* em aplicativos, no qual a pessoa reproduz alguma coreografia dos videoclipes famosos e compartilha na rede. As pessoas estão conseguindo quebrar algumas barreiras, seja por querer se sentir parte de algo, ou apenas demonstrar sua arte para o mundo.

5.1 A performance em dança

Após nosso rápido aprofundamento na origem da dança, no qual se percebe a potência que o balé clássico sempre teve neste meio artístico, também percebemos que novas formas de expressão nasceram. A evolução que estamos vivendo, tanto socialmente quanto tecnologicamente, afetam outros ambientes, e foi o que aconteceu com a dança. Hoje, com o auxílio da tecnologia, a capacidade de criação é infinita, dando assim uma liberdade maior de efeitos, imagens e performances.

Dança e performance se mostram conectadas, principalmente pensando em nossa pesquisa, pois, a partir de uma à outra, podem existir e perpetuar. Vimos anteriormente que na performance existe um resgate por parte do artista que se espelha em movimentos passados ou atuais próximos aos dele, e que incite o seu público consumidor, assim como outros, a fazerem uma conexão. Desta maneira, se cria um elo, no qual aquele ato se torna extremamente marcante e memorável, tendo um significado sempre que assistido, e que, ainda melhor, possa ser ressignificado com o tempo.

Podemos considerar que estes movimentos que existem criam representações e signos que facilitam associações e percepções, e a dança faz este papel através de passos e sequências que indicam uma narrativa a ser contada. E quem executa tudo isso é o corpo. Laura Pacheco (2011, p. 17) diz que é preciso “compreender o corpo como obra artística capaz de produzir um discurso em seu próprio fazer – ainda que, para isso, seja preciso subverter determinados padrões e convenções, sejam eles artísticos, sociais, culturais, para inaugurar outros”.

Sendo o corpo o aparato para essa comunicação, vamos trazer o estudo de Setenta (2008) que traz o conceito de fazer-dizer do corpo, no qual ela acredita que as performances do corpo vêm carregadas de significados, que o corpo “fala”, não de forma tradicional da escrita, mas sim por movimentos corporais. O artista possui total liberdade de criação, mas se formos dar um enfoque para cantores que produzem videoclipes com dança, temos que ter um olhar um pouco diferenciado.

Quando se tem uma proposta de venda com um videoclipe, não só o artista, mas toda a equipe de produção por trás, tenta englobar a mensagem principal de todas as formas possíveis, e a coreografia de um videoclipe é essencial para concretizar este feito. Nela, o artista, de acordo com seu repertório, vivência e contexto – já passado para o público –, inaugura uma nova via de comunicação para seu consumidor extrair associações que ampliem a sua visão.

Pensando neste contexto de videoclipe, existe a inserção do corpo neste ambiente, o corpo que dança e performa, inserido em um meio que é manipulado, dando uma nova significação no que já existe. Pacheco (2011) aborda esses acontecimentos como contaminações, mas é importante ressaltar a importância do ambiente para essa criação de contexto. O corpo repassa aquilo que absorve, tudo que entra, mas passa por uma ressignificação ao chocar-se com outras informações preexistentes nele, assim, o meio que ele está inserido influencia nas suas decisões de expressão para com a sociedade.

O discurso que um artista de dança constrói e apresenta por meio de ações, movimentos, imagens artísticas em seu trabalho, irá variar de conforme o modo com que esse artista se relaciona com seu ambiente, como encontra soluções e estratégias para atuar em seu contexto, como seleciona e organiza as informações cotidianas em seu corpo, quais são suas preferências estéticas, como desenvolve suas ideias de dança por meio de gestos, ações, movimentos. Sendo assim, podemos considerar que as ações do corpo estão diretamente implicadas com seu repertório conceitual – que abrange visões de mundo, posturas pessoais, atitudes, comportamentos, lógicas organizativas, estruturas de pensamento, posições políticas. Esta é uma maneira de entender o corpo numa ação ativa, autônoma, corresponsável pelo ambiente em que está inserido, e implicado diretamente seu contexto, assim como nas escolhas que faz, seja no campo pessoal, seja numa opção estética ou num modo de enunciar discursos num trabalho artístico. Isso nos enriquece: observar o campo da dança enquanto um campo de enunciação, bem como de produção de conhecimento (PACHECO, 2011, p. 22).

Além da dança, também devemos nos atentar para o composto que integra a performance no geral, que são figurinos, luzes, maquiagens, efeitos e cenário, pois

tudo vai ajudar na transmissão, uma forma de enunciação. Através do corpo, é feito um posicionamento, um pensamento é compartilhado, mas hoje, com a tecnologia, temos um maior alcance de pessoas, o que faz com o que antes era visto em um show específico em determinado momento, fosse disponibilizado para vários locais do mundo. E, ao passar por esse novo canal de interação, ele ganha novos significados; e melhor ainda se ele for mantido na rede, como no YouTube, e ser visto por uma nova geração, ganhando, assim, mais significados.

Para entender um pouco mais sobre essas possibilidades, podemos lembrar sobre o que se considera performance, mas também vamos trazer o autor Jorge Glusberg (2005), que aborda o assunto de corpo que discursa, além de trazer um apontamento importante para nós, que é considerar o corpo como um signo artístico. Ele ainda reforça que a interpretação desse corpo se torna mais complicada que o tradicional, o uso da palavra, pois são nos movimentos que se absorve a mensagem, o que nos remete à famosa frase de McLuhan (1982, p. 108) de que “o meio é a mensagem”.

Seguindo nesse pensamento do ambiente influenciar, trazemos a ideia de tradução cultural que “refere-se aos processos performativos de comunicação realizados pelos sujeitos e propõe que, para a convivência entre eles, é necessário considerar as diferenças culturais existentes” (PACHECO, 2011, p. 24). A cultura que pertence a cada um de acordo com a sua ambiência de vida, e que em diversos momentos entra em colisão com outras culturas, disponibilizando aos sujeitos estas interações, que considero necessárias para o surgimento de novas culturas. Cultura essa que não é apenas tudo o que a sociedade que estamos inseridos carrega de heranças passadas, mas tudo que agrega conhecimento, muda nossos hábitos, crenças e costumes.

Então, quando temos o corpo como um signo produtor de signos, podemos ter a compreensão de que essa recepção pelo lado do consumidor dos signos passados vai de acordo com a cultura que ele está inserido e que nessa determinada cultura, com o passar do tempo, determinados gestos ganharam associação direta a determinados significados, além de “discursos que foram se propagando ao longo do tempo e que se constituíram como senso comum” (PACHECO, 2011, p. 26). Sendo assim, esse choque de cultura que hoje a tecnologia nos rega, cria essas ressignificações, pois da mesma forma que temos base de conhecimentos do passado, com a evolução da humanidade e do mundo,

percebemos como somos capazes de mais, de abrir a mente ao novo, e de não ficarmos estancados com nossos achismos.

O confronto entre culturas se torna necessário principalmente para artistas que englobam tantas pessoas em seus movimentos, diversas culturas misturadas e que, após o conflito, criam um ambiente novo para conviverem – e através da performance do corpo que dança, isso é possível. Um exemplo que podemos trazer é do grupo global Now United¹³, composto por 18 componentes de diferentes nacionalidades, no qual eles cantam em diversas línguas e as misturam em uma única canção, além de seus videoclipes serem ambientados, cada um, em um país diferente. A dança é um dos principais conectores do grupo com os fãs, que através dos passos, replicam os movimentos, independentemente de suas origens, e cantam em línguas diversas, criando uma abertura de conexão entre diversas etnias, crenças e costumes.

5.2 Coreografia

Quando falamos de dança em videoclipe, não podemos deixar de fora as coreografias que fazem sucesso nas redes. O que antes fazia parte apenas dos shows, hoje engaja fãs a criarem suas próprias versões, movimenta *challenges* em aplicativos e, principalmente, aumenta a visibilidade da produção e do artista.

Segundo Trindade e Valle (2007, p. 205), “o termo ‘coreografia’ surge em 1700 na corte de Luiz XVI, para nomear um sistema de signos gráficos (notação da dança capaz de transpor para o papel o repertório de movimentos do balé daquela época).” A coreografia seria nada menos do que o ato de criar na dança, e quem fazia isso era chamado de coreógrafo.

Importante ressaltar que na história da humanidade, a escrita foi a maneira que encontramos de registrar e guardar acontecimentos, seja em pinturas em cavernas ou palavras soltas em pergaminhos, os registros estão ali presentes fisicamente para eternidade. Mas o movimento, a pose coreografada, não – lembrando que a fotografia e as tecnologias de gravação são bem mais recentes. Além disso, a dança é baseada em cultura, e quando a mesma é extinta ou esquecida, aquilo se evapora e nunca mais volta.

¹³ Fonte: <https://www.nowunited.com/>. Acesso em: 14 jun. 2021.

É obrigação e responsabilidade de cada geração, à sua maneira, contribuir de alguma forma para o acréscimo do conhecimento humano. (...) Isso também acontece com a dança. A necessidade de registro e perpetuação dos movimentos coreográficos fez com que fosse desenvolvida a “escrita da dança” ou “notação coreográfica” (TRINDADE; VALLE, 2007, p. 204).

Quando falamos sobre essa notação coreográfica, a questão do movimento, da pose, se destaca e traz à tona o simbolismo. Junto com toda essa teoria sobre a coreografia, vamos incrementar um estudo de narrativa que irá nos ajudar a compreender essa ideia da história de que os passos predeterminados querem passar.

Começamos com Squire (2014, p. 273), que nos diz “Uma definição muito ampla de narrativa como uma cadeia de signos com sentidos sociais, culturais e/ou históricos particulares, e não gerais.” E se formos falar em signos, podemos fazer uma conexão com o que Trindade e Valle (2007) dizem sobre o símbolo ter múltiplos significados e poder entrar em várias dimensões sociais. Assim, podemos concluir que um movimento dentro de uma coreografia pode se tornar um símbolo para um grupo, religião ou até mesmo identificar alguma pessoa, pois será associado quando executado pelo poder dessa cultura e representação incorporadas nele.

O “símbolo” é um elemento essencial no processo de comunicação encontrando-se difundido pelo cotidiano e pelas mais variadas vertentes do saber humano. Embora existam símbolos que são reconhecidos internacionalmente, outros só são compreendidos dentro de um determinado grupo ou contexto (religioso, cultural, etc.) (TRINDADE; VALLE, 2007, p. 207).

É muito frisado que a coreografia e a narrativa, como já podemos perceber, se conectam quando falamos de videoclipe, pois a coreografia vai contar o enredo através dos movimentos e passos e a história contada na produção, gerando todo um contexto e peso cultural na sociedade.

A narrativa pode operar em várias mídias, inclusive em imagens imóveis. Ela deriva simplesmente da sucessão de signos, independentemente do sistema de símbolos, da mídia ou da “matriz semiótica” em que esta sucessão ocorre. No entanto, em uma narrativa, o movimento de signo para signo tem um significado social, cultural e histórico reconhecível. (SQUIRE, 2014, p. 273)

Ao mesmo tempo em que temos essa produção cultural preestabelecida nas narrativas, devemos nos atentar que a falta de mensagem transmitida também pode

trazer um comunicado. E se falarmos em compreensão de mundo, conseguimos conectar com os autores que trouxemos anteriormente, Janotti e Alcantara (2018), que dizem que podemos abordar o videoclipe como um conceito de criar mundos, que ele é um produto com diversas camadas, algumas não tão evidentes como as outras. Todavia, essas camadas mais profundas da narrativa passada através da coreografia podem ter um poder maior de impacto, mas que determinado público irá receber, dependendo de diversos fatores para essa compreensão.

6 PERCURSO METODOLÓGICO

6.1 Pesquisa da pesquisa

Neste capítulo, iremos trazer a metodologia escolhida para a busca de nossos objetivos, com base em autores, mas vamos iniciar esta primeira parte do processo da pesquisa buscando compreender como o tema escolhido é visto e está circulando na sociedade. É necessário fazer uma pesquisa da pesquisa, tanto para melhor entendimento, como para contribuir para que a mesma se desenvolva. Após procurar em vários locais, o site que se tornou mais pertinente foi o Google Acadêmico, no qual encontramos em torno de sete pesquisas, mas apenas três irão nos guiar neste processo devido ao conteúdo, que segue a mesma linha de pensamento deste projeto.

Vale ressaltar que no momento da pesquisa as palavras-chaves utilizadas foram: coreografia, dança, narrativa, videoclipe e paródia, as quais trouxeram inúmeras pesquisas como resultado, mas grande parte não seguia as ideias principais deste projeto, que aborda um estudo da dança coreografada em uma produção audiovisual. Sendo assim, as pesquisas escolhidas abordam pensamentos importantes para nos auxiliar dentro dos objetivos propostos.

Em 2014, o Dr. Odailso Berte, da UFSM, escreveu o artigo “VOGUE: dança a partir de relações corpo-imagem” (2014). No início, é explicado todo o conceito da dança Vogue, onde ela é inserida e seu objeto de pesquisa, que é o videoclipe da cantora Madonna, intitulado Vogue. Em determinado ponto, ele comenta que “Damásio (2010) afirma que a mente é uma combinação de imagens presentes e recordadas”; quando fala sobre a imagem vista, tudo o que recebemos de informação passa pelo nosso sistema de compreensão preestabelecido, os circuitos neurais, que nos ajudam a identificar o que está sendo transmitido e nos faz chegar a opiniões como ambiente, cultura, e o momento em que a imagem é inserida. Essa parte se vincula à questão de entender como as coreografias estudadas nesta pesquisa chegaram a um patamar tão elevado.

Outro pensamento que compartilhamos é quando ele cita as autoras Katz e Greiner (2001, p. 73), que dizem que a cultura é “um sistema aberto, apto a contaminar o corpo e ser por ele contaminado”. Nesta linha de pensamento, podemos ver a maneira com que a cultura pop – que será a cultura estudada neste

trabalho – vai contaminando, e mais especificamente, sobre como as coreografias são uma forma das pessoas se apropriarem desta cultura e, assim, também se tornarem contaminadores. Ele finaliza o artigo dizendo que nós, corpos, somos mídias e usando uma das mais famosas referências de McLuhan (1982, p. 108), “o meio é a mensagem”, destaca que “o corpo é mídia... Ao dançar, o corpo mídia não apenas transmite uma mensagem, ele próprio é mensagem que se transmite pelo movimento.” Então, tudo ao seu redor influencia em como isso vai ser transmitido para os outros.

Outra pesquisa escolhida foi a de uma estudante da Unisinos, Carlise Scalamato Duarte, sobre “Coreografias Audiovisuais – *This is it*” (2010). Este trabalho apresenta vários pensamentos importantes para nos guiar nesta pesquisa, tendo explicações não apenas sobre a coreografia em si, mas também a questão da imagem recebida, o movimento em si, e o que ele corresponde. Em certo momento, Duarte cita Wosniak (2006, p. 34), que afirma que “a dança é um texto (signo) e que a coreografia é a sua grafia no espaço (signagem), e ao ser midiaticizada passa a ser um elemento do processo de produção audiovisual”. Isso nos indica que a dança é uma linguagem, e que os movimentos têm traduções muito mais complexas do que imaginamos, e assim pode nos levar à melhor compreensão de como certos movimentos se tornam tão simbólicos e significativos para as pessoas.

Ela também nos expõe sobre a questão de lembrança, como certas coisas ficam guardadas e o que faz elas se conectarem. Ainda com o pensamento do simbolismo que queremos falar com a pesquisa, tudo que agregaria para ter toda essa representação de pensamento que nos aproxima do pensamento do simbolismo sobre coreografia, na qual Robatoo (1994) afirma que coreografia é identificada como mídia e, assim sendo, traz em si signos diversos, emissores de discursos sobre o corpo, estéticas, entretenimento e discursos políticos – talvez explicando e nos incentivando a buscar dentro destes nichos um possível motivo para a representação do movimento. Outro ponto importante da pesquisa de Duarte é que ela opta por métodos como análise fílmica e estudo de caso. Ambos os métodos se mostraram pertinentes com geração de resultado, e acredito que irá auxiliar com esta pesquisa que pretende analisar quatro videoclipes distintos.

Por último, temos um artigo de 2017, “Vídeo e *storytelling* num mundo digital: interações e narrativas em videoclipes”, dos pesquisadores Rodrigo Oliva, José Bidarra e Denize Araújo. Com ele, o propósito foi ter um entendimento melhor sobre

narrativas focadas na era digital. Os pesquisadores falam bastante sobre Jenkins e o livro “Cultura da Convergência”, que fala: “cria-se um ambiente onde a interatividade e a participação individual são as referências mais marcantes.”

Uma frase que chamou a atenção e caminha junto aos pensamentos desta pesquisa é: “percebemos que grande parte dos novos videoclipes são apresentados com a intenção de se contar histórias.” Assim, percebemos que a funcionalidade do videoclipe, que era de promover, se manteve de certo modo, mas mudou a forma de se fazer isso, e como vimos na pesquisa sobre o documentário do Michael Jackson, a dança entra na categoria de contar história através do movimento.

Finalizando, também é apresentado um pensamento de Vernalis (2004) que “aponta que o formato dos videoclipes é bastante fluido.” Após todas as buscas destas pesquisas, muito foi falado sobre essa fluidez que também é presente na dança, algo contínuo – por mais que se tenham os cortes de câmera, tudo se interliga para chamar a atenção do público, e isso pode ser mais um ponto de foco para a busca do objetivo desta pesquisa.

Agora que tivemos um contexto do tema e até mesmo exemplos de como essas pesquisas optaram por seguir suas análises, iremos trazer os procedimentos metodológicos utilizados para compreensão e auxílio com a busca do entendimento de objetivo desta pesquisa, sendo utilizada a análise de conteúdo de Bardin (2016) com base na semiótica dos estudos de Santaella (2012).

6.2 Tipo de pesquisa

Essa pesquisa nasceu do questionamento da autora relacionado a uma área na qual sempre esteve presente, através de inserção em vários meios os quais tinha acesso ao conteúdo e liberdade para interação. Visto isso, se percebe que a análise de todos esses materiais se mostra mais eficaz para a compreensão da pergunta deste projeto. Portanto, o tipo de método optado para esta pesquisa foi o qualitativo.

Desta maneira, vamos optar pela análise detalhada de todos os aspectos dos quatro videoclipes já escolhidos, se apegando em questões como: interpretação, contexto de acordo com histórico do artista, cenário, figurino e, por fim, a dança, para assim possuir uma análise mais aprofundada e, a partir da semiótica, chegar aos objetivos finais deste trabalho.

Bardin (2016, p. 37) nos diz que análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Ele também afirma em seu livro que não existe uma receita de bolo a se seguir, mas apenas algumas regras, visto que dentro do campo das comunicações, são inúmeras as conversas que podem surgir e mensagens que podem ser passadas. Além disso, também depende dos objetivos de análise para poder buscar as melhores formas de interpretação do conteúdo. Por isso que, visto o objetivo desta pesquisa, nossa principal fonte de conteúdo é a internet, através de sites, pesquisas, vídeos, e até filmes.

6.3 Semiótica

E, para nos guiar dentro desta análise de conteúdo, a semiótica nos guiará para interpretação maior dos símbolos e mensagens ditadas, não somente na linguagem escrita ou verbal, mas todos os outros elementos que conversam conosco, sem estar totalmente atentos a eles.

Para entender melhor sobre a interpretação das produções que nos são inseridas todos os dias através dos vídeos, vamos buscar, por meio dos estudos sobre semiótica do Charles Sanders Peirce, caminhos que podem nos ajudar no percurso deste projeto. Semiótica é a ciência do signo, “que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido” (SANTAELLA, 2012, p. 19).

Quando falamos em linguagem, a comunicação verbal é a primeira forma de se expressar que pensamos; ela é direta e, em cada língua falada, as pessoas já entendem o significado das palavras ditas, pois seguem leis de sentidos preestabelecidos que todos devem seguir, e a partir deste entendimento, seguem um fluxo de troca de ideias. A todo o momento, estamos à mercê de novas informações, o ambiente que nos cerca está sempre carregado de novidades, imagens, sons e cheiros que nos fazem pensar a partir do momento no qual cruzamos com eles, e essa comunicação entre pessoa e informação acontece sem ter um ensaio prévio. Ao entrarmos em contato com ela, já formulamos nossos entendimentos, que variam de pessoa para pessoa. Tudo é informação, então podemos considerar que a dança também é. Através dos movimentos e gestos,

podemos compreender a história que querem nos passar, a mensagem que querem dizer.

Ressalto que, em seus estudos, Peirce considera todos os tipos de linguagens, sendo elas verbais ou não, assim, é incluído todo um sistema de signos que gera comunicação na sociedade – signos esses que podem ser compreendidos através de todos os nossos sentidos (visão, audição, paladar, tato e olfato). E por signos, podemos dizer que é tudo o que vemos, mas percebemos que ele não está ali somente por estar, e sim porque ele abre um leque de novos significados, e aparece como representações que podem ser diversas, de acordo com a associação que a pessoa faz através de memórias, conhecimento prévio, emoções. Segundo Ferreira (2014, p. 14), “representações são imagens criadas de forma relacional, pois se originam pela conexão de fatores de diferentes níveis: sociais, culturais, ambientais, aparatos sensitivos e motores, neurais, emocionais, pela capacidade humana de imaginação seletiva, entre outros.”.

Entrando um pouco mais na questão do signo, podemos dizer que Peirce o escolheu como unidade de estudo, pois signo seria um sinal indicativo. A partir dessa percepção, o filósofo determinou três modos do signo conversar com a sociedade, sendo eles: ícone, o qual podemos considerar um modelo que se assemelha ao objeto; índice, um parâmetro que produz efeito sensorial, indicando o significado do objeto; e por último, o símbolo que tem uma relação totalmente seguida pelas convenções já existentes na sociedade.

Os sons da língua que ouço são signos de conceitos que aprendi a associar a ela; [...] a cor cinza nas nuvens é sinal de chuva; [...] também posso acreditar que ver gato preto é sinal de azar; [...] Vê-se que tudo pode ser signo, a partir do momento em que dele deduzo uma significação que depende de minha cultura, assim como do contexto de surgimento do signo (JOLY, 2007, p. 32-33).

Se nos atentarmos, percebemos que o pesquisador sempre utiliza tríades para dar explicação e formas de melhor compreender seu estudo. Dentro da semiótica, temos três ramos: as lógicas universais, a gramática especulativa, a lógica crítica e a retórica especulativa. O primeiro é aquele que ficou mais conhecido no decorrer do século XX, pois é nele que são estudados os mais variados tipos de signos; o segundo, tomando como base os diversos tipos de signos ou modos de condução do pensamento, estuda os tipos de inferências, raciocínios ou

argumentos: a abdução, a indução e a dedução; e o terceiro tem por função analisar os métodos a que cada um dos tipos de raciocínio dá origem (SANTAELLA, p16. 2018).

Santaella (2012; 2018) vai nos amparar neste capítulo, pois sua linha de pensamento para seus estudos tem base nos apontamentos de Charles Peirce na semiótica. Em suas buscas, ela traz pensamentos sobre o aumento de signos na sociedade, desde a revolução industrial até a era da tecnologia, a qual vivemos hoje, que abrange o leque da comunicação entre culturas, produzindo, assim, cada vez mais signos, e nós, como pessoas, os compreendemos. Importante ressaltar que esse caminho proposto não vai nos dar o resultado facilmente, pois para chegar ao final do percurso, cada indivíduo vai traçar sua análise, seguindo as indicações de Peirce (2005) para auxílio no percurso, mas os entendimentos e significações que vêm por parte dela só se concluem através de toda a bagagem que carrega de toda sua vida.

Ela funciona como um mapa lógico que traça as linhas dos diferentes aspectos através dos quais uma análise deve ser conduzida, mas não nos traz conhecimento específico da história, teoria e prática de um determinado processo de signos. Sem conhecer a história de um sistema de signos e do contexto sociocultural em que ele se situa, não se pode detectar as marcas que o contexto deixa na mensagem. Se o repertório de informações do receptor é muito baixo, a semiótica não pode realizar para esse receptor o milagre de fazê-lo produzir interpretantes que vão além do senso comum (SANTAELLA, 2018, p. 28).

Todos os estudos que Peirce realizou o fizeram chegar à conclusão de que existem apenas três elementos nos fenômenos que se mostram perceptíveis a nossa mente. Para ele, começamos pela primeiridade, que é somente o primeiro olhar, o que o signo mostra por si só, sem especulações, sem julgamentos que normalmente já nos vêm à cabeça. É a abertura para as possibilidades por si só, pois destaca-se o que é mostrado de forma crua. Depois, vem a secundidade, que possui a ideia de ação e reação; nos tornamos um observador do que nos é apresentado, podemos ter dúvida, um conflito ou até surpresa. Nesta etapa, temos que usar nossa percepção, através da situação em que somos colocados, e distinguir todas as suas partes. E para finalizar, temos a terceiridade, que é ligada a inteligência. Neste momento, generalizamos tudo, buscamos retirar dele tudo o que podemos, tudo que possar nos ajudar na busca de significação, incluindo o nosso particular (PEIRCE, 2005).

A forma mais simples da terceiridade, segundo Peirce, manifesta-se no signo, visto que o signo é um primeiro (algo que se apresenta à mente), ligando um segundo (aquilo que o signo indica, se refere ou representa) a um terceiro (o efeito que o signo irá provocar em um possível intérprete). Em uma definição mais detalhada, o signo é qualquer coisa de qualquer espécie (uma palavra, um livro, uma biblioteca, um grito, uma pintura, um museu, uma pessoa, uma mancha de tin-ta, um vídeo etc.) que representa uma outra coisa, chamada de objeto do signo, e que produz um efeito interpretativo em uma mente real ou potencial, efeito este que é chamado de interpretante do signo (SANTAELLA, 2018, p. 29-30).

Após percorrer este caminho, o sujeito consegue absorver, de fato, todo o potencial de significação que o signo passa para ele. Se formos simplificar, podemos dizer que o signo é o que representa outra coisa, ele toma um lugar de representação no momento que um interpretante se depara com ele, causando, assim, um efeito interpretativo por parte do interpretante em cima do signo.

Atentando-nos neste efeito interpretativo, no momento que é feita a interpretação deste signo, que varia de acordo com o intérprete, podemos lembrar que a semiótica vem do estudo dos fenômenos, então essa interpretação que vai ser feita sem nenhum aviso prévio e que pode ocorrer em qualquer situação, pode causar efeitos interpretativos diferentes entre o indivíduo e o coletivo, de acordo com suas emoções no momento. Santaella (2018, p. 32) diz que “signo é aquilo que dá corpo ao pensamento, às emoções, às reações etc. Por isso mesmo, pensamentos, emoções e reações podem ser externalizados. Essas externalizações são traduções mais ou menos fiéis de signos internos para signos externos.” Emoções essas que podem ser intensificadas a partir do conhecimento de novos signos que já englobem um contexto preexistente para o interpretante, como por exemplo, um artista que se reinventa e que, a cada lançamento de single ou videoclipe, coloque a sua marca para similaridade instantânea a quem o assiste, aumentando, assim, a ligação com o público de diversas maneiras.

6.4 Recriação de sentido

Vamos seguir no pensamento dos videoclipes como produtores de sentido e cada signo que ele pode apresentar em toda a sua duração. Devemos pensar que além da produção do videoclipe, é feito um processo de marketing em cima desse lançamento, o que envolve entrevistas, ensaios fotográficos, postagens julgadas

pelo público serem misteriosas, mas que normalmente vêm carregadas de signos que já ajudam os fãs a desvendar o que pode vir com este trabalho e o que eles têm a dizer.

Os videoclipes, hoje em dia, não possuem uma regra de estruturação ou interpretam exatamente o que a letra diz. Apresentamos a pesquisa de Daniela Aguiar para nos auxiliar com a tradução intersemiótica, que é considerada um fenômeno nos meios das obras de arte e movimentos artísticos, mas que, na verdade, em sua tradução, não ocorre como na língua falada, a qual pegamos exatamente o mesmo sentido, como do português para o inglês, mas sim como uma recriação. A autora se baseia nos estudos de Haroldo de Campos, que trabalha a tradução intersemiótica como uma leitura crítica e inventiva. “A recriação em sistemas muito diversos pode ‘libertar’ a tarefa tradutória da dimensão predominantemente semântica a que as interpretações mais correntes estão vinculadas, forçando fonte e alvo a revelarem-se em diversos níveis e propriedades” (AGUIAR, 2017, p. 352).

Pensando no fato de que, na tradução, a pessoa que traduz somente repetiria a mesma coisa, não se destacando e se excluindo da equação, podemos receber melhor a tradução como recriação, pois a partir da absorção, o tradutor recria em cima do que já está feito. A autora nos lista os principais princípios da tradução intersemiótica, sendo eles:

As premissas mais importantes sobre tradução intersemiótica, relacionadas à obra de Campos, são: (i) inseparabilidade entre forma e conteúdo; (ii) a tradução não é fiel a sua fonte, é, por outro lado, uma nova criação; (iii) manifestações artísticas e culturais podem divididas em níveis ou camadas de descrição; (iv) a tradução é uma operação de leitura crítica e as decisões do tradutor são atos críticos (AGUIAR, 2017, p. 354).

A partir dessas premissas, conseguimos relacionar a questão da cultura de fã que vimos anteriormente, na qual temos a cultura participatória. Devido ao acesso que temos da tecnologia e comunicação mundial, os fãs se sentem à vontade em compartilhar seus pensamentos e replicar ações dos seus cantores preferidos, sendo um exemplo disso os fãs que recriam videoclipes, estilo de se vestir, coreografias.

Além também da questão da cultura de fã e convergência estarem cada vez mais ligadas à semiótica, pois com o avanço da tecnologia, a humanidade tem

criado cada vez mais signos, como Santaella (2018) afirma, e isso a instiga para mais estudos sobre a área. Quando uma pessoa se depara com um signo que venha de um cantor em específico, ela busca em toda a sua experiência algo que se conecte para, então, haver esse estalo que lhe faz criar associações.

Acredito que com o acesso à rede, acrescido aos *trending topics*¹⁴, além das principais notícias tanto em sites como na TV, ou imagens no Instagram e até mesmo *challenges* no TikTok, a geração de conteúdo, por parte dos fãs, que gira cada vez mais esse meio, influencia para que determinado artista seja conhecido através destes signos ou a partir das marcas que ele cria ao longo da sua carreira, para que sejam exaltadas e sempre lembradas.

A partir desta metodologia, após a escolha dos quatro videoclipes, começamos a análise, a qual foi seguido um passo a passo estipulado pela autora, que podemos separar em três etapas: primeiro, pegamos a produção mais antiga, seguindo em ordem cronológica, a fim de um melhor entendimento da evolução dos clipes. Na primeira etapa, os clipes foram assistidos em torno de 4 ou 5 vezes, para absorção e análise dos apontamentos que mais se evidenciavam, como se fosse uma pessoa assistindo o videoclipe pela primeira vez. Após esses apontamentos iniciais, foi revisto o material teórico deste trabalho e, separado dentro de cada capítulo, os principais pontos necessários para melhor compreensão dos clipes e busca pelo objetivo. Assim, seguimos para uma análise mais demorada e detalhada, na qual víamos o clipe pausadamente, separando em imagens os principais momentos de acordo com os tópicos vistos.

Com isso, iniciamos a dissertação com inclusão destas imagens para dar enfoque nas representações que eram indicadas. Terminada essa análise, iniciamos a pesquisa na internet, buscando todo o tipo de conteúdo ligado aos clipes que nos ajudassem a responder as perguntas de pesquisa. Com as quatro análises finalizadas, seguimos para o último passo, que foi pegar a ligação dos quatro clipes entre si, e juntar com o nosso embasamento metodológico em cima da semiótica.

¹⁴ Também conhecido como “assuntos do momento” em português, é uma aba do Twitter destinada para os tópicos e termos mais falado na rede em um determinado período.

7 DESCRIÇÃO DAS AMOSTRAS

Após explicados nossos métodos de pesquisa, seguiremos para os critérios escolhidos para definição dos objetos a serem analisados. Quando o questionamento primário veio à tona, foi feita uma busca inicial na internet sobre videoclipes com dança, e neste primeiro momento foram indicadas matérias com títulos dos quinze videoclipes mais famosos por suas coreografias, e vinte clipes com coreografias inesquecíveis – o que foi de grande importância, visto que já começávamos a criar a nossa lista de indicados. Depois, outro fator que influenciou foi o conhecimento prévio da autora, que sempre acompanhou bastante este tipo de conteúdo, e que incluiu alguns novos e confirmou a importância de outros através das pesquisas realizadas.

E, a partir desta pesquisa inicial, se iniciou a escolha dos 4 videoclipes a serem analisado através de critérios, sendo eles: ser videoclipe do gênero pop e que possua coreografia em uma parte do seu desenvolvimento. A partir dessas duas determinações, fizemos uma seleção dos 4 videoclipes a serem analisados, ressaltando que, dentro destas duas categorias, existe um número considerável de produções realizadas ao longo dos anos, mas como vamos ver na sequência, os clipes escolhidos carregam algumas particularidades que vão nos auxiliar a um melhor entendimento de problema de pesquisa. Também foi separado dentro dos clipes a categoria de ano de lançamento, buscando, assim, uma maior compreensão do consumo destes videoclipes, trazendo produções de décadas distintas, prezando analisar sua repercussão desde seu lançamento ou inserção na sociedade até os dias atuais.

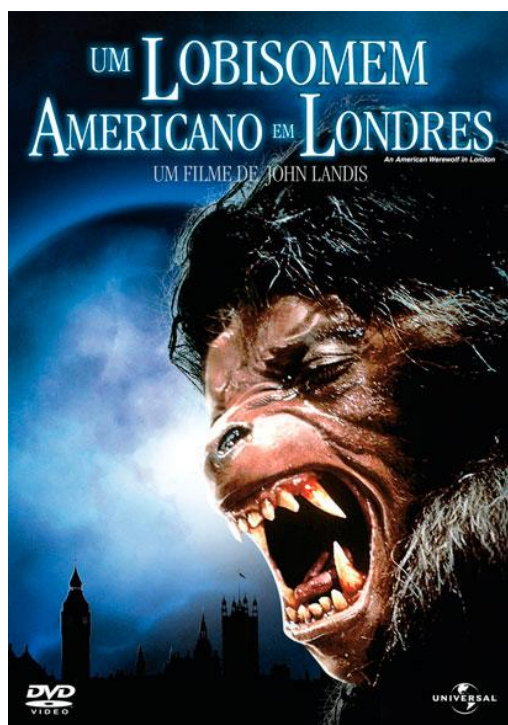
Importante ressaltar aqui que o videoclipe a seguir sempre foi de curiosidade da autora, sendo ele um dos fatores que a motivou a seguir com essa pesquisa e que, por isso, entrou como o primeiro da análise, como veremos abaixo.

7.1 *Thriller*

O primeiro videoclipe que vamos analisar é o do cantor Michael Jackson. Lançado em 12 de dezembro de 1983, o videoclipe da música *Thriller*, nome também utilizado para intitular o álbum completo do artista, foi dirigido pelo cineasta

John Landis¹⁵, que em 1981 fez o filme “Um LobisOMEM Americano em Londres”, produção com gênero similar ao trabalhado na produção audiovisual de *Thriller*. Além de contar com um diretor da área cinematográfica, o clipe ainda teve um orçamento entre 500 mil e 1 milhão de dólares – fontes divergem no valor correto, mas de qualquer modo, foi um valor grotesco até para os dias de hoje, quando falamos sobre uma produção audiovisual musical. Na época, a produtora não se mostrou satisfeita com toda a produção e custos gerados, com isso, fizeram um *making of* que foi vendido para uma emissora de TV para ajudar nos custos.

Figura 04: Uma das capas do filme “Um LobisOMEM Americano em Londres”



Fonte: Site EWMIX.COM

Após assistir ao filme do diretor John Landis, Michael Jackson entrou em contato com ele contando sobre sua intenção de fazer um videoclipe com aquela temática, e ao mesmo tempo, conversou também com o coreógrafo Michael Peters, parceiro de outros trabalhos como “Beat it” (1983), para se juntar ao projeto. O desafio aqui era fazer uma coreografia para “levantar” um exército de mortos vivos para dançar junto a ele. No fim, a coreografia foi criada em parceria com o cantor,

¹⁵ Cineasta, produtor e roteirista, além de ser conhecido pela direção do filme “Um LobisOMEM Americano em Londres” (1981), também dirigiu “Os irmãos cara de pau” (1980). Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/John_Landis.

que sempre teve aptidão para a dança. Um fato interessante é que o videoclipe foi lançado quase um ano após o lançamento do álbum, diferente do que vemos hoje em dia. Levando em consideração que a música intitula também o álbum, e ele se mostrou ímpar para alavancar ainda mais o vinil. Com o seu lançamento, *Thriller* conseguiu se manter por 17 semanas no topo das mais ouvidas das paradas e fez com que a MTV comprasse seus direitos para passar na sua programação de forma exclusiva, o que foi um marco para a época, pois a partir deste momento, artistas negros começaram a ganhar cada vez mais espaços na programação, o que antes não acontecia.

Outro fato importante de se ressaltar é sobre o tempo de duração da produção, que é de quase 14 minutos, tempo normalmente relacionado a curtas-metragens. No total, a canção tem apenas 5:55 minutos. Com isso, podemos perceber que Michael não queria trabalhar somente a música, mas também todo um contexto que queria passar para quem assistisse. Toda a produção foi pensada nos mínimos detalhes para impactar o público, com um clima de terror que, ao mesmo tempo que dá medo, é difícil conseguir não desviar os olhos da tela.

Junto a John Landis, toda a sua equipe veio junto, inclusive maquiadores, essenciais na produção dos efeitos, como a transformação de Michael em zumbi e lobisomem – Rick Baker foi o responsável pela maquiagem do cantor. Além de enredo, música, dança e maquiagem, outro elemento muito importante na produção foi o figurino icônico que Michael usou: a jaqueta de couro vermelha com ombreiras e calça da mesma cor, tendo como estilista Deborah Nadoolman.

Figura 05: Michael Jackson e Rick Baker no set de filmagens preparando a maquiagem



Fonte: Site MJBEATS.COM.BR

Figura 06: Figurino de Michael Jackson no videoclipe



Fonte: <https://modaintelligente.blogspot.com/>

Com o tempo de estreia passado, e pela sua grade se ater sempre a videoclipes por volta de 5 minutos, a MTV acabou optando por passar uma cópia compacta do clipe de *Thriller* em sua programação, o que fez com que muitas pessoas quisessem ter acesso ao conteúdo completo, mas devido à época, aquele

era o único meio para conseguir ver a produção. Neste momento, mais uma forma de consumo apareceu. Foi criado um VHS no qual continha o videoclipe completo junto ao *making of* da produção, o qual foi vendido para uma emissora tempos atrás para ajudar nos custos de produção, com a intenção de que os fãs pudessem consumir todo o videoclipe com esse bônus. Foram mais de dez milhões de cópias vendidas e, além desse feito, a produção ganhou um Grammy¹⁶ de melhor videoclipe em 1985 e três prêmios MTV Video Music Awards.

Com base nas informações coletadas, percebemos que *Thriller* foi um videoclipe muito bem aceito pela sociedade na época e que se manteve em alta por muito tempo, inclusive, hoje, o videoclipe se encontra no YouTube e no canal da VEVO, e possui mais de 783.800.864 visualizações, o que nos faz perceber que ainda é consumido pelas pessoas. Além de ter sido um pioneiro em produções quase que cinematográficas e com muitos efeitos, com lançamentos nos anos 80, ele possui um dos quesitos mais importantes para nós nesta pesquisa, que é a dança. Logo, quando começa a parte da canção em si, ela já se faz presente e tem seu ponto alto com a coreografia executada por mais de 15 bailarinos, todos em harmonia. Devido a estes fatores, este foi o primeiro videoclipe analisado neste projeto.

7.2 *Single Ladies*

Lançado em 13 de outubro de 2008, o videoclipe da canção *Single Ladies*, da cantora Beyoncé, faz parte do álbum "*I am... Sasha Fierce*". A música foi a segunda do álbum a ser lançada, apenas alguns dias após a música e videoclipe de "*If I were a boy*" (2008), que também compõe o disco. Ambos os videoclipes foram dirigidos por Jake Nava, famoso diretor do ramo musical e de comerciais, que desde a sua estreia solo com o videoclipe de "*Crazy in love*" (2003), acompanha a cantora. Como falamos acima, a diferença de estreia das duas primeiras faixas do álbum foi bem curta, mas o que era pensado para ser o chamariz desse novo álbum, acabou sendo ofuscado pelo estrondoso sucesso de *Single Ladies*. Interessante ressaltar aqui que o videoclipe de "*If I were a boy*" foi feito quase como um curta metragem, o que nos

¹⁶ Cerimônia realizada pelo "The Grammy" que premia os profissionais do ramo que mais se destacaram.

remete ao videoclipe de Michael Jackson visto acima, que abriu caminho neste formato de produção audiovisual musical.

Figura 07: Imagem do videoclipe “*If I were a boy*”



Fonte: YouTube.

Na hora da construção do roteiro do videoclipe, várias ideias foram debatidas, mas nada muito animador. Entretanto, foi com Frank Gatson Jr. e JaQuel Knight, coreógrafos de *Single Ladies*, que as coisas começaram a se agitar. Gatson sempre foi um exaltador do trabalho de Bob Fosse, e Beyoncé já o conhecia de inspirações de outros projetos, mas foi quando viu a coreografia de “*Mexican Breakfast*”, que passou no programa “*The Ed Sullivan Show*”, que seus olhos brilharam. Com uma sequência de três mulheres realizando uma coreografia, todas em ternos coloridos, a equipe se inspirou para desenvolver *Single Ladies*, mas eles deveriam trazer para o contexto da cantora, Então, como eles fariam isso? A música em si remete ao empoderamento feminino, com uma letra que entoa um refrão repetidamente, o qual diz “Porque se você gostava, então deveria ter colocado uma aliança aqui”, e mostra que as mulheres não precisam ficar chorando por homens que não as merecem; elas se unem e vão aproveitar a vida, e isso que foi colocado através de cada detalhe na produção, especialmente através da dança e figurino.

Figura 08: Imagem da coreografia de “*Mexican Breakfast*”, inspiração para o videoclipe de *Single Ladies*



Fonte: YouTube.

Na questão do figurino, as duas dançarinas e a cantora usavam um collant preto, destacando, assim, suas pernas, o que salientava ainda mais os passos da coreografia; Beyoncé utilizou uma luva biônica que teve como designer Lorraine Schwartz. Outro elemento forte no figurino foi o sapato: as três usavam sandálias de salto alto durante toda a coreografia.

Figura 09: Imagem do videoclipe de *Single Ladies*, na qual conseguimos ver o figurino



Fonte: <https://tracklist.com.br/single-ladies/91376>.

Já na coreografia, tanto Gatson quanto Knight se basearam em passos de Bob Fosse, mas os trouxeram para a realidade da canção e do que Beyoncé representa: o poder, a sensualidade. Mais de cem dançarinas fizeram teste para participar da produção, sendo escolhidas apenas duas, uma delas foi Ebony Williams, que acabou participando por acaso da gravação, pois a primeira opção de elenco não havia chegado a tempo em Nova York; e a outra era Ashley Everett, capitã de dança da Beyoncé que a acompanhava desde o início.

Com a coreografia criada e o elenco definido, foram quase cinquenta dias para a coreografia ser memorizada e aperfeiçoada pela cantora. Como a ideia do videoclipe era ser algo contínuo, sem pausa alguma, no dia da gravação foram repetidas mais de cinquenta vezes seguidas a coreografia. Sendo assim, o videoclipe de 3:18 minutos teve quase 12 horas de gravação direta. A filmagem também foi pensada para evidenciar os movimentos para o telespectador, como uma câmera que seguia as dançarinas por toda a movimentação no espaço, sem deixar passar nada, assim, prendendo mais o olhar do consumidor, com muita informação ao mesmo tempo se destacando. Algo bem legal e que contrastou bastante, foi o videoclipe ser em preto e branco, mas com o fundo iluminado. Por isso, em determinados momentos, destacavam-se mais os corpos e movimentos das dançarinas.

Conseguimos perceber a grandiosidade da produção e como sua aceitação foi positiva pelos fãs e sociedade em geral; logo após o seu lançamento, várias paródias foram criadas, inclusive por famosos. Um acontecimento recente, ainda

neste ano de 2021, nos realça ainda mais as proporções deste clipe. Knight, um dos coreógrafos, foi a primeira pessoa a ter os direitos autorais por uma coreografia, sendo, neste caso, da canção *Single Ladies*. O videoclipe também rendeu o prêmio de vídeo do ano no MTV Video Music Awards de 2009. Por toda a coleta realizada e percebida como relevante para esta pesquisa, *Single Ladies* entra como nosso segundo objeto de análise.

7.3 Sorry

Em 2015, o cantor canadense Justin Bieber fez o lançamento do seu quarto álbum na carreira, intitulado *“Purpose”*. Seu lançamento ocorreu no dia 13 de novembro, mas, como de costume, lançou dois singles antes de sua estreia. O primeiro deles sendo o da canção *“What do you mean?”*, em 28 de agosto, e o segundo, *“Sorry”*, em 16 de outubro do mesmo ano. Em seu lançamento, *“Sorry”* veio junto de um videoclipe no qual o cantor não aparecia, mas sim um grupo de mulheres que faziam uma coreografia ao decorrer da música; a produção foi totalmente diferente do primeiro single que teve seu videoclipe liberado três dias após a estreia da faixa, e pouco mais de dez dias antes do lançamento de *“Sorry”*. *“What do you mean?”* foi uma produção bem maior, que contou com elenco, cenários bem elaborados, e o cantor em pessoa interpretando o papel principal. Mas da mesma maneira que Beyoncé, Bieber não imaginava que o segundo single emplacaria ainda mais devido ao seu videoclipe.

Figura 10: Imagem do videoclipe de “*What do you mean?*”



Fonte: <http://maxbezerra.com.br/2017/09/18/confira-este-video-de-justin-bieber-what-do-you-mean-com-mais-de-1-750-788-299-visualizacoes/>

A ideia para o videoclipe de “*Sorry*” não tem uma versão acurada, mas todas as informações apontam que a equipe de Bieber entrou em contato com a coreógrafa neozelandesa Parris Goebel, pedindo para ela criar um vídeo coreografado para a música. Parris, também conhecida como Parri\$, é uma dançarina, coreógrafa e atriz, que já havia trabalhado com cantoras como Nicki Minaj, Janet Jackson e J.Lo, além de fazer parte dos grupos ReQuest e The Royal Family, sendo este último tri campeão do World Hip Hop Dance Championship. Em entrevista a Rolling Stone, Parris falou que para gravar o vídeo, chamou seu grupo de dançarinas, uma mistura dos dois citados acima, e que sempre a acompanhavam em projetos, além de conhecerem bem o seu estilo.

Figura 11: Foto da coreógrafa, dançarina e atriz, Parris Goebel



Fonte: Site Rolling Stone

Com as pessoas definidas, ela avisou ao grupo que, para o figurino, precisavam levar roupas que já tinham, buscando um estilo que remetesse aos anos 90. Ela mesma levou uma mala com suas roupas, as quais grande parte foram utilizadas e compuseram a produção. Em função das peças serem bem chamativas e coloridas, Goebel optou por um cenário totalmente branco, assim, destacando as cores e movimentos das dançarinas. Para a coreografia, que foi toda criada por ela, Goebel contou que não pensou muito previamente, apenas se inspirou na música e sua batida para fazer os passos. E assim, de forma bem simples, o videoclipe foi criado. É curioso ressaltar que a coreógrafa não imaginava que a sua gravação viria a ser o videoclipe oficial da música, e quando a equipe do cantor a informou sobre isso, mostrou-se surpresa.

Figura 12: Imagem das dançarinas caracterizadas para o videoclipe de “Sorry”



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/246220304607622221/>.

Em uma semana de lançamento, o videoclipe já contava com mais de 30 milhões de visualizações. Inclusive, ele foi o primeiro videoclipe do canal VEVO a bater o recorde de 2,5 milhões de visualizações na plataforma, tornando, assim, o primeiro cantor a bater esse recorde – e ainda hoje é o seu videoclipe mais assistido. Um fato relevante para nós neste projeto de pesquisa, é que após o lançamento do videoclipe original de “Sorry”, o cantor divulgou em seu canal uma versão feita pelos fãs, a qual é uma série de cortes de várias partes da coreografia original, mas com os fãs fazendo os passos em diversos locais, o que nos mostra como a sua contribuição vai nos ajudar com o objetivo desta pesquisa.

A repercussão foi tanta que Justin anunciou, menos de um ano após o lançamento do videoclipe, que este fazia parte do projeto Purpose: The Movement, que seria composto por 12 videoclipes das faixas do álbum, todos coreografados – inclusive, Goebel fez parte de outras vídeos deste projeto. Todo esse envolvimento com a dança não é surpresa para os fãs, já que sempre se fez presente na vida do cantor que, desde seu lançamento na indústria musical, já colocava passos em suas produções e apresentações. Além disso, antes do vídeo postado no seu canal da VEVO com todos os 12 clipes, uns mais curtos e outros completos, ele fala sobre uma mudança em si como pessoa, pois estava perdido e já não continuava com o propósito de quando tudo começou, e com este projeto, busca o seu “eu” que sempre buscou emocionar pessoas.

7.4 *Paradise*

Nosso último videoclipe a ser analisado é um pouco mais recente do que os outros, visto que trouxemos, até agora, um dos anos 80, um dos anos 2000 e um de 2010. Desta vez, utilizaremos o videoclipe de *Paradise* do grupo Now United. O grupo foi criado em 2017 pelo empresário e produtor britânico Simon Fuller. Em seu primeiro ano, contava com quinze integrantes, cada um de uma nacionalidade diferente, e seu primeiro single veio junto do lançamento de seu videoclipe. Hoje, o grupo conta com dezoito integrantes e em busca do décimo nono. Aqui, diferente dos outros videoclipes, vamos trazer fatos do grupo em si, pois o mesmo foi criado com o objeto de demonstrar a junção de diversas nacionalidades e, através da música e da dança, exaltar suas culturas e tradições – além do que, como o próprio seu nome diz, em tradução livre, “Unidos Agora”, a união entre os povos.

Figura 13: Imagem do grupo Now United



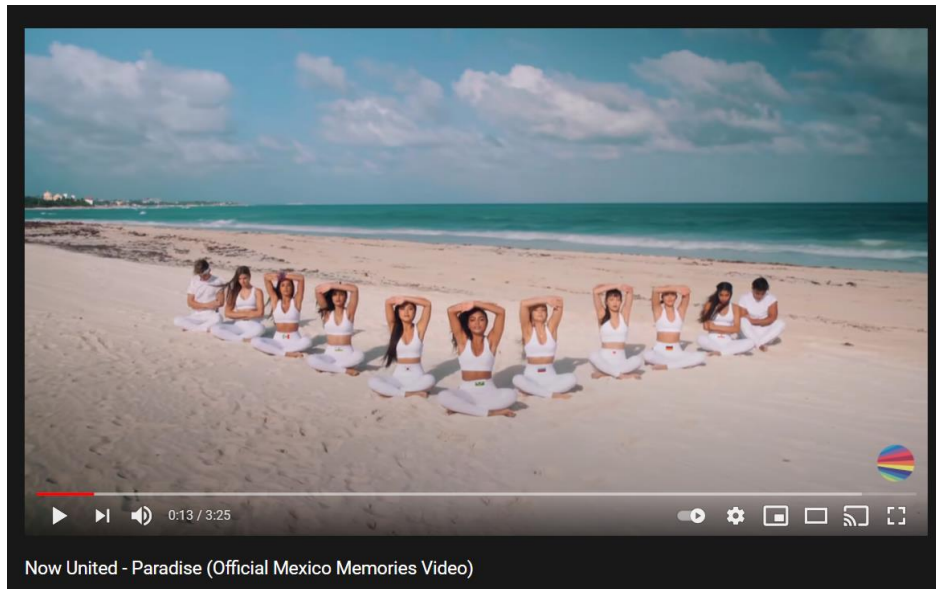
Fonte: <https://laurak.com.br/2020/11/13/presentes-melhores-now-united/>

Todas as suas músicas possuem um videoclipe, e esses são compostos por coreografias com ritmos marcados, se tornando uma marca registrada do grupo, além das roupas, na qual cada integrante tem a bandeira do seu país estampada em alguma parte. Devido a esse envolvimento com a dança, muito de seus fãs acabam por recriar passos e postar na rede, e a partir desse retorno, o grupo decidiu criar um desafio em parceria com um de seus patrocinadores, a marca de desodorante Rexona, chamado Rexona Paradise Challenge. O desafio aconteceria da seguinte maneira: a canção já havia sido divulgada e, com ela, os fãs poderiam gravar passos e movimentos próprios e postar tanto no Instagram quanto no TikTok com as hashtags #RexonaParadiseChallenge e #DanceDoSeuJeito, para assim chegar até o coreógrafo do grupo, Nicky Anderson, que junto com os integrantes, faria um acervo com todos os movimentos para, assim, criar a coreografia do videoclipe.

A intenção com esse projeto era promover a dança e captar a essência dos fãs, o que eles sentem e se expressam ao ouvir as músicas do grupo. O videoclipe foi lançado em 27 de novembro de 2020, e conta com mais de 11 milhões de visualizações. No clipe, além dos integrantes performarem a coreografia, em momentos, aparece trechos dos fãs que enviaram fazendo seus próprios passos de dança. Em março de 2021, foi lançado um outro videoclipe para a canção, com a mesma coreografia, mas agora com os integrantes em uma praia paradisíaca no México, nacionalidade de uma das integrantes, inclusive. Com isso, finalizamos a

escolha dos nossos quatro videoclipes a serem analisados, prezando cada um por sua individualidade, a forma como chegou ao público, e seus retornos.

Figura 14: Print do videoclipe lançado em março da canção *Paradise*



Fonte: YouTube.

8 ANÁLISE

8.1 *Thriller* - Michael Jackson

Começaremos a nossa análise pelo primeiro videoclipe escolhido, o da música *Thriller* de Michael Jackson. O clipe, que conta com quase catorze minutos, inicia com uma frase feita pelo próprio artista, na qual ele enfatiza que o videoclipe não endossa a crença no oculto, visto que o trabalho aborda o assunto. Aqui, já percebemos uma precaução por parte do artista que, mesmo tendo o seu lançamento nos anos 80, que não tinha a internet e o retorno tão rápido e direto por parte do público, já sabia da crítica que poderia vir dos telespectadores devido ao tema do projeto e pelo trabalho em si, que se apresentava com uma “cara nova”, diferente do habitual que as pessoas estavam acostumadas.

Os primeiros dois minutos mostram um casal passeando à noite; em certo momento, eles saem do carro e caminham ao ar livre, tendo um diálogo durante todo esse percurso. Esse casal é interpretado pelo cantor Michael Jackson e uma modelo e atriz norte-americana, Ola Ray. Mas, em certo momento, Michael, que também é o nome do personagem, diz que precisa contar uma coisa importante para a garota, e é aqui que a temática do projeto começa a aparecer. De repente, a lua saindo entre as nuvens entra em foco e começa uma troca de cenas entre Michael e a garota, mostrando a transformação dele em lobisomem.

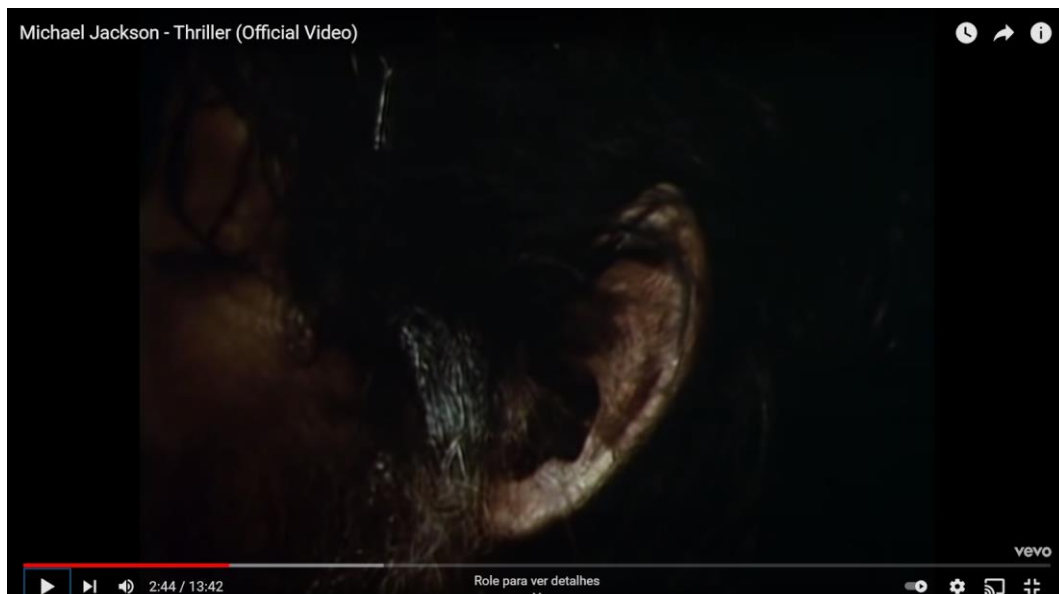
Figura 15: Michael se transformando em lobisOMEM



Fonte: YouTube.

Aqui, já conseguimos perceber um pouco dos efeitos utilizados durante o clipe, pois em detalhes é mostrado as unhas crescendo e se tornando garras, a orelha mudando de formato, os pelos nascendo no rosto do personagem, o que para a época era totalmente incomum, principalmente em videoclipes, pois, como vimos no primeiro capítulo deste trabalho, eram mais simples e direcionados à apresentação da música.

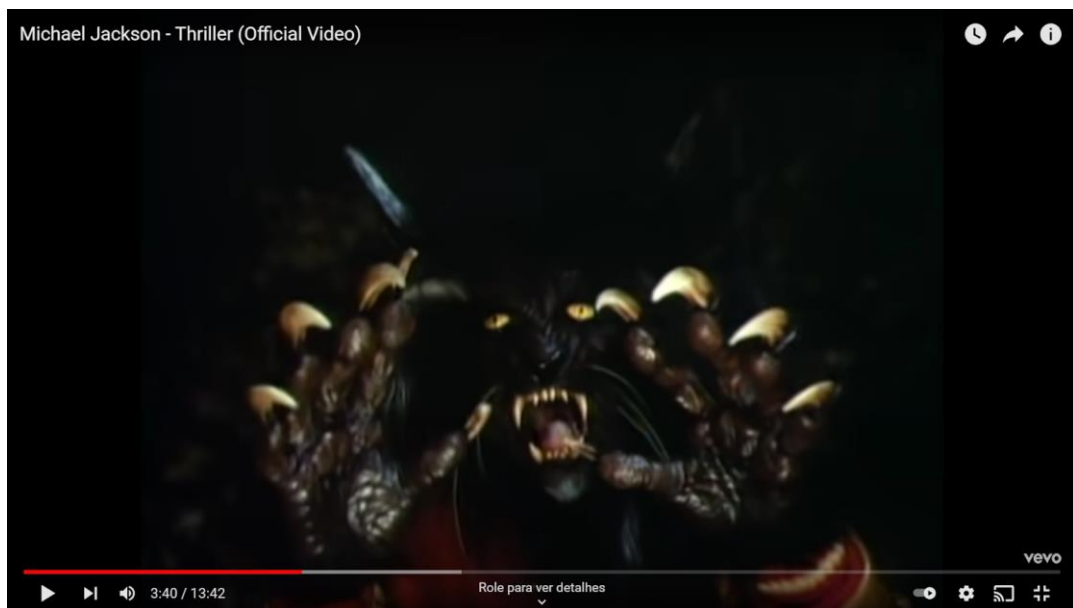
Figura 16: Orelha em transformação do cantor



Fonte: YouTube.

Com a transformação ocorrendo, a atriz começa a gritar de medo e sai correndo em direção à floresta, e Michael, já totalmente transformado, a segue. A perseguição continua até que o lobisomem encurrala a garota e começa a ir para cima dela. Percebemos que esse é um momento tenso do enredo e que todos estão ansiosos pelo que vai acontecer, e é aí que a reviravolta acontece no videoclipe. Se quem assistia pensava que essa seria a trama do projeto, se surpreende com a cena a seguir que mostra uma sala de cinema lotada com pessoas berrando e com caras de assustadas. Ou seja, o que nós, o público, víamos, era um filme dentro do videoclipe, como se estivéssemos na plateia dessa sala de cinema e, a partir daí, começasse um novo enredo para nós.

Figura 17: Cena final do lobisomem, antes de cortar e mostrar que era um filme no cinema



Fonte: YouTube.

Figura 18: Cena do público no cinema vendo o filme do lobisomem



Fonte: YouTube.

É a partir do minuto 4:13 do clipe que as batidas da música de *Thriller* surgem pela primeira vez, e mostra tanto Michael quanto a atriz novamente, só que agora como um casal que assistia o filme do lobisomem e estão saindo do cinema. Suas roupas e cabelos estão diferentes para evidenciar a troca, mas o público consegue perceber essa ironia, como se o casal tivesse saído da tela e começasse uma nova história.

Figura 19: Cena da fachada do cinema



Fonte: YouTube.

Ao saírem do cinema no meio do filme, Michael pergunta para a atriz se ela estava com medo, e ela diz que nem tanto, e sai andando ainda com a música de fundo enquanto eles conversavam. Após o diálogo terminar, a música cresce, se tornando o único áudio que conseguimos ouvir. A cena seguinte já muda de cenário mostrando uma rua mais deserta e com neblina, criando um clima mais assustador. Então, Michael começa a cantar a letra da música para a atriz, o que se encaixa perfeitamente, visto que estavam falando sobre terror e medo desse estilo.

Ambos seguem caminhando nesta rua por mais de um minuto, mas durante todo o percurso que a câmera que mostra eles de lado, com alguns closes em certos momentos, conseguimos identificar o Michael-cantor, o artista que aparece em entrevista, shows, com todo o seu estilo e sua performance se destacando, além, é claro, da dança, que sempre se fez presente na carreira do cantor. A atriz também mostra estar gostando da batida da música, fazendo alguns movimentos harmônicos, mas o cantor é quem se destaca com seus passos mais fortes e característicos dos seus movimentos. Nesta parte da produção, o público, que já havia escutado a música antes, tem uma nova surpresa, pois Michael canta a primeira estrofe e, quando era para ser o refrão, ele pula para os versos que viriam depois.

Figura 20: Michael fazendo um passo com características de posturas comuns a ele

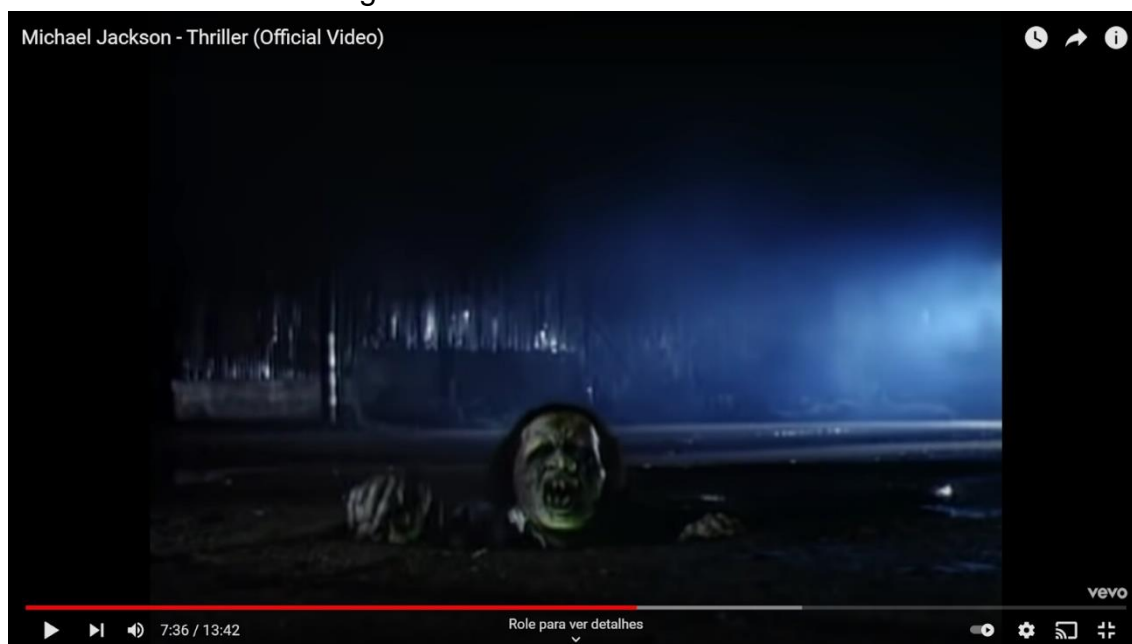


Fonte: YouTube.

Quando acabam estas duas estrofes, a câmera começa a se afastar, focando em um plano geral do cenário no qual mostra que o casal está passando por um cemitério, e ali a câmera para e foca em uma lápide específica, a qual a terra começa a se mexer e, de repente, surge uma mão, e depois um corpo sai de lá, no caso, um zumbi. Nessa parte, já não temos mais Michael cantando a letra, pois eles recortam o final da música. Uma voz mais grossa entoia algumas frases neste momento, e percebemos que a ordem da canção vem sendo alterada para conversar direto com a história contada no clipe.

Ao seguir, são exibidas todas as lápides e caixões com os cadáveres saindo. Agora, zumbis caminham juntos, todos em uma direção – alguns saem de bueiros na rua e diversos outros locais –, até que Michael e a atriz voltam a aparecer e se deparam encurralados por este exército de zumbis.

Figura 21: Zumbi saindo do bueiro



Fonte: YouTube.

Cada vez mais, eles se aproximam do casal, e nessa aproximação, a câmera foca em rostos diferentes, mostrando toda a execução de maquiagem muito bem elaborada feita pela produção. Assim que a música acaba, dá espaço para ruídos emitidos pelos zumbis, criando assim uma nova tensão no ar, da mesma forma quando o lobisomem ataca a garota no filme que é mostrado no início. Até que a câmera volta a focar no casal, principalmente na atriz, e quando ela se vira para ficar de frente com Michael, ela se depara com sua versão zumbi.

Figura 22: Michael como zumbi



Fonte: YouTube.

A música recomeça, mas com uma batida de acordo com a música em si, e com ela, uma coreografia bem-marcada começa na cena. Michael na frente, liderando um exército de zumbis dançarinos, que executam diversos movimentos sincronizados, movimentos esses que tinham traços do estilo de dança do cantor.

Figura 23: Um dos movimentos realizados na coreografia, típico do cantor



Fonte: YouTube.

Figura 24: Movimento específico criado para a coreografia da música, que é um dos mais lembrados



Fonte: YouTube.

Figura 25: Outro passo bem conhecido da coreografia



Fonte: YouTube.

Figura 26: Passo também muito característico



Fonte: YouTube.

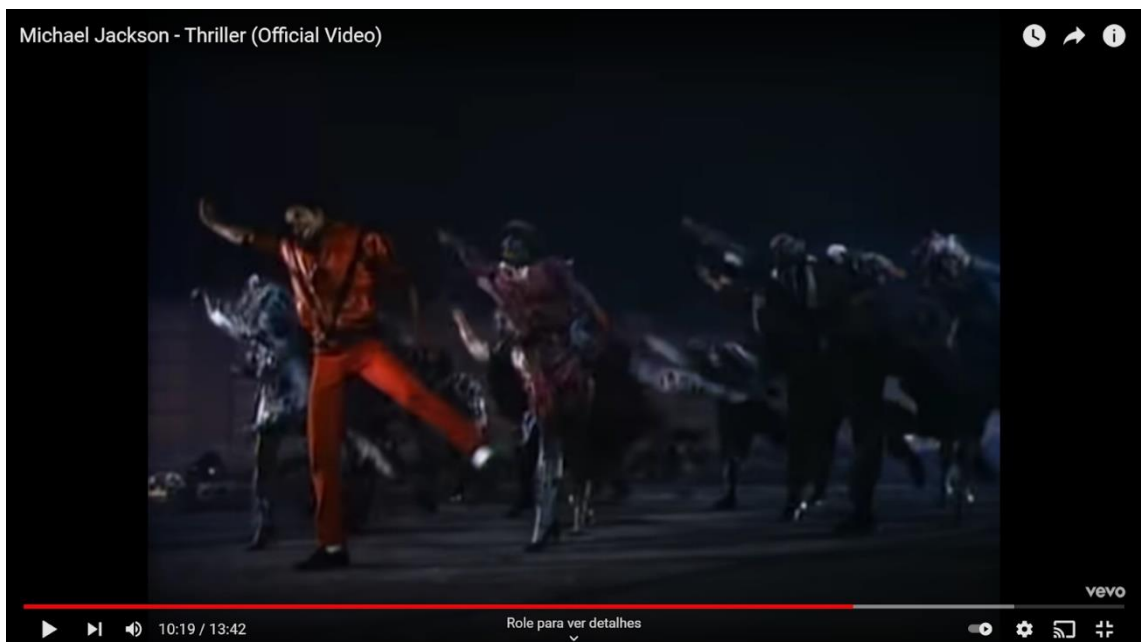
No minuto 9:40, quando eles estão de costas em um movimento e voltam a ficar de frente para a câmera, temos mais uma surpresa: Michael está em sua forma normal, como humano, e finalmente entoa o refrão da música, seguindo na coreografia junto aos outros zumbis. Essa coreografia exhibe movimentos fortes junto às batidas, alguns retratando o que se imagina ser o que zumbis fariam devido a toda ilusão que criamos em cima desse imaginário, de que não conseguem se movimentar direito com as mãos com garras e postura mais baixa.

Figura 27: Volta do Michael como humano



Fonte: YouTube.

Figura 28: Passo com abertura em diagonal



Fonte: YouTube.

Por mais de dois minutos, somos imergidos na coreografia que prende os olhos por captar detalhes de movimentos individuais e em grupo, além de destacar Michael Jackson em diversos momentos, nos quais ele muda o seu movimento e traz passos característicos junto com seu famoso grito. E, por isso, não nos damos

conta da falta da atriz durante todo esse período, até que, ao finalizar a coreografia, a cena corta para uma casa que parece ser abandonada, e a garota correndo para dentro dela.

Ao entrar na casa, ela tenta se esconder em um quarto, mas o exército de zumbis tenta invadir o local junto a Michael, que volta a ser zumbi e quebra uma parede para entrar no lugar que a atriz se encontra. Ela, aos berros, tenta evitar que eles se aproximem, mas o grupo de zumbis já está no quarto e se aproximando dela, sendo liderado por Michael, que faz menção de encostá-la. A garota, antes de olhos fechados, os abre ao sentir um toque, vê Michael, agora normal novamente, e pensa que foi tudo um sonho. Entretanto, a cena final do clipe retrata o casal indo em direção à saída da sala, então Michael olha para trás com olhos amarelados como no começo da transformação de lobisomem do filme.

Figura 29: Cena final do clipe



Fonte: YouTube.

Após isso, assim como num filme, é passado os créditos com todos os nomes da equipe que ajudou na produção do clipe.

A análise mais aprofundada do videoclipe realizada acima permite destacar cenas importantes, que nos possibilitam enxergar alguns aspectos que auxiliam na compreensão dos motivos da memória afetiva criada pelos fãs e passadas por gerações; a partir disso, vamos buscar um maior entendimento, realizando aqui uma

nova análise, só que, agora, em cima dos pontos levantados ao longo desta pesquisa.

Primeiramente, se pegarmos a questão do videoclipe, podemos trazer um conceito de Soares (2013) que vimos no primeiro capítulo sobre hibridismo. Ele menciona que o videoclipe seria um elemento híbrido, pois em sua linguagem conseguimos perceber um pouco de diversas áreas da nossa cultura, sendo ele mesmo um forte canal para a formação de conhecimento para a população. E neste clipe, Michael Jackson abre um caminho agregando uma nova forma de produção para o meio, e a partir dele, outros artistas podem se sentir à vontade para transformar seus próprios videoclipes. Tendo sido idealizado pelo próprio Jackson, essa produção deixa de ser apenas uma promoção de sua música e cria todo um contexto que reforça todo o seu “eu”, sua marca, Michael Jackson.

O clipe *Thriller*, mesmo sendo lançado nos anos 80 e com efeitos que para a geração mais nova podem parecer um pouco fracos, foi inserido no YouTube, em 2009, pelo canal da VEVO. Mesmo assim, caiu nas graças deste novo público, sendo hoje o terceiro videoclipe do cantor com maior número de visualizações (789.544.954 visualizações em 28/09), nos mostrando que sua transição do analógico para o digital vem sendo bem aceita, e evidenciando, através destas visualizações, que o clipe, mesmo fazendo mais de vinte e sete anos de seu lançamento, continua sendo apreciado pelas pessoas, sendo, atualmente, um dos doze na internet.

No terceiro capítulo trazemos a questão da performance como elemento importante para os artistas, principalmente cantores que criam legados com suas carreiras através de experiências que passam para o público. E conseguimos enxergar em *Thriller* diversos pontos que nos indicam essa referência que Jackson insere em seu projeto. Como por exemplo, o seu figurino e os efeitos especiais; mas, o principal é a sua dança. Não é à toa que o clipe tem mais de dois minutos em coreografia sem letra alguma, focando o olhar do público nos passos e movimentos, que além de tudo estão sendo executados por um exército de zumbis. Se nos apegarmos um pouco mais ao clipe, percebemos que os zumbis saíram de seus túmulos e jazigos para ir ao encontro de Jackson e realizar a dança.

A quem já acompanhava o cantor, este elemento se mostrava sempre presente; no clipe de “Billie Jean” (1983) lançado anteriormente ao de *Thriller*, Jackson conta o enredo a partir de seus movimentos. E quando falamos em dança,

Faro (1986) fala que é “um entretenimento popular que alcance a todos”, e ela acaba se tornando uma forma de ligação entre cantor e público que, por mais que não reproduza perfeita e tecnicamente os passos, associam estes movimentos à produção e ao cantor. Inclusive, no quarto capítulo, quando nos aprofundamos na questão da dança, vimos que movimentos que existem criam representações, signos que facilitam associações e percepções, e a dança faz este papel através de passos e sequências que indicam uma narrativa a ser contada. Além de criar todo um significado com a dança, Jackson une a sua marca pessoal, atribuindo ainda mais valor para os passos.

Para compreender um pouco mais a dimensão e agregar mais valor para esta pesquisa, buscamos também a repercussão que conseguimos na internet ao digitar “videoclipe Thriller Michael Jackson”. São mais de 51.900 mil resultados que aparecem, e a partir deles selecionamos as oito primeiras matérias – pois o primeiro link que se apresenta é o acesso ao YouTube para assistir a produção, e depois sua letra. A primeira matéria que aparece é de 2018 com o título “‘Thriller’, clipe de Michael Jackson que revolucionou a música, completa 35 anos” no site do G1¹⁷.

Depois, vem a Wikipédia com todas as informações criadas por usuários da internet; em terceiro, a matéria de dezembro de 2020, “Há 37 anos, o icônico vídeo de Michael Jackson para “Thriller” estreava na MTV”¹⁸, que tem sua primeira frase de texto: “Há exatos 37 anos, em 2 de dezembro de 1983, Michael Jackson lançava o que é talvez o maior clipe da história da música.” Em sequência, aparecem dois *links* que, ao observamos a matéria, destacam como o esse clipe revolucionou ou mudou a forma de produção de clipes no meio desde o seu lançamento. Sendo seguidos pela matéria do Estadão¹⁹, que relembra os 35 anos do lançamento do clipe, ressaltando em seu texto: “Com efeitos especiais, coreografia marcante e o enredo que chama atenção, a obra de 13 minutos do cantor Michael Jackson [...]”, e finalizando a primeira página, temos “A Revolução Audiovisual de Michael Jackson”²⁰, na qual destaco o primeiro parágrafo que traz esta frase: “A revolução

¹⁷ Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2018/12/02/thriller-clipe-de-michael-jackson-que-revolucionou-a-musica-completa-35-anos.ghtml>. Acesso em: 10 nov. 2021.

¹⁸ Disponível em: <https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2020/12/02/michael-jackson-thriller-37-anos/>. Acesso em: 10 nov. 2021.

¹⁹ Disponível: <https://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,clipe-de-thriller-completa-35-anos,70002630518>. Acesso em: 10 nov. 2021.

²⁰ Disponível em: <https://mjbeats.com.br/a-revolu%C3%A7%C3%A3o-audiovisual-de-michael-jackson-26bf61852a7f>. Acesso em: 10 nov. 2021.

artística que Michael trouxe para suas produções ultrapassou a esfera musical, tornando-se uma referência para o cinema e especialmente para a dança, trazendo e fazendo grandes nomes dentro da indústria audiovisual”.

A partir dessas matérias, conseguimos perceber toda grandiosidade envolvida no videoclipe, e como ainda hoje ele segue na memória das pessoas que relembram sua data de lançamento e fazem homenagens a este clipe que revolucionou a história dessas produções, como vimos ao longo das reportagens. Além do que, conseguimos extrair com facilidade o envolvimento da dança como elemento marcante para o público, sendo a coreografia mencionada em quase todas as publicações e exaltada por ser contagiante – em um certo ponto, até simbólica.

O que nos liga à outra forma de mostrar como este clipe representou uma época e ficou na memória das pessoas, é a cena da comédia romântica “De repente 30” contracenada pelos atores Jennifer Garner e Mark Ruffalo, a qual conta a história de Jenna (Garner) que, em sua festa de treze anos, deseja ter trinta, e seu desejo é realizado ao acordar no dia seguinte com esta idade.

Em certo momento do filme, a personagem, que está em uma festa bem desanimada e sem muito envolvimento dos convidados, pede para o DJ colocar a música *Thriller* e começa a dançar a coreografia, já que sua alma é de apenas 13 anos no corpo de 30. Para ela, aquela coreografia era o momento. No começo, as pessoas ficam olhando de maneira estranha, até que Matt (Ruffalo) aparece e ela o chama para dançar junto. Ele, que realmente tem 30 anos, acha vergonhoso, mas depois dela insistir, aceita; assim, aos poucos, todos os convidados vão se aproximando e dançando juntos a coreografia, que aparece quase que de forma completa. Claro, estamos falando de um filme, mas a ideia do diretor e escritores era que aquela coreografia fosse a ligação entre as pessoas, aquilo os uniu e fez com que a festa começasse a ser um sucesso. Mesmo sendo uma criança de 13 anos que tenha começado, pessoas de todas as idades se conectaram pela dança do videoclipe. É interessante trazer para este trabalho que os diretores e roteiristas do filme deram uma entrevista, e foram questionados sobre como tinha surgido a ideia, o porquê da escolha de *Thriller*, e eles contam que nos anos 80 o lançamento do

clipe foi muito esperado, inclusive por eles, que também eram adolescentes, e viram que, depois, todo mundo queria reproduzir alguns passos²¹.

8.2 *Single Ladies* - Beyoncé

Nosso segundo videoclipe a ser analisado é o da cantora Beyoncé, da música *Single Ladies*. Vale ressaltar que o clipe foi lançado no ano de 2008, momento em que vários cantores que hoje já possuem uma carreira consolidada estavam fazendo o seu nome, e Beyoncé é um desses casos. O clipe que, como vimos na descrição, foi inspirado no trabalho de Bob Fosse, “Mexican Breakfast”, no qual três dançarinas realizam uma coreografia totalmente em harmonia em um fundo colorido, com roupas similares, segue este padrão, só que mais atualizado para a realidade da época e para a personalidade da cantora, que traz a história de uma mulher que não foi correspondida da maneira que imaginava na vida amorosa, e agora o esnoba.

O clipe de *Single Ladies* possui praticamente o mesmo tempo da sua canção, com apenas alguns segundos de diferença; então, ele já começa logo na batida animada com Beyoncé entoando “*All the single ladies, all the single ladies*”, que traduzindo seria “Todas as solteiras”. No início do clipe, a música começa, mas demora alguns segundos para conseguirmos enxergar alguma coisa, pois a tela inicia totalmente preta e vai clareando, uma luz vai surgindo, nos lembrando de uma peça de teatro; ou até mesmo quando se abrem as cortinas e o que vemos são três pessoas já se embalando no tempo da música de forma sincronizada, sendo elas: Beyoncé no meio, e mais duas dançarinas, cada uma de um lado da cantora.

²¹ Fonte: <https://mjbeats.com.br/como-a-equipe-de-de-repente-30-transformou-thriller-em-um-momento-%C3%A9pico-do-filme-a55ac4163348>

Figura 30: As três dançarinas no movimento inicial



Fonte: YouTube.

Elas ficam neste embalo até a letra realmente começar, como se fosse uma preparação, e então quando a letra diz “*Now put your hands up*”, a coreografia em si começa. Já conseguimos ver que a dança e a música conversam muito uma entre a outra, pois nesse momento as três fazem um movimento levantando as mãos, assim como a letra diz.

Figura 31: Movimento de braços e pernas ao ar



Fonte: YouTube.

Após esse movimento, se inicia uma sequência coreografada, a qual diversos passos e movimentos são realizados, e assim como a música, são bem rápidos e enérgicos. Um destaque essencial foi o figurino escolhido para a produção. Todas vestem um collant preto, sendo o único diferente o da cantora, com uma manga comprida e uma luva de acessório nesse mesmo braço; de resto, todas estão com um salto consideravelmente alto, com os cabelos semi presos e maquiagem preta nos olhos. Também vemos um contraste com o cenário, totalmente branco com fundo infinito que, com o jogo de luzes realizado em certos momentos, mostra a sombra destes corpos dançantes.

A escolha do uso de salto alto já nos informa o estilo de dança que foi optado para passar ao público, que é o Stiletto. Sua origem vem da Broadway nos anos 80, e é a mistura de estilos como jazz, hip hop e funk. Mas a principal questão é a de dançar usando saltos altos, normalmente finos, o que normalmente é uma dificuldade extra.

A música segue sua versão original e a coreografia também segue o tempo inteiro. Percebemos que os passos possuem o mesmo estilo com muitos movimentos de quadril, e explora muito os braços e pernas que estão à mostra e se destacam do collant. Ao longo do clipe, existe um jogo de luzes e de câmera, a qual não fica parada na frente gravando o movimento, mas vai se ajustando aos passos e, às vezes, dá um giro completo ao redor das dançarinas, filma de cima ou de baixo e, em certos momentos, dá zoom em movimentos específicos, liberando assim um olhar diferente do que o telespectador está acostumado. Se você vai a um show, por exemplo, sua visão sempre vai ser de frente de onde você está sentado, e no clipe, mesmo sendo uma visão única da tela, essa brincadeira aumenta a dimensão tanto de coreografia quanto espaço, às vezes nos confundindo, mas também prendendo mais a atenção. Além do que, percebemos um plano longo, sem muitos cortes, o que ajuda nessa maior percepção da movimentação.

Figura 32: Cena da câmera girando ao redor das dançarinas



Fonte: YouTube.

Como já percebemos, no começo, os passos conversam muito com a letra que se evidencia da melhor forma quando chega o refrão e diz “*Cause if you like it, then you shoulda put a ring on it*”, quando as três levantam a mão esquerda bem aberta e, com a outra mão, apontam para o dedo anelar, que normalmente é o dedo no qual colocamos aliança de compromisso quando estamos em uma relação com alguém. Esse movimento se repete algumas vezes, se destacando de forma proposital, visto que ela entoa que se a pessoa realmente gostasse dela, deveria ter colocado um anel aqui, sendo “aqui” o dedo anelar que ela aponta no movimento.

Outra parte bem interessante que percebemos no clipe é a interpretação das três, mas principalmente a de Beyoncé, que se mostra muito expressiva a todo o momento. Claro, ela está cantando a letra da música, mas conseguimos ver expressões com olhares às vezes provocativos, sedutores, e até de escárnio. Vale ressaltar que ambas ficam com o olhar fixo para frente, inclusive em momentos em que a câmera muda o ângulo; elas marcam um ponto para o olhar, passando a mensagem de uma conversa direta, “isso é pra ti”.

Figura 33: Passo da mãozinha que ela indica para colocar o anel



Fonte: YouTube.

Figura 34: Momento no qual Beyoncé faz uma interpretação no estilo “filmes de princesa”: ela leva um susto, colocando a mão na boca e arregalando os olhos



Fonte: YouTube.

Mesmo sendo passos iguais e com as três dançando em harmonia, conseguimos ver uma singularidade em cada uma, principalmente pelos prints os quais estamos acompanhando. Percebemos que cada uma tem uma intenção e fala

corporal diferente nos movimentos, que são extremamente marcados e rápidos e, em sua maioria, ocorrem em três tempos da batida.

Figura 35: Movimento lateral forte e que demonstra ser um dos mais lembrados



Fonte: YouTube.

Figura 36: Movimento mais sensual com ênfase nas pernas



Fonte: YouTube.

Figura 37: Passo um pouco fora do comum com movimentação de braços e pernas



Fonte: YouTube.

O clipe se finaliza com uma repetição dos movimentos diferentes do refrão anterior, que também destacam a mão esquerda a todo o momento, e encerra com foco na cantora fazendo o movimento da mãozinha, mas agora parado, com um olhar penetrante que, ao acabar a música, escuta-se somente a respiração ofegante, em destaque, e um sorriso no rosto da cantora de satisfação, como de missão cumprida.

Agora que pegamos os principais pontos do clipe, vamos iniciar a análise a partir das referências obtidas para melhor compreensão do objetivo desta pesquisa.

Começamos pelo terceiro capítulo que nos mostra a questão de performance. Primeiramente, já vimos que na época do lançamento do clipe, Beyoncé já era conhecida na mídia, mas não nas proporções de hoje. Ela estava firmando sua imagem como cantora, mulher, preta, que havia saído de um trio famoso para se lançar em carreira solo – e um ponto que devemos julgar importante é o seu casamento com um rapper que já estava no momento de ouro da sua carreira, Jay-Z. Beyoncé passava a ideia de que conseguia tudo que queria; ela ia atrás e buscava, era uma mulher poderosa, que precisava de amor, sofria às vezes, mas também não dependia de ninguém para viver sua vida. No álbum da música, o “*I am... Sasha Fierce*”, a cantora queria passar seus dois lados, o “*I am*”, mais sentimental e que sofre, e o *Sasha Fierce*, que mostra o lado poderoso da sua performance. Em *Single Ladies*, ela mostra para o público essa questão de não

sofrer por alguém. Na letra, é mais específico que ela fala do sexo masculino, mas seu foco é de falar “Vai lá, garota, você consegue!”. Ela não segue o padrão que a sociedade retrata em filmes e séries de que, quando a mulher é rejeitada, fica em casa chorando e tomando sorvete; ela se valoriza e vai aproveitar a vida com as amigas. A performance que ela faz e mostra para o público rompe a ideia que a sociedade cria entorno de fins de relacionamentos para o lado feminino; ela gera um novo olhar e dá o aval para as mulheres seguirem este conselho, passando uma experiência para quem assistiu o clipe e, a partir dele, gerar novos conhecimentos para a sociedade.

Ela começa a música chamando todas as solteiras, é como se as convocassem para escutar e vê-la fazendo desta forma, sem seguir a expectativa dos homens, e é através da dança que ela mostra o seu poder, sendo uma das ligações que ela cria com o público. Dança essa que, como analisamos anteriormente, foi totalmente criada conversando com a letra com o objetivo de passar ao público uma única mensagem.

No quarto capítulo, trazemos o autor Setenta (2008) e sua ideia de corpo que fala, explicando que as performances do corpo vêm carregadas de fala, e esse corpo que Beyoncé mostra é o corpo feminino muitas vezes fragilizado ou transformado em objeto sexual; mas no clipe, ele se sustenta sozinho, se empodera, sem medo de julgamento, e os próprios passos expressam isso. Além, também, dos significados que obtemos através de associações, como o movimento da mãozinha, que nos conecta diretamente com questões de compromisso e casamento. Essa ideia vem de questões de semiótica, como vimos no capítulo 5. A humanidade vai criando signos e gerando associações a experiências ou imagens vistas, e quando vemos um anel no dedo anelar da mão esquerda, pensamentos em casamento, pois é um símbolo da nossa cultura. Beyoncé junta essa associação com um movimento em uma letra que indica isso; dessa forma, qualquer um que ouvisse a música poderia fazer a conexão e lembrar desse passo em específico.

Ainda falando em performance, vamos pegar o pensamento de Taylor (2013) que traz a ideia de repetição. Como um roteiro a se seguir, vemos Beyoncé utilizando esse conceito quando se inspira no trabalho de Bob Fosse, inclusive, com uma sequência de movimentos que é bem similar com a que Beyoncé traz no seu projeto, o que não sugere uma cópia em si, mas uma linguagem que deu certo uma vez e que ela traz na expectativa de ser um sucesso novamente, no sentido de

mensagem a se passar para o público. Claro que é importante lembrar que em todo o projeto se percebe a cantora Beyoncé presente com trejeitos, mãos, olhares exagerados, glamurosos, que vão além do básico e que fazem uma diferença enorme na hora de receber esse produto por parte do público.

Figura 38: Imagem da coreografia de *Mexican Breakfast*



Fonte: YouTube.

Figura 39: Imagem com movimento similar ao de *Mexican Breakfast*



Fonte: YouTube.

Trazendo as análises acima, percebemos como a dança foi importante para a conexão com o fã, e a partir da marca deixada, abriu caminho para eles também reproduzirem, visto que ela convoca o sexo feminino. Antes de trazer a questão do fã, vamos ressaltar que esse clipe já foi lançado dentro da era digital do videoclipe, diretamente no YouTube e com pessoas tendo maior acesso a computadores e câmeras digitais, então se difere um pouco do clipe que analisamos anteriormente e sua divulgação também. Sempre em lançamentos, os cantores juntos a suas equipes de marketing organizam todo o processo, com aparições em programas de grande audiência e uma divulgação pesada para maior alcance, e com o Beyoncé não foi diferente. O clipe, que saiu nas emissoras de TV e logo foi para o YouTube, já tinha sido visto 728.344 vezes com menos de um mês de lançamento na página da cantora desse site. Acredito que esse clipe se lançou em uma época de pouca compreensão por parte do consumidor sobre a migração do clipe para o digital, pois ainda se via muito os programas direcionados para esse conteúdo – digo, inclusive, por experiência própria de ver mais na televisão do que na internet. O costume ainda era aquele, mas já estávamos começando a nos adaptar a uma nova forma de consumo. E com isso, percebo que esse clipe pode ter sido um fator considerável, pois ele vem com o diferencial de ser um clipe que pode ser reproduzido facilmente se a pessoa souber a coreografia, e nada melhor do que colocar no replay incontáveis vezes no YouTube para aprendê-la.

Com o sucesso nas visualizações e aceitação do público, não demorou muito para as paródias aparecerem. Justin Timberlake²², famoso cantor americano, do mesmo estilo de Beyoncé, é conhecido por seus passos de dança, sendo até dito como o novo Michael Jackson. Ele fez uma paródia no programa norte-americano de alta audiência, *Saturday Night Live*, e não demorou muito para a performance já estar no YouTube, assim, a repercussão midiática em cima de *Single Ladies* aumentou mais ainda. Aqui no Brasil também tivemos paródias, como no programa apresentado por Marcos Mion, em 2009, o qual ele refaz o clipe junto de dois parceiros do programa. Claro, essas duas paródias que trouxemos têm um quê de comédia incluída, visto que são homens performando.

²² Músico, cantor, ator, produtor musical e dançarino americano.

Figura 40: Captura de tela da gravação passada no programa Hoje em Dia



Fonte: YouTube.

Além de paródias feitas por famosos, entramos aqui na questão do fã. No segundo capítulo, trazemos a cultura de participação, e com base nela e na ideia de Soares (2009) sobre a relação de aproximação entre fã e cantor, pegamos o exemplo de Shane Mercado, dançarino que após ser impactado pelo clipe de *Single Ladies*, o parodia fielmente com riqueza de detalhes de movimento, com as únicas diferenças sendo o fundo do vídeo, que é o seu quarto, e sua gravação amadora, em um enquadramento não profissional. O sucesso foi tanto que a gravadora responsável pela produção de *Single Ladies* tirou do YouTube, tempos depois, o vídeo, mas com isso, Shane conseguiu nada menos do que um encontro com a sua diva – encontro esse que foi gravado e parou também no site de compartilhamento de vídeos e viralizou, mostrando como a sua participação o lançou no mundo e se fez importante. Ele conseguiu, realizou um sonho. Muitos outros podem também; além desse feito, ele foi convocado para programas de TV, os quais ele era indicado a performar exatamente a coreografia do clipe, sendo um desses programas o Oprah Winfrey Show, que possui uma das maiores audiências norte-americana.

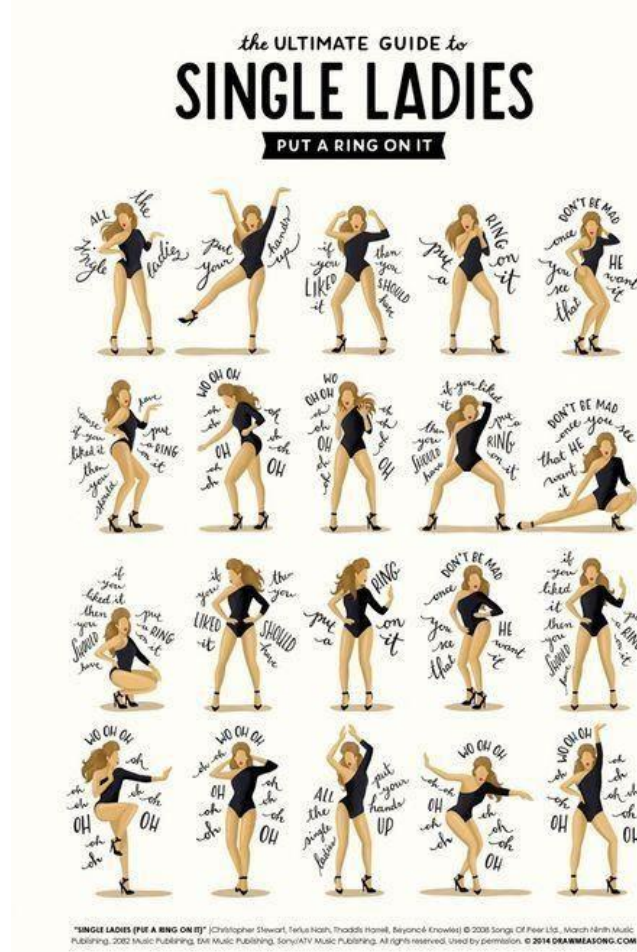
Após alguns anos de lançamento, o clipe ainda voltava às mentes dos consumidores de diversas formas. Uma foi no filme de *Sex and the City*, onde a personagem Lizi Minelli performa a música e coreografia adaptadas; e no filme infantil Alvin e os Esquilos 2, no qual as esquiletes, um trio de esquilos-fêmea que

também cantam e dançam o sucesso. Além de filmes, há propagandas. Em 2010, a Seara, patrocinadora do time Santos Futebol Clube, traz Neymar, Ganso e Robinho (jogadores do time), trio de jogadores de prestígio na época, para protagonizar uma coreografia com alguns movimentos da original, mas com a bola de futebol inclusa e eles vestidos com a roupa da seleção, pois era o ano de Copa do Mundo, e todos queriam a escalação do trio de ouro, então, nada melhor do que juntar o sucesso da música com o sucesso dos jogadores. E, mais recentemente, a música entrou para o jogo *Just Dance* com a sua coreografia, em 2017.

Conseguimos ver diversos exemplos de como o clipe foi inserido na cultura da sociedade e ficou presente por um bom tempo. Hoje, alguns sites indicam que ele foi a “primeira grande mania da dança do novo milênio e da Internet”; tal título é visto na realidade atual na qual coreografias estão se fazendo mais presentes na associação de músicas e artistas.

Single Ladies é hoje o segundo clipe mais assistido da cantora no seu canal do YouTube, perdendo apenas para *Halo*. Abaixo, trago um manual que, pesquisando sobre coreografia do clipe, mostra os principais movimentos e o momento da letra que são executados.

Figura 41: Passo a passo dos principais movimentos junto à letra da música



Fonte: Pinterest.

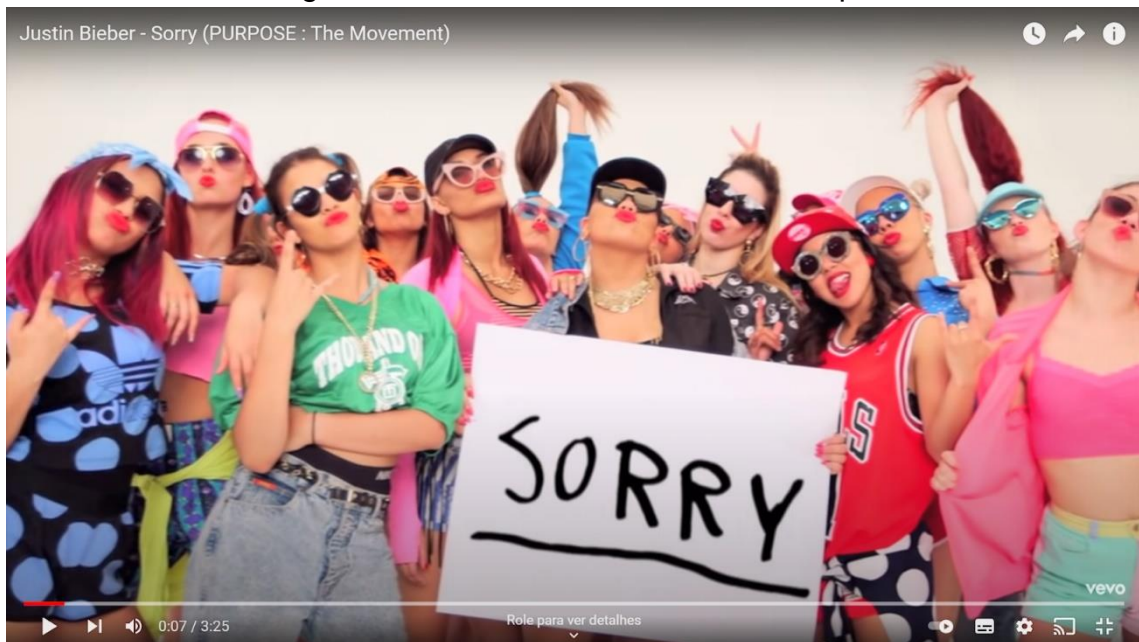
8.3 Sorry - Justin Bieber

Nossa terceira análise acontece em um clipe já introduzido totalmente na era da internet, “Sorry”, do cantor Justin Bieber. Começamos pelo fato importantíssimo que é a ausência do cantor durante o clipe inteiro. Como vimos na anteriormente, a produção totalmente feita por uma coreógrafa australiana e pelo seu grupo de dança.

O clipe começa com um fundo branco e com o nome do cantor escrito em uma fonte grande e leve, sem serifas, já passando um ar mais divertido; quando as letras saem do campo de visão, as batidas da música começam. Como se uma câmera estivesse filmando em 360º graus, aparece um grupo de dançarinas paradas em poses diferentes, e a da frente segurando um cartaz, o qual vemos o nome da canção “Sorry” na mesma fonte que estava escrito o nome do cantor. A câmera

segue seu caminho no giro e de repente muda seu sentido, ficando com o fundo branco. Com um movimento de subida, a câmera busca uma dançarina e, quando a letra da música inicia junto de um bater de palmas, a mulher também bate palmas e sai andando, como um aviso de início de apresentação.

Figura 42: Uma das cenas iniciais do clipe



Fonte: YouTube.

Assim que a letra inicia, a coreografia também começa. Percebemos que são diferentes jogos de câmera, que às vezes seguem em um giro, outros captam ângulos de baixo para cima, e notamos, também, muitos cortes, pois logo nos primeiros minutos percebe-se que a coreografia não tem exatamente uma sequência. Ela é feita por diversos movimentos com tempos marcados, em média, de 15, 20 segundos cada sequência, e que é reproduzida por grupos diferentes de dançarinas.

Na questão de figurino, se nota a estética de roupas dos anos 90, bem coloridas. Todas as dançarinas estão bem-produzidas, com algum acessório no cabelo e batom vermelho, mas o mais curioso é que todas estão de óculos de sol e ficam com eles o clipe inteiro. O cenário também não é nada muito trabalhado, mas apropriado para o figurino, visto que é totalmente branco, destacando assim as cores vivas das peças.

Figura 43: Cena que mostra o figurino estilo anos 90



Fonte: YouTube.

O estilo da dança é um pouco diferente do costumeiro visto em clipes pop. Com base no hip hop, o estilo criado pela coreógrafa se chama “*polyswagg*”, que trabalha o empoderamento da mulher com movimentos que trabalham várias partes do corpo, mas principalmente o tronco e quadril. Conseguimos perceber passos bem-marcados, mas ao mesmo fortes, além de precisarem de uma certa malemolência no corpo, dando maior habilidade de movimentação e movimentos que geram impressões diferentes; inclusive, a roupa ajuda bastante neste destaque.

Figura 44: Passo marcado, mas que mostra individualidade



Fonte: YouTube.

Quando chegamos ao refrão, podemos fazer uma associação com a letra e, talvez, compreender a produção do clipe por um grupo de mulheres, visto que Justin representa um lado do relacionamento que vem pedindo desculpas durante toda a canção, e enfatiza que sente saudades da amada como um todo, não somente do seu corpo – o que demonstra um apelo sexual. O estilo da dança invoca essa ideia através de seus movimentos, mas também lança, talvez, um quê de deboche, inclusive captando toda a expressão corporal das dançarinas e suas interpretações faciais, as quais se percebem mesmo com os óculos.

Figura 45: Movimento em grupo 1



Fonte: YouTube.

Figura 46: Movimento em grupo 2



Fonte: YouTube.

Como já falamos, a coreografia é um compilado de movimentos que foram recortados e inseridos em uma sequência na produção, sendo o único momento contínuo o refrão, com movimentos que o grupo inteiro reproduz, e com cenas cortadas de uma única dançarina reproduzindo passos diferentes em alguns

momentos. Após a sequência do refrão, retornam com os cortes rápidos e sequências mais curtas, com movimentos marcados e que, agora, percebemos se encaixar perfeitamente na batida da música. Como exemplo, há uma contração de tronco para dentro e para fora no tempo da batida, quase como um pulsar de coração que está batendo tão forte que você consegue ver de fora.

Agora já nos encaminhamos para o fim da música, e é possível perceber a interpretação com expressões faciais ganhando mais espaço. Quando o refrão retorna e entoa a parte que diz *“Is it too late now to say sorry, cause I missing more than just your body”*, vemos um grupo dublando a canção de forma exagerada, como se enfatizassem as palavras através de movimentos corporais e interpretações faciais, as quais percebemos um tom de deboche, desdenhando ao que é cantado por Justin, visto que elas seriam o lado do relacionamento que normalmente ouve a desculpa.

Figura 47: Cena com dançarinas interpretando a música



Fonte: YouTube.

Com a repetição do refrão, vemos novamente o grupo inteiro reproduzindo a mesma coreografia, mas agora mais envolvidas com a letra; também percebemos a liberdade de movimentos singulares de acordo com o que melhor se encaixa na percepção das dançarinas que, mesmo assim, continuam dentro do mesmo estilo, parecendo uma unidade.

E entre esses recortes de partes da coreografia e movimentos livres, a música se encaminha para o fim. Nas últimas batidas é que vemos um movimento que nos ressalta aos olhos, pois todo o grupo foca no enquadramento da câmera, abaixa os óculos, lança um olhar e os levanta novamente. Vejo esse ato como uma apresentação, pois durante todo o clipe vemos o grupo dançando, mas com um olhar singular, quase como reconhecêssemos a pessoa por trás daquela performance. Como se, ao dançar, encarnasse algo nelas, que somente as batidas da música e a liberdade de expressão pela dança as dominassem. Após subir os óculos, a câmera se aproxima e elas mandam beijos e fazem sinal de aceno, como se dessem “tchau” para o público. Depois, cortamos para a última cena, como se fosse um pós-crédito, a qual nos mostra a coreógrafa segurando um cartaz escrito “Nós amamos JB”, que vem escrito com a palavra “we” acrescida de um coração e as iniciais do cantor, o que nos mostra a ligação de fã; elas se inspiram na arte dele e, através do clipe, fizeram parte de sua trajetória.

Figura 48: Coreografia do refrão



Fonte: YouTube.

Figura 49: Movimentos livres, mas dentro do estilo da dança



Fonte: YouTube.

Figura 50: Movimento abaixando os óculos harmonicamente e com olhares de surpresa



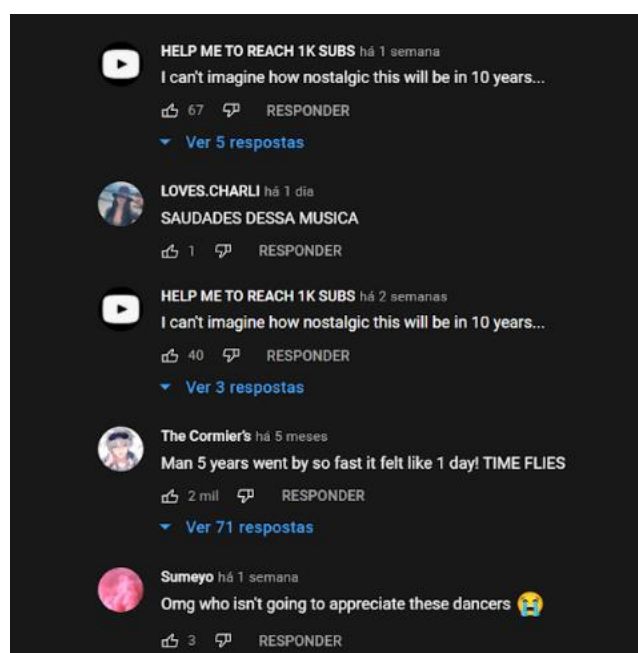
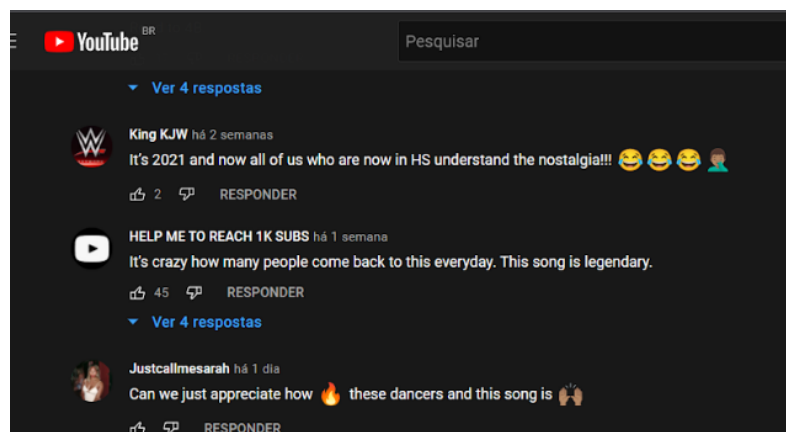
Fonte: YouTube

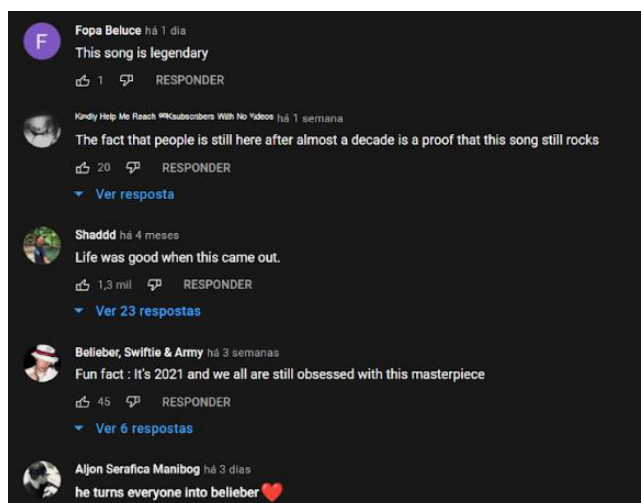
Após uma imersão mais densa no clipe, trazemos esses detalhes com objetivo de nos auxiliar nos questionamentos levantados por este projeto. Começamos falando sobre a questão de performance do cantor, pois, por mais que Justin não estivesse presente neste projeto, fica evidente sua marca e intenção com o lançamento do clipe. Visto que ele, desde o seu início como músico, trouxe a dança para a sua trajetória, com passos mais marcados e dentro do estilo hip hop, o cantor traz para o clipe um dos seus melhores elementos de conversação com o público, que é a dança. Assim como vimos em *Single Ladies* com Beyoncé, no qual ela conversa com o público e incentiva a participação do mesmo, aqui, Justin lança o clipe com movimentos que estavam em alta na época, mas diferente dos de Beyoncé, mais leves e fáceis de fazer, além de serem mais livres também.

Percebemos o impacto gerado na sociedade se evidenciando quase como um elemento da cultura quando ele bate o recorde de 2 bilhões de visualizações em menos de 6 meses de lançamento no seu canal do YouTube; e vale ressaltar que esse foi o primeiro clipe da VEVO que bateu este recorde – além de ser, até hoje, o clipe mais visualizado da carreira do cantor, e que hoje conta com 3.473.815.733 visualizações. É curioso analisarmos alguns comentários e percebermos observações do próprio dentro de um período muito próximo entre eles, os quais as pessoas trazem frases de apoio ao sucesso da música. Se pararmos para pensar na realidade que temos hoje, que é marcada pelos serviços *streaming* de música gratuitos, os quais conseguimos acesso a diversas músicas para escutar, as pessoas ainda voltam no YouTube para assistir ao clipe. Por mais que se enfatize a música, muitas vezes, o clipe já foi totalmente incorporado a ela, criando algo além da ligação tradicional entre clipe e música, e mostrando que para ouvi-los, também precisam ver, pois as imagens passadas representam o público e ficam gravadas no imaginário das pessoas.

Outros comentários que percebemos enaltecem a coreografia e as dançarinas; dessa forma, vemos que as pessoas buscam pela performance por causa da dança passada. Estes fatos nos mostram que ainda hoje conseguimos ver traços do clipe na sociedade que se mantiveram vivos e sendo revividos.

Figuras 51, 52, 53: Capturas de tela dos comentários do clipe no YouTube





Fonte: YouTube.

Quando Justin lança o CD que contém a faixa *Sorry*, vemos na descrição acima que ele vinha de um momento no qual não seguiu seu “eu”, e veio neste novo projeto com a ideia de retomar aos trilhos de sua carreira. As especulações para a inspiração da canção são diversas, mas conseguimos captar dela, a partir do conhecimento preestabelecido que temos sobre o cantor, de que ela além de um pedido de desculpas, veio acompanhado da dança, para tornar aquele momento como um recomeço e conexão entre eles. Bieber se mostrou e o fã retornou; trazemos aqui, novamente, a questão da participação do fã que percebemos já ter iniciado lá em 2008 com Beyoncé.

Foram diversos clipes caseiros que pararam no YouTube, e nas redes sociais, como Facebook, as pessoas começaram a compartilhar elas mesmas dançando a coreografia, ou até mesmo fazendo passos próprios. Um exemplo é o da criança filipina que na época tinha 7 anos e foi um sucesso de repercussão; Balang, como ficou conhecido, participou de diversos programas de TV e notícias de revistas famosas, como essa matéria, a qual Bieber repostou no Twitter.

Figura 54: Imagem de criança dançando coreografia



Fonte: Catraca Livre²³.

Além do enorme retorno por parte do consumidor, e com o propósito de ser feito para o fã e fazê-lo se sentir ainda mais próximo do cantor, Bieber lançou um clipe no seu canal do YouTube da mesma música, mas agora com recortes de produções caseiras dos fãs. Em novembro de 2015, pouco tempo após o lançamento o clipe original, é lançada essa nova versão e possui, hoje, 795.713 visualizações. Nesse vídeo, aparece um dançarino e o cantor que é responsável pela nossa próxima análise, o que nos indica que a inspiração que Bieber passa pode abrir caminhos para novos talentos.

Outra questão que vejo como relevante para esta pesquisa é sobre a intenção de Bieber em cima da dança. Com todo o retorno que obteve do clipe *Sorry*, Justin criou um projeto chamado *Purpose: The Moviment*, o qual todas as faixas do CD foram coreografadas e lançadas na rede, algumas com vídeos no tempo original da canção, e outras com apenas uma parte. Em cada uma delas recebemos uma performance diferente, com um envolvimento incrível de coreografia e letra, ressaltando mais uma vez a questão do corpo que fala. Com isso, o cantor abre mais espaço para o seu público interagir com o seu trabalho e perpetuar movimentos a partir de repetições, lembranças e associações a ele.

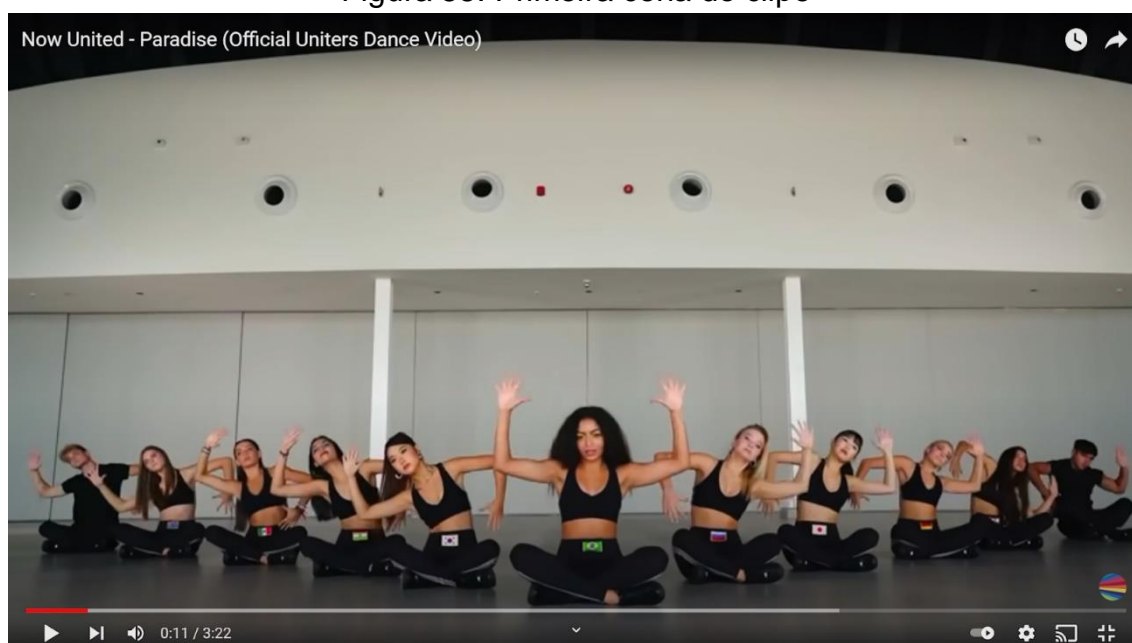
²³ Disponível em: <https://catracalivre.com.br/criatividade/video-meninho-danca-coreografia-de-sorry-do-justin-bieber-e-quebra-a-internet/>. Acesso em: 12 nov. 2021.

8.4 *Paradise* – Now United

Nossa última análise vem com um videoclipe bem recente, com menos de um ano de lançamento, que é de um grupo, e não apenas um cantor solo. Aqui, podemos ter uma nova percepção de marca de artista, visto que esse grupo possui diversas nacionalidades e, por ter um participante de cada lugar, um mix de cultura sensacional, nos indica muito sobre a identidade que eles passam para o público.

O clipe inicia com onze dos membros sentados iniciando uma coreografia, com movimentos mais focados nas partes superiores como braços e troncos.

Figura 55: Primeira cena do clipe



Fonte: YouTube.

Ao longo dos primeiros 30 segundos, recebendo imagens com essa movimentação, com focos específicos em alguns integrantes e em alguns momentos. Percebemos muitos movimentos geográficos, inclusive a posição que

eles se encontram sentados. O cenário da produção se parece com uma sala de dança onde normalmente ocorrem ensaios e preparação para as performances, que descobrimos ser o estúdio de dança da Rexona.

Também notamos as roupas dos dançarinos, que são quase como o uniforme para quem já os conhece, e permite também ser uma forma de reconhecimento do grupo, pois eles quase sempre se apresentam e ou aparecem com esse estilo de roupa, o qual cada um tem a bandeira do seu país aplicada. Também percebemos nas garotas maquiagens bem coloridas, e algumas com combinações que também remetem ao seu país, como a integrante que canta a primeira parte, a brasileira Any Gabrielly, que usa uma sombra de olho verde e amarela.

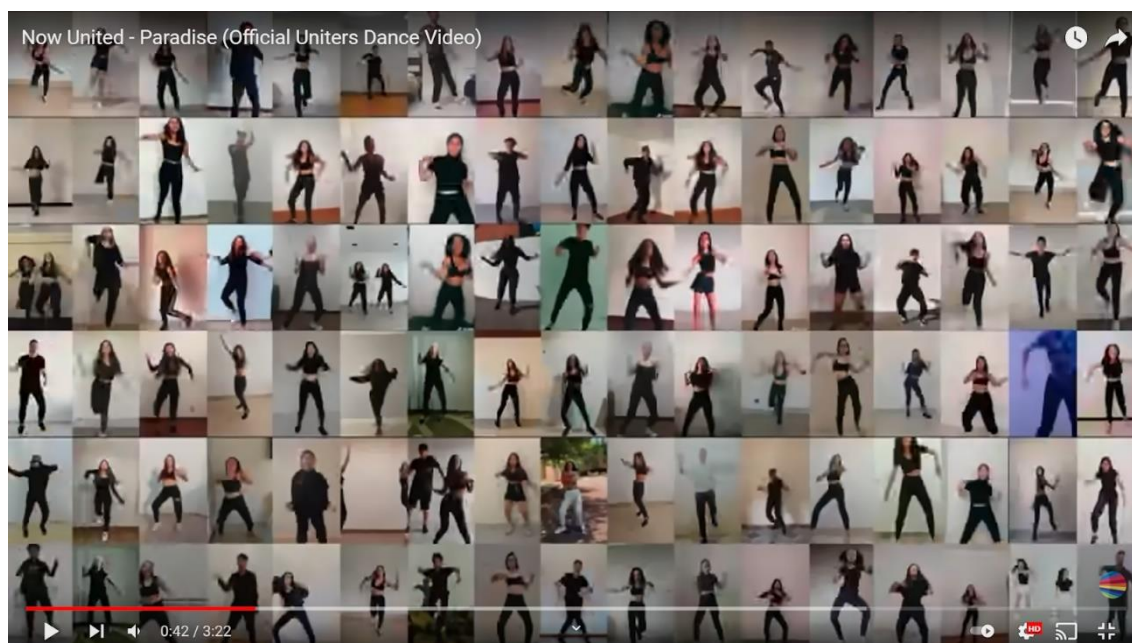
A primeira mudança que vemos no clipe acontece com uma nova cena de outros participantes avançando em direção à câmera com passos coreografados e, de repente, outro dançarino entra em cena com um celular na mão, em que percebemos vários vídeos sendo reproduzidos, mas como se fossem um só ao mesmo tempo. Quando analisamos melhor, conseguimos entender que se trata de outras pessoas que não fazem parte do grupo dançando a mesma coreografia, e de repente esta cena toma a tela inteira.

Figura 56: Cena da transição dos membros do grupo para os fãs



Fonte: YouTube.

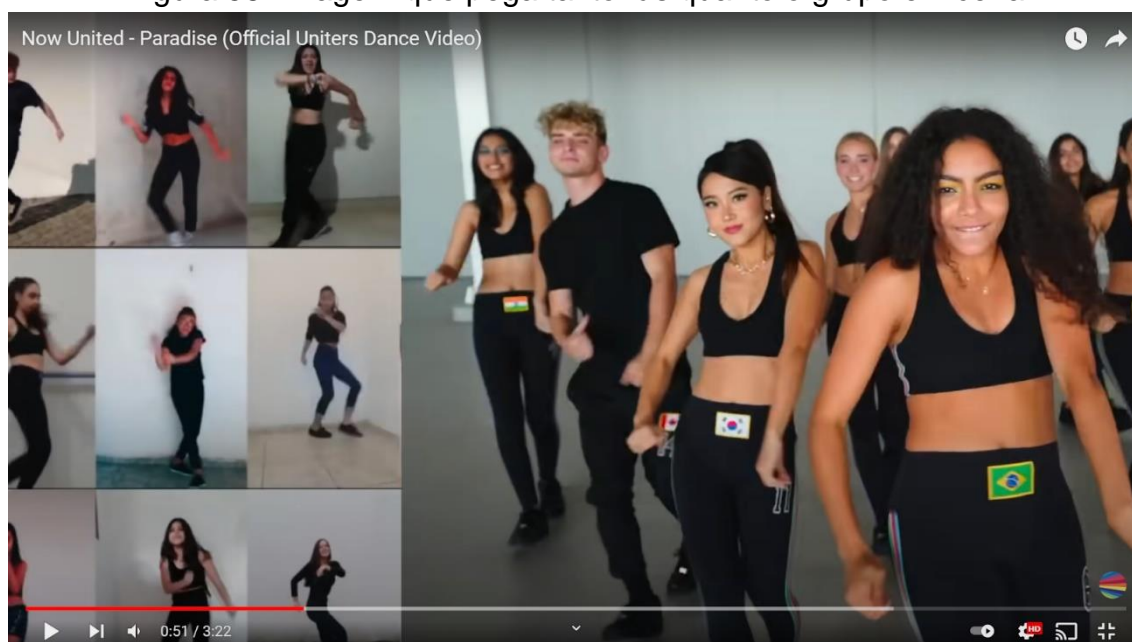
Figura 57: Cena com fãs reproduzindo movimentos



Fonte: YouTube.

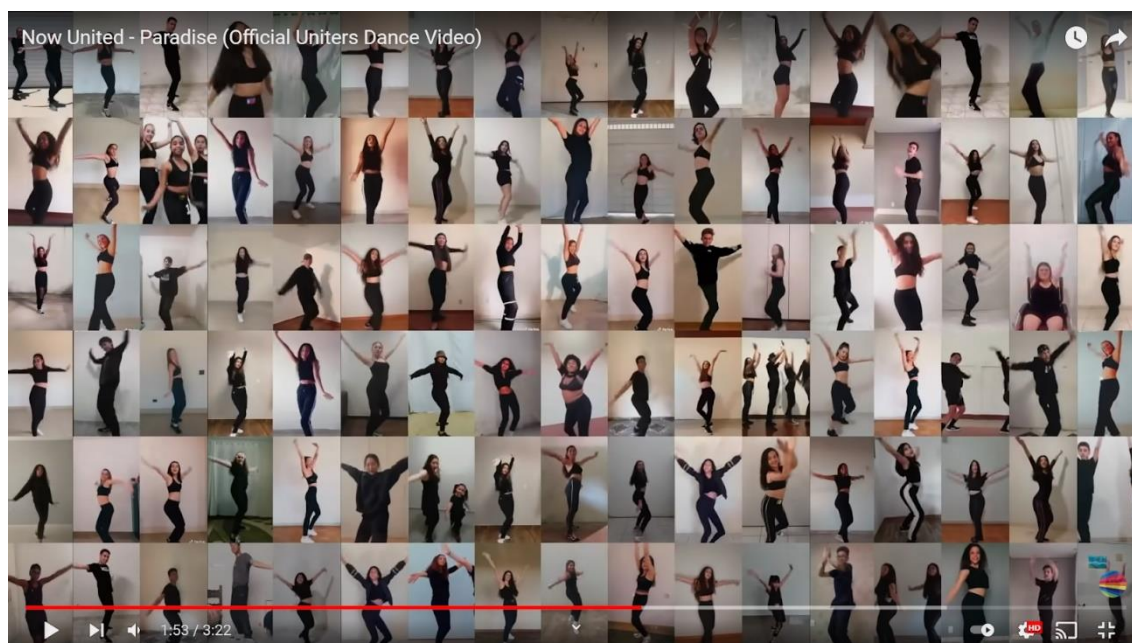
E assim começa um jogo entre essas imagens que sabemos se tratar de fãs e as cenas dos integrantes do grupo dançando a coreografia em sincronia. Dando um grande enfoque para as partes dos fãs, conseguimos perceber que vai mudando e mostrando que se trata de várias gravações.

Figura 58: Imagem que pega tanto fãs quanto o grupo em cena



Fonte: YouTube.

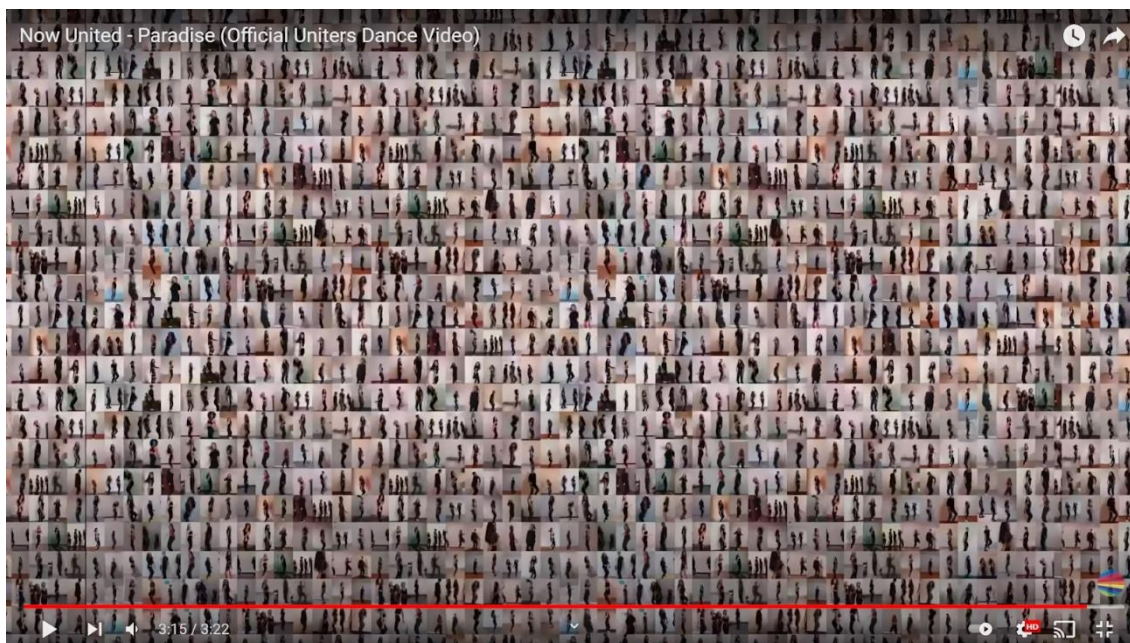
Figura 59: Cena com fãs reproduzindo movimentos



Fonte: YouTube.

O vídeo se encaminha para o fim no mesmo modelo, com alguns cortes para os integrantes, que se movimentam, cantam e fazem pose para a câmera, mas sempre sendo cenas rápidas. Igual à primeira vez, um integrante segura um celular que mostra as gravações, e dali, cresce para a tela inteira; começamos a ouvir as batidas finais da canção, e as gravações que antes eram centenas, se tornam milhares, finalizando assim a música com os fãs em cena.

Figura 60: Cena final do videoclipe com milhares de fãs juntos



Fonte: YouTube.

Para análise do clipe final, iniciamos com as informações coletadas no aprofundamento acima, além do que já trouxemos na descrição do videoclipe, e ressaltamos o fato dessas informações serem muito valiosas, visto que sabemos que o vídeo foi feito com base em uma ação de um patrocinador do grupo, a Rexona, para incentivar a movimentação das pessoas, mais exclusivamente a dança. Então, nossa análise começa antes mesmo do clipe. Observaremos a divulgação, a qual foi feita uma chamada ao fã para participar do projeto e, a partir dos movimentos deles, inspirariam o grupo a fazer uma coreografia.

Aqui, vamos compreender que o patrocinador só fez a parceria para esse projeto pois já sabia da interação dos fãs com o grupo, que eram participativos, o que já nos mostra sobre a identidade que o grupo passa para os fãs e público em geral. Esta questão de participação e inclusão de todos acredito ser muito importante, pois o fã se sente confortável em reproduzir e se dizer fã por diversos motivos; se o artista faz uma troca, isso segue reciprocamente. Além do que, por meio da integração entre culturas e da ideia de que somos iguais, podemos entender mais sobre os outros e se unir através da dança e música. Assim, trazemos aqui o capítulo dois do nosso referencial, que fala sobre a cultura da participação. Vimos que com a evolução dos meios tecnológicos, a abertura para o fã se expandiu de uma maneira que até para o meio fonográfico se tornou difícil de controlar, e disso, começamos a perceber o movimento de mudança entre os consumidores por

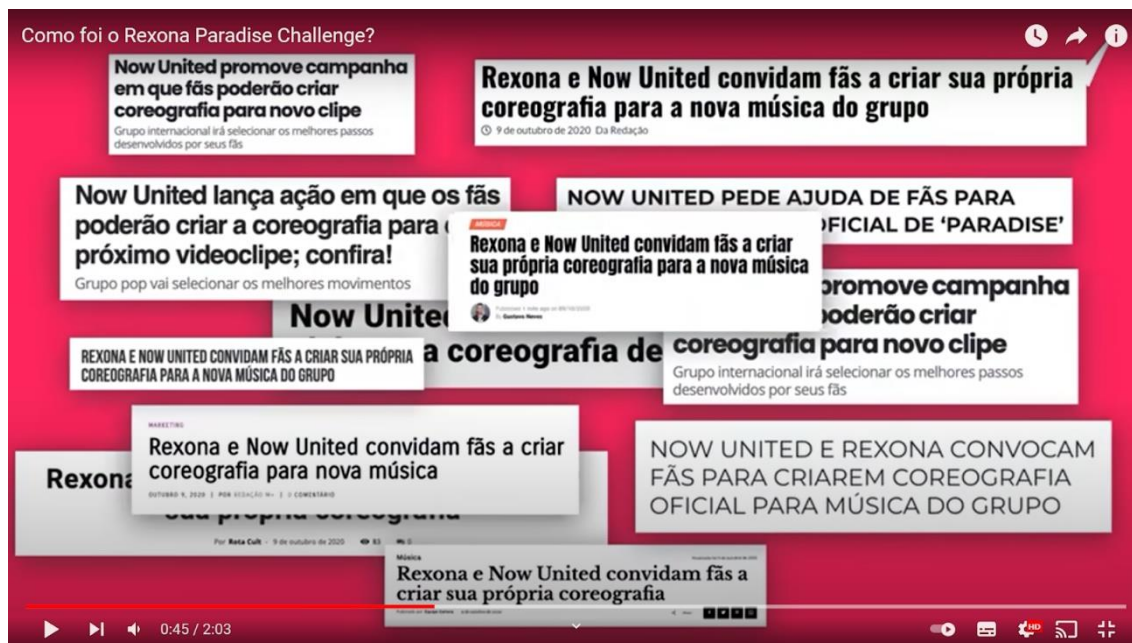
quererem mais, além do fato de que, hoje, o principal público do grupo Now United é composto por adolescentes e crianças. Essa geração já nasceu envolvida com a tecnologia e entrou junto para fazer parte dessa convergência em que vivemos.

Jenkins (2008) traz um pensamento que fala sobre os consumidores: “podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais”. Então, o jogo seria a internet, a capacidade de se fazer presente naquela experiência de alguma maneira, e com o grupo, é quase que de senso comum que essa interação seja feita a partir de reproduções dos membros através de danças. E vemos que essa ligação criada com o público através das performances escolhidas com base em dança teve um retorno gigante.

Acredito que esse clipe é o que melhor nos ajuda na questão da participação do público junto ao artista, e talvez esse movimento, que vem se tornando cada vez mais forte, nos indique de forma mais atual como que podemos compreender esses clipes coreografados como parte da lembrança da sociedade e que se mantém, além de serem remetidos a um cantor ou banda específica quando ouvimos, dançamos ou vemos os movimentos. Pegamos um vídeo no canal da Rexona, lançado após a conclusão do clipe *Paradise*, e percebemos as proporções que chegou: foram mais 15 mil vídeos compartilhados no Instagram, e no TikTok, mais de 30 milhões de visualizações em menos de um mês.

Também ressalto que o não lançamento de um clipe junto à música percebe-se um reboliço pelos fãs, mas quando foi falado sobre o desafio, a mídia exibiu diversas matérias. Além de tudo, os principais movimentos coletados dos fãs geraram a oportunidade de uma chamada de vídeo com os membros do grupo, o que nos lembra a questão de Shane no clipe de Beyoncé, pois além de se sentir igual ao seu ídolo, há uma interação com ele, quebrando a ideia de que eles estão intocáveis.

Figura 61: Cena do vídeo: Como foi o Rexona Paradise Challenge?



Fonte: YouTube.

Outro fato que trago aqui é sobre o estilo dos movimentos e passos criados pelos fãs, que seguem um estilo muito próximo do que o Now United já vinha trabalhando, nos ressaltando a ideia de que o público já foi tão marcado por tais traços e trejeitos, que se tornou o jeito deles e a forma que eles repassam suas expressões e emoções, assim, já embebidos pela experiência do Now United, repassando e gerando cada vez mais trocas.

8.5 Análise Síncrona

Após todo esse processo de decomposição dos videoclipes para análise e busca de compreensão do objetivo de pesquisa, conseguimos perceber diversas semelhanças entre as quatro produções. Semelhanças essas que trago como exemplos sobre o corpo que fala, que em cada uma das produções percebemos serem extremamente importantes para compreensão da sociedade e que, através delas, marcam as pessoas – por isso ajudam na questão de memória aqui questionada. Mas ao mesmo tempo, outro ponto que acho válido ressaltar é sobre a disparidade entre os quatro videoclipes, pois conseguimos perceber evoluções dentro de cada um, além do que, dentro das quatro referências buscadas para auxílio desta pesquisa, conseguimos encaixar cada uma destas produções de forma mais destacada.

E quando falamos sobre memória da sociedade, os primeiros videoclipes analisados se mostram muito mais carregados de lembranças (inclusive, isso se percebe pelo estudo realizado), pois mesmo que sejam mais antigos, foram conseguidos mais recursos para auxiliar na pesquisa. Mas, também analisando este fato, devemos nos atentar para a questão do tempo de lançamento ao público, o que indica que os dois últimos clipes ainda estão criando as suas lembranças e se mantendo na sociedade.

Outra questão que se percebe através das pesquisas realizadas é que os artistas e a indústria fonográfica perceberam como a dança pode ser influente junto às pessoas, pois estamos vivendo em mudança constante por parte do consumidor, e essas ligações que a dança permite são boas para todos os lados: artista, fã, empresários e cultura. Sendo assim, no momento de escolha das produções a serem analisadas, já se conseguia ter uma noção de como esta arte já vem sendo introduzida no universo dos videoclipes com maior relevância.

Nossa finalização vai se dar através da metodologia, que foi seguida com base na ideia de semiótica, que é a ciência dos signos e que investiga todas as linguagens possíveis. E que como visto anteriormente, as linguagens podem ser verbais ou não, o que nos abre a questão de compreensão através dos outros sentidos e experiências que temos e carregamos conosco. Quando falamos em signos, podemos dizer que são representações, podendo se tornar um símbolo que é relacionado a convenções já existentes na sociedade, e com isso trago o exemplo de Beyoncé, que ao enfatizar um passo associado a uma linguagem verbal compreendida e reproduzi-lo em vários momentos, cria assim um contexto e uma experiência para quem o assiste, deixando um caminho aberto para a sociedade o identificar como um símbolo e, até como, uma associação à cantora.

Um último exemplo que trago, que aconteceu nesse período final de pesquisa, foi uma apresentação no programa da Globo, *The Masked Singer Brasil*, no qual um dos candidatos trouxe uma versão da canção *Single Ladies* em ritmo de pagode, na qual os jurados começaram a reproduzir os passos da coreografia de 2008, sendo os mais lembrados o da mãozinha e o com os braços para baixo, subindo e descendo. Aqui, percebemos que houve associação de música, artista e movimento, através de experiências que eles tinham e os indicaram à reprodução, além de relembrar milhares de telespectadores que assistiram em TV aberta. Ressalto que como já havia analisado o clipe e toda a coreografia da cantora

Beyoncé, já tinha conhecimento de todos os passos principais, e percebi que a coreografia reproduzida pela participante e os dançarinos do programa não era fiel à do videoclipe, inclusive, evitando os passos reproduzidos pelos jurados. Isso se deve ao fato de que no início de 2021, pela primeira vez, uma coreógrafa teve seus passos registrados como direitos autorais, sendo esses o da coreografia de *Single Ladies*, do coreógrafo Knight. Esse fato se torna curioso visto que a dança e o movimento sempre foram reproduzidos por outros, mas nunca dado o crédito, como qualquer outro material criado para o público; claro que isso não se trata de nunca mais reproduzi-lo sem a autorização do coreógrafo, mas sim em questão de fins comerciais em cima deste trabalho criado.

Figura 62 e 63: Jurados do *The Masked Singer Brasil* dançando *Single Ladies*



Fonte: Captura de tela do Twitter.

Também dentro da semiótica é vista a questão da intersemiótica, que é quando a pessoa vê, absorve e recria em cima do que foi experimentado, como uma base para uma nova experiência a ser criada, mas que pode se perceber traços do símbolo passado anteriormente. Aqui, pegamos o exemplo do videoclipe analisado do grupo Now United e seus que, em cima do conhecimento prévio e paixão pelo grupo, criaram movimentos com base no que eles tinham no repertório – os movimentos já existentes do grupo.

Sendo assim, conseguimos perceber que a dança se infiltrou nos videoclipes bem no seu primórdio, sendo um elemento trazido de acordo com os artistas que já possuíam uma ligação com esta arte. Mesmo sem a cultura de participação presente

como a que temos hoje, naquela época, ainda era muito da natureza do artista incluir e performar com a dança. Hoje, após pesquisa, consigo identificar que a dança foi ganhando espaço dentro do meio e que, nos dias atuais, as pessoas percebem como ela se tornou uma forma de ligação entre público e artista, principalmente devido ao fato da participação cada vez mais significativa das pessoas pelas redes sociais, se tornando, assim, no meu ponto de vista, talvez uma questão menos verídica do “eu” do artista, e mais em questão de uma cultura extremamente rica, visto que se criam associações e memórias através de músicas coreografadas que marcam uma geração e trazem associações.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vimos que, um pouco antes da metade do século passado, o que conhecemos como videoclipe começou a surgir, e enfatizo a palavra “começou” pois vimos que não se tem uma data precisa de seu surgimento, mas sim produções que foram sendo feitas com base no cinema e na Broadway. Neste pouco tempo, ele teve uma evolução enorme, sendo inserido na sociedade inicialmente como um vídeo promocional do artista, feito a partir dos recortes de gravações de apresentações, até chegar nas megaproduções com efeitos especiais que conhecemos hoje.

Mas, no meio deste percurso, o clipe e os artistas foram inovando, testando alguns meios de produção, e principalmente incluindo cada vez mais a sua marca, quase como uma assinatura. Além da sua marca, os artistas incluíram outras artes dentro do clipe, sendo uma delas a dança, e a partir dela, abriram-se novos caminhos para que o público assistisse, absorve-se e desse um retorno. Vimos ao longo da pesquisa que diversos fatores envolvem este assunto, desde o lado do artista e sua criação pessoal de imagem a se passar, que constrói uma identidade, até os fãs, que recebem conteúdo e o repassa nas redes, gerando novas conversas e sendo ele o principal responsável pelo sucesso e a criação de memória por essa repercussão. A evolução de todas as partes foi fundamental para que chegássemos aonde estamos hoje, e vejo que ainda não chegamos ao fim deste percurso. Na verdade, com o avanço da tecnologia e a cultura da participação crescendo cada vez mais, através das redes conseguimos enxergar novos cenários para se compreender, como por exemplo, o TikTok e a cultura K-pop, que andam ligados com a dança e movimentos característicos dela, os quais já se fazem presentes nas grandes produções mundiais que vemos no YouTube – quebrando recordes, inclusive.

Com isso, consigo determinar os objetivos apontados no início desta pesquisa como alcançados, pois após longa análise, se pode perceber, através do referencial teórico trazido e usado como base nas análises, comprovações que nos mostram que a dança serve como uma ligação entre consumidor e artista. Além de certos movimentos, as performances apresentadas criam uma memória na sociedade que as tornam símbolos, fazendo a associação quase que automaticamente.

Como vimos no começo desta pesquisa, sempre foi uma motivação da autora e uma enorme curiosidade pessoal compreender os motivos que faziam dos videoclipes coreografados um pouco mais próximos do público. E hoje, após toda essa jornada de mais de um ano e meio de pesquisa, é prazeroso perceber como a evolução foi se encaixando tão bem; conseguimos enxergar toda a ligação e conexão que foi necessária de todas as partes, tanto indústria fonográfica como do próprio consumidor para chegar ao que percebemos atualmente.

É engraçado pensar que antes a autora acreditava que, por sua ligação com a dança, enxergava essas entrelinhas, mas hoje percebe que a dança tem uma maneira diferente de mexer com as pessoas, e através dela é possível explorar diversos caminhos dentro da comunicação, mostrando, assim, que ainda existem e estão surgindo muitos outros esperando para serem trilhados, nos indicando que essa pesquisa na acaba aqui.

Vejo pelo lado publicitário que a dança vem entrando no nosso dia a dia aos poucos, ganhando espaço e sendo reconhecida como uma linguagem; assim, percebo que esse projeto nos mostra que a comunicação pode explorá-la cada vez mais, visto as conexões que podem ser estabelecidas e mantidas. Vivemos em uma era em que um conteúdo pode impactar, mas amanhã já vai ser passado, pois cada vez mais estamos repassando e absorvendo a publicidade. Se além de impactar conseguirmos marcar as pessoas, podemos obter repercussões até mundiais, entrando, assim, na cultura pop.

Reforço que as considerações finais não encerram o estudo e as possibilidades dentro do meio da dança inseridos nos videoclipes. Como mencionei acima, há novas plataformas que estão ganhando espaço e reconhecimento pelo público, onde a dança entra de maneira eficiente. Ainda teremos novos clipes e movimentos que gerarão novos conceitos e que podem ser abordados em novos projetos.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Daniella. Tradução intersemiótica como ferramenta pedagógica, artística e conceitual na criação em dança. **Anais do V Encontro Científico Nacional de Pesquisadores em Dança - ANDA**. Natal: Universidade Federal do Rio Grande do Norte, p. 350-364, 2017.

AMARAL, Adriana; SOARES, Thiago; POLIVANOV, Beatriz. **Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas**¹. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 41, p. 63-79, 2018.

AQUINO, Maria Clara. **Convergência entre televisão e web: proposta de categorização analítica**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 208 f., 2012.

BERTE, Odailso. VOGUE: A dança a partir de relações corpo-imagem. **Revista Dança**, Salvador, v.3, n. 2, p.69-80, jul./dez. 2014.

CANNITO, Newton. **A Televisão Na Era Digital - Interatividade, Convergência e Novos Modelos De Negócio**. São Paulo: Summus, 2010.

COUTINHO, Laura Pacheco. **Dança, Performance e Artes Visuais: Imagens e Discursos do Corpo**. Dissertação (Mestrado em Dança) – Programa de Pós-Graduação em Dança, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 156 f., 2011.

DUARTE, Carlise Scalamato. **Coreografias audiovisuais: This is it**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 122 f., 2010.

FARO, Antonio José. **Pequena história da dança**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.

GLUSBERG, Jorge. **A Arte da Performance**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

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

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. Lisboa: Edições 70, 2007.

LIMA-LOPES, Rodrigo Esteves de; MONTEIRO, Luísa Souto Maior. Da televisão para a internet: um estudo sobre a migração midiática. **Revista Comunicare**, v. 12, n. 1, 2º sem./2012.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 4ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2000.

OLIVA, Rodrigo; BIDARRA, José; ARAÚJO, Denize. Vídeo e storytelling num mundo digital: interações e narrativas em videoclipes. **Comunicação e Sociedade**, v. 32, p. 459-476, 2017.

PALMA, Louise Gonzaga Alves. **O novo lugar do videoclipe: da TV musical aos canais virtuais**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 62 f., 2012.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2005.

PEREIRA DE SÁ, Simone. Anitta no Rock in Rio: negociações de corpos e territórios em performances de divas pop-periféricas. In: SOARES, Thiago; LINS, Mariana; MANGABEIRA, Alan (Orgs.). **Divas Pop: o corpo-som das cantoras na cultura midiática**. Belo Horizonte: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2020, p. 65-80.

PORTINARI, Maribel. **História da dança**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

RODRIGUES, Robson. Conheça a história dos videoclipes e suas transformações. **Correio Braziliense**, Brasília, 04 jun. 2019. Disponível em: https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2019/06/04/interna_diversao_arte,759937/conheca-a-historia-dos-videoclipes-e-suas-transformacoes.shtml. Acesso em: 29 set. 2020.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é Semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2012.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. 2ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2018.

SETENTA, Jussara Sobreira. **O fazer-dizer do corpo: dança e performatividade** [online]. Salvador: EDUFBA, 2008.

SOARES, Thiago. Construindo imagens de som & fúria: Considerações sobre o conceito de performance na análise de videoclipes. **Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura**, v. 12, n. 2, p. 323-339, 2014.

SOARES, Thiago. Videoclipe, o elogio da desarmonia: Hibridismo, transtemporalidade e neobarroco em espaços de negociação. **IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da INTERCOM**, XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Porto Alegre, 2004.

SOARES, Thiago. Videoclipe, YouTube e Televisão Expandida: Notas sobre Itinerários do Audiovisual na Cultura Midiática. **IX Encontro dos Grupos de Pesquisa e Núcleos de Pesquisa da INTERCOM**, XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 2009.

SOARES, Thiago. A televisão aos pedaços: O Video Music Awards 2007 e a estratégia discursiva da MTV1. **Ícone**, Pernambuco, 10, n. 2, dez. 2008.

SOARES, Thiago. **A estética do videoclipe**. João Pessoa, Editora Universitária/UFPB, 2013.

SQUIRE, Corinne. **O que é narrativa?** Londres: Dossiê Narrativas, 2014.

TAYLOR, Diana. **O arquivo e o repertório**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2013.

Thriller (canção). *In*: Wikipedia. [S.l., 2020], Disponível em: [pt.wikipedia.org/wiki/Thriller_\(can%C3%A7%C3%A3o\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Thriller_(can%C3%A7%C3%A3o)). Acesso em: 08 ago. 2020.

TRINDADE, Ana Ligia; VALLE, Flavia Pilla do. A escrita da dança: um histórico da notação do movimento. **Revista Movimento**, Porto Alegre, v. 13, n. 03, p. 201-223, set/dez. 2007.

WOSNIAK, Cristiane. **Dança, cine-dança, vídeo-dança, ciber-dança: dança, tecnologia e comunicação**. Curitiba: UTP, 2006.

ZANETTI, Daniela; BELO, Rafaela. Da TV para a Web 2.0: os novos usos do videoclipe. **Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura**, v. 10, n. 3, p. 777-793, 2012.

WEBGRAFIA:

ALVES, Jéssica. Clipes mais premiados: veja quais são e porque fizeram história na música. **Jornal DCI**, 2020. Disponível em: <https://www.dci.com.br/dci-mais/musica/clipes-mais-premiados/57270/>. Acesso em: 20 abr. 2021.

ANITTA encarna 'Carmen Miranda funkeira' e vai de 'Garota de Ipanema' a 'Só quer vreau' no Rock in Rio Lisboa. **G1**, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/anitta-encarna-carmen-miranda-funkeira-e-vai-de-garota-de-ipanema-a-so-quer-vreau-no-rock-in-rio-lisboa.ghtml>. Acesso em 20 abr. 2021.

ANNES, Letícia. Você precisa ver o Now United arrasando no clipe de 'Paradise' com coreografia criada pelos fãs. **Febre Teen**, 2020. Disponível em: <https://febreteen.com.br/2020/11/voce-precisa-ver-o-now-united-arrasando-no-clipe-de-paradise-com-coreografia-criada-pelos-fas/>. Acesso em: 05 set. 2021.

ARTH. Algumas curiosidades super interessantes sobre o clipe de "Single Ladies" da Beyoncé, que você provavelmente não sabia! (A THREAD). **Twitter**, 2020. Disponível em: <https://twitter.com/anthunesarth/status/1232445719673335808>. Acesso em: 02 set. 2021.

COMO o videoclipe de Thriller de Michael Jackson mudou a indústria da música. **MJ Beats**, 2020. Disponível em: <https://mjbeats.com.br/como-o-videoclipe-de-thriller-de-michael-jackson-mudou-a-ind%C3%A9stria-da-m%C3%AAsica-fd44bbcd91bc>. Acesso em: 20 abr. 2021.

DAYLIGHT (canção de Maroon 5). Wikipédia, 2021. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Daylight_\(can%C3%A7%C3%A3o_de_Maroon_5\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Daylight_(can%C3%A7%C3%A3o_de_Maroon_5)). Acesso em: 07 abr. 2021.

EFE. Clipe que mudou a história da música, "Thriller" completa 35 anos. **Exame**, 2018. Disponível em: <https://exame.com/casual/clipe-que-mudou-a-historia-da-musica-thriller-completa-35-anos/>. Acesso em: 20 abr. 2021.

EFE. 'Thriller', clipe de Michael Jackson que revolucionou a música, completa 35 anos. **G1**, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2018/12/02/thriller-clipe-de-michael-jackson-que-revolucionou-a-musica-completa-35-anos.ghtml>. Acesso em: 20 abr. 2021.

ERNANI, Felipe. Há 37 anos, o icônico vídeo de Michael Jackson para "Thriller" estreava na MTV. **Tenho mais discos que amigos**, 2020. Disponível em: <https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2020/12/02/michael-jackson-thriller-37-anos/>. Acesso em: 20 abr. 2021.

FERREIRA, Mauro. Anitta evoca Carmen Miranda no Rock in Rio Lisboa pela força planetária da imagem da 'Brazilian Bombshell'. **G1**, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2018/06/25/anitta-evoca-carmen-miranda-no-rock-in-rio-lisboa-pela-forca-planetaria-da-imagem-tropicalista-da-brazilian-bombshell.ghtml>. Acesso em: 20 abr. 2021.

FRANÇOZA, Douglas. Now United cria desafio entre fãs para elaborar a coreografia de Paradise. **Portal Pop Online**, 2020. Disponível em: <https://portalphonline.com.br/now-united-cria-desafio-entre-fas-para-elaborar-a-coreografia-de-paradise/>. Acesso em: 05 set. 2021.

HUGHES, Hilary. 10 Years of 'Single Ladies': Beyoncé's Director, Choreographers & More Put a Ring on Her Iconic Music Video. **Billboard**, 2018. Disponível em: . Acesso em: 02 set. 2021.

JUSTIN Bieber - PURPOSE: The Movement. **YouTube**, 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=O9Ja9TTQt00>. Acesso em: 02 set. 2021.

JUSTIN Bieber divulga vídeo de fãs dançando "Sorry". **Vagalume**, 2015. Disponível em: <https://www.vagalume.com.br/news/2015/11/04/justin-bieber-divulga-video-de-fas-dancando-sorry.html>. Acesso em: 02 set. 2021.

KAIBARA, Miriam. Conheça Parris Goebel, a líder das divas do clipe de Sorry, de Justin Bieber. **E! Online**, 2015. Disponível em: <https://www.eonline.com/br/news/723763/conheca-parris-goebel-a-lider-das-divas-do-clipe-de-sorry-de-justin-bieber>. Acesso em: 02 set. 2021.

LICATA, Annie. Justin Bieber's 'Sorry': Meet the Choreographer Behind Video's Flashy Moves. **Rolling Stone**, 2015. Disponível em: <https://www.rollingstone.com/music/music-news/justin-biebers-sorry-meet-the-choreographer-behind-videos-flashy-moves-41741/>. Acesso em: 02 set. 2021.

MAROON 5 - Daylight (Official Music Video). **YouTube**, 2012. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=N17FXwRWEZs>. Acesso em: 07 abr. 2021.

MAROON 5 Anuncia 'The Daylight Project'. **M5BR**, 2012. Disponível em: <https://www.maroon5br.com/2012/09/17/maroon-5-anuncia-the-daylight-project/>. Acesso em: 07 abr. 2021.

MORAIS, Gustavo. Especial Now United: conheça a história e os membros do grupo. **Terra**, 2020. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/musica/especial-now-united-conheca-a-historia-e-os-membros-do-grupo,7c94bfa645b078a0d0c0f736e93dfde9t1kz97mp.html>. Acesso em: 05 set. 2021.

NARINS, Elizabeth. There's Something You Don't Know About the "Single Ladies" Video. **Cosmopolitan**, 2016. Disponível em: <https://www.cosmopolitan.com/entertainment/a57744/behind-the-scenes-beyonces-single-ladies-video/>. Acesso em: 02 set. 2021.

NOW United - Paradise (Official Mexico Memories Video). **YouTube**, 2021. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=L_PehQCoViw. Acesso em: 05 set. 2021.

NOW United - Paradise (Official Uniters Dance Video). **YouTube**, 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=K9J5osafKOs>. Acesso em: 05 set. 2021.

OTTO, Isabella. The Movement: Justin Bieber lança 13 dance videos de Purpose na sequência. **Capricho**, 2016. Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/comportamento/the-movement-justin-bieber-lanca-13-dance-videos-de-purpose-na-sequencia/>. Acesso em: 02 set. 2021.

PORTO, João Paulo. Para Ver Antes de Morrer: 66. Beyoncé | Singles Ladies (Put a Ring on It). **1001 Videoclipes**, 2020. Disponível em: <http://1001videoclipes.com/para-ver-antes-de-morrer-66-beyonce-singles-ladies-put-a-ring-on-it/>. Acesso em: 02 set. 2021.

PURPOSE (álbum de Justin Bieber). **Wikipédia**, 2021. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Purpose_\(%C3%A1lbum_de_Justin_Bieber\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Purpose_(%C3%A1lbum_de_Justin_Bieber)). Acesso em: 02 set. 2021.

REI dos recordes? Justin Bieber bate marca histórica na VEVO com o clipe de "Sorry". **Jovem Pan**, 2017. Disponível em: <https://jovempan.com.br/entretenimento/musica/rei-dos-recordes-justin-bieber-bate-marca-historica-na-vevo-com-o-clipe-de-sorry.html>. Acesso em: 02 set. 2021.

THRILLER: 7 segredos por trás do lendário videoclipe de Michael Jackson. **MJ Beats**, 2020. Disponível em: <https://mjbeats.com.br/thriller-7-segredos-por-tr%C3%A1s-do-lend%C3%A1rio-videoclipe-de-michael-jackson-790d50ea5ea5>. Acesso em: 20 abr. 2021.

TUBEFILTER. Single Ladies Choreographer JaQuel Knight Becomes First Person to Copyright Dance Moves. **MCT**, 2021. Disponível em: <http://mct.mus.br/single-ladies->

choreographer-jaquel-knight-becomes-first-person-to-copyright-dance-moves/#:~:text=Core%C3%B3grafo%20de%20%E2%80%9CSingle%20Ladies%E2%80%9D%20se,dan%C3%A7a%20%2D%20M%C3%BAsica%2C%20Copyright%20e%20Tecnologia. Acesso em: 02 set. 2021.

WARKEN, Júlia. Vídeo mostra que a coreografia de “Single Ladies” não é original. **Claudia**, 2020. Disponível em: <https://claudia.abril.com.br/famosos/video-mostra-que-a-coreografia-de-single-ladies-nao-e-original/>. Acesso em: 02 set. 2021.