

UNIPAMPA
Universidade Federal do Pampa

ALEX CASTELHANO SOARES

**FUNK, HUMOR, VAPORWAVE E POLÍTICA:
UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO DE SENTIDO NO VIDEOCLÍPE
SEGREDINHO DE PANKADON**

São Borja

2018

ALEX CASTELHANO SOARES

**FUNK, HUMOR, VAPORWAVE E POLÍTICA:
UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO DE SENTIDO NO VIDEOCLÍPE
SEGREDINHO DE PANKADON**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. João Antônio Gomes Pereira

São Borja

2018

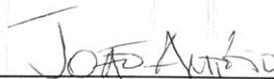
ALEX CASTELHANO SOARES

FUNK, HUMOR, VAPORWAVE E POLÍTICA: UMA ANÁLISE DA PRODUÇÃO DE SENTIDO NO VIDEOCLÍPE SEGREDDINHO DE PANKADON

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido em: 05/12/2018.

Banca examinadora:



Prof. Dr. João Antônio Gomes Pereira

Orientador

UNIPAMPA



Profª. Drª. Denise Aristimunha de Lima

UNIPAMPA



Prof. Dr. Marcelo da Silva Rocha

UNIPAMPA

Dedico este trabalho ao Rabeton, ao Popozon e a todos os profissionais que criaram o Pankadon

AGRADECIMENTOS

À minha mãe e meu pai, assim como meus irmãos e meu namorado, que acreditaram em mim e me deram todo apoio.

Ao meu orientador João Antônio, por ter me acompanhado de forma inigualável nesse momento, me dando suporte e acreditando na minha escrita.

Aos professores Marcelo Rocha, Denise de Lima, Renata Coutinho, Sara Feitosa, Merli Leal, Denise Silva, Juliana Salbego, Camila Pereira, Gabriel Sausen Feil, Cesar Beras, Domingos Savio, Joel Felipe Guindani, Mauricio Lavarda e também à memória de Wesley Grijó, que me acompanharam e que ajudaram a formar o que sou hoje.

Aos amigos Maria Eduarda e Mauricio Ávila, que me ajudaram nestes tempos de produção.

A Pablo Bispo, Luísa Novaes Noel e Phil Mendonça pelo suporte dado.

A todos os colegas e amigos me desejaram coisas positivas durante a graduação.

“Elvis conceda-me a serenidade para aceitar as coisas que eu não posso mudar, a coragem de mudar as coisas que posso, e a sabedoria de saber a diferença, obrigado!

Robbie Williams.

RESUMO

O *funk*, veículo influente de comunicação de fortes expressões, é um tema pouco estudado com profundidade quando relacionado à política e ao movimento estético *vaporwave*. À vista disso este estudo realiza uma análise de produto audiovisual do gênero *funk*, questionando como transcorreu a produção de sentido do videoclipe Segredinho, do Projeto *Pankadon*, ao valer-se de elementos do *Vaporwave*, humor e referência política. Com o principal objetivo de identificar o sentido pela articulação dos temas descrevendo elementos sonoros, visuais e verbais da música e do videoclipe. Como método de análise, o autor usou do método criado por *Diana Rose*, realizando uma adaptação das etapas sugeridas por ela. Com a pesquisa, pode-se perceber que a semiótica francesa pode ser aliada aos estudos culturais para examinar o emprego da ideologia política na publicidade. Concluindo também que os produtores da música e do videoclipe valeram-se do *vaporwave* para transmitir uma ideia de um futuro cenário político de caos e retrocesso para o país, criticando com humor atos políticos corruptos.

Palavras-chave: *Funk*. *Vaporwave*. Política. Humor. *Pankadon*.

ABSTRACT

The funk, an influential communication vehicle of strong expressions, is a less studied subject in depth when related to politics and the vapowave aesthetic movement. In this perspective, the study performs an analysis of an audiovisual product in the funk genre, questioning how did occur the meaning production of the music video Segredinho, by the Pankadon Project, which used elements of Vaporwave, humor and political reference. With the main objective of identifying the meaning by the themes articulation and by describing sound, visual and verbal elements of the song and music video. As the analysis method the author used the method created by Diana Rose, adapting the steps suggested by her. With the research, it is possible to perceive that French semiotics can be allied to cultural studies to examine the employment of political ideology in advertising. It also concludes that the song and music video producers used the Vaporwave to convey an idea of a future political scenario of chaos and regression for the country, criticizing corrupt political acts with humor.

Keywords: Funk. Vaporwave. Politics. Humor. Pankadon.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Letra da música Segredinho.....	51
Quadro 2 - Letra da música Segredinho.....	52
Quadro 3 - Letra da música Segredinho.....	53

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Introdução do vídeo.....	56
Figura 2 – Introdução do vídeo.....	56
Figura 3 – Introdução do vídeo.....	56
Figura 4 – Introdução do vídeo.....	56
Figura 5 – Introdução do vídeo.....	56
Figura 6 – Introdução do vídeo.....	56
Figura 7 - Introdução do vídeo.....	57
Figura 8 – Ostentação.....	58
Figura 9 – Ostentação.....	58
Figura 10 – Ostentação.....	58
Figura 11 – Ostentação.....	58
Figura 12 – Ostentação.....	58
Figura 13 – Ostentação.....	58
Figura 14 – Ostentação.....	59
Figura 15 – Ostentação.....	59
Figura 16 – Ostentação.....	59
Figura 17 – Povo.....	60
Figura 18 – Povo.....	60
Figura 19 – Povo.....	61

Figura 20 – Povo.....	61
Figura 21 – Povo.....	61
Figura 22 – Povo.....	61
Figura 23 – Coreografia.....	62
Figura 24 – Coreografia.....	62
Figura 25 – Coreografia.....	62
Figura 26 – Coreografia.....	62
Figura 27 – Coreografia.....	62
Figura 28 – Coreografia.....	62
Figura 29 – Coreografia.....	63
Figura 30 – Coreografia.....	63
Figura 31 – Coreografia.....	63
Figura 32 – Porta dos desesperados.....	64
Figura 33 – Porta dos desesperados.....	64
Figura 34 – Porta dos desesperados.....	65
Figura 35 – Porta dos desesperados.....	65
Figura 36 – Porta dos desesperados.....	65
Figura 37 – Porta dos desesperados.....	65
Figura 38 – Bolsonaro.....	66
Figura 39 – Bolsonaro.....	66
Figura 40 – Bolsonaro.....	66

Figura 41 – Bolsonaro.....	66
Figura 42 – Bolsonaro.....	66
Figura 43 – Bolsonaro.....	66
Figura 44 – Bolsonaro.....	67
Figura 45 – Bolsonaro.....	67
Figura 46 – Bolsonaro.....	67
Figura 47 – Bolsonaro.....	67
Figura 48 – Bolsonaro.....	67
Figura 49 – Bolsonaro.....	67

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	19
2.1 Música popular brasileira e origem do <i>funk</i> no Brasil.....	19
2.2 Semiótica Francesa e Estudos Culturais.....	24
2.2.1 Semiótica Francesa.....	24
2.2.2 Estudos Culturais.....	26
2.3 Ideologia política – conceitualização.....	31
2.4 Videoclipe – origem, evolução e importância na publicidade.....	32
2.4.1 Anos 50.....	33
2.4.2 Anos 60.....	33
2.4.3 Anos 70.....	34
2.4.4 Anos 80.....	35
2.4.5 Anos 90.....	36
2.4.6 Anos 2000.....	38
2.5 Importância para a publicidade e videoclipe como ferramenta para crítica social.....	39
2.6 Vaporwave.....	42
3 METODOLOGIA.....	45
3.1 Tipos de pesquisa.....	45
3.2 Objeto de análise: videoclipe Segredinho de Pankadon.....	45

3.3 Análise e interpretação de dados.....	46
3.3.1 Análise de imagens em movimento.....	46
3.3.2 Categorias de análise.....	49
3.3.2.1 Análise verbal.....	49
3.3.2.2 Análise sonora.....	50
3.3.2.3 Análise visual.....	50
4 PERCURSO ANALÍTICO.....	51
4.1 Análise verbal.....	51
4.2 Análise sonora.....	54
4.3 Análise visual.....	55
4.3.1 Introdução do vídeo.....	56
4.3.2 Ostentação.....	58
4.3.3 Povo.....	60
4.3.4 Coreografia.....	62
4.3.5 Porta dos desesperados.....	64
4.3.6 Bolsonaro.....	66
5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	69
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	71
REFERÊNCIAS.....	72
ANEXOS.....	77

1 INTRODUÇÃO

Em nosso mundo, nossos sentidos e emoções, tanto quanto nossa razão são instigados, influenciados pelas mídias audiovisuais, estabelecendo uma relação que constrói nossa cultura e comunidade.

Todas as opiniões que formamos após assistirmos um telejornal, as imagens que armazenamos quando vemos uma propaganda, o ritmo de uma música que fixamos na memória, podem demonstrar o poder e a força que o audiovisual tem sobre nós em nossa sociedade. Podemos listar tanto os acontecimentos do século XX, a chegada do homem à Lua, desabamento das torres do *World Trade Center*, as conquistas de campeonatos mundiais de futebol pelo Brasil; como podemos enfatizar acontecimentos históricos dos últimos quatro anos. A reeleição de Dilma Rousseff em 2014 e seu *impeachment*, que feriu a constituição. Um Brasil dividido em dois, com protestos batendo panela e grupos indo às ruas defendendo a democracia, mudanças no plano de governo depois do *impeachment*... Para Bonetti (2008) todo esse desabamento de informações pela mídia podem e são influenciados por ela.

A política e os profissionais atuantes nela sempre foram assuntos em voga no Brasil. A corrupção, os golpes, as delações, políticos extremistas e preconceituosos estão constantemente sendo representados na mídia. Sendo de maneira boa e amigável ou expondo suas ações ruins.

Hoje, esse transbordamento de imagens e sons, propagandas, provenientes de múltiplas mídias seja através de propagandas, anúncios, filmes se disseminam rapidamente. Predominantemente, pela veloz interatividade *online* da internet. Criando um mundo onde as informações se espalham mais rápido que nunca, e a verdade e a ficção se confundem e desafiam a sociedade, em acreditar no que se vê nas mídias sociais ou aprofundar o conhecimento buscando mais informações.

Como afirma Bonetti (2008), as redes sociais tendo sido popularizadas muito rápido, com a quase completa imersão do ser humano no mundo virtual, os vídeos ganharam maior presença no mercado da comunicação e do marketing, pois facilitam essa relação do homem com o mundo virtual. Vídeos de curta duração, tutoriais e videoaulas, depoimentos e videoclipes com críticas sociais parecem ter ganho destaque e se tornado os preferidos da população na mídia audiovisual, para aprender conteúdos vendo e ouvindo ao mesmo tempo, para expressar uma opinião através de um artista, etc. Bonetti (2008) ainda defende que *“O homem pode utilizar os audiovisuais tanto para coibir a alienação cultural, quanto para produzi-la”*. Talvez, a eficiência desta popularização se deu tão fortemente por abranger a todos, sem diferença de classe, cor, sexualidade.

Por conseguinte, viu-se que com a explosão de informações inseridas num mundo virtual, onde o homem confunde-se entre o que é real ou não, questiona-se sobre a disseminação de ideias através de vídeos na mídia. Onde, como consequência de algumas ideias de Bonetti (2008), os vídeos mais curtos e didáticos presentes na internet parecem conseguir mais atenção do público. Com isto, pôde-se questionar ainda a maneira que se deu esta conquista de espaço dos vídeos na mídia, enquanto o mesmo é utilizado como críticas sociais e fluxo de informações.

É devido a isto que o presente trabalho problematizou como o videoclipe Segredinho, do Projeto Pankadon, se apropria dos elementos do movimento estético *Vaporwave*, humor e referência política para a produção de sentido. Propôs uma análise audiovisual de *funk*, que após seu surgimento cresceu com força na sociedade contemporânea no Brasil e moldou a cultura diversificada do país. Trazendo também como um dos temas específicos o uso de ideologia política e do humor na semiótica. Objetivou o sentido produzido pelo videoclipe através da articulação destes temas, o trabalho procurou descrever elementos sonoros, visuais e verbais da música e do videoclipe.

Teve como demais objetivos caracterizar o movimento *vaporwave* na produção do videoclipe, identificar a ideologia política representada e criticada, e analisar o sentido produzido no videoclipe.

Com metodologia exploratória e qualitativa, de estudo de caso, o trabalho analisou os dados pelo método criado por Diana Rose (2002). E apresentou sua estrutura teórica fragmentada em capítulos: música popular brasileira e origem do *funk* no Brasil; semiótica francesa e estudos culturais. Seguidos pela ideologia política; a origem do videoclipe, sua evolução e importância na publicidade; e o movimento estético *vaporwave*.

A música como veículo de comunicação e de fortes expressões, nos influencia em inúmeros aspectos. Para muitas pessoas, age no humor e bem estar, como para outras em seu comportamento e ações. Na publicidade, é utilizada para firmar uma marca através da influência nas atitudes e pensamentos da população, para que, juntamente com a simbologia utilizada.

Sabe-se que a música dificilmente é desconectada do campo da publicidade, assim, é necessário enfatizar a importância de estudar a evolução da música, bem como do videoclipe. Uma vez que isto nos traz um caminho cultural da publicidade.

O *funk*, quando analisado na área de produção audiovisual, é um tema pouco estudado com profundidade no meio acadêmico. Principalmente quando relacionado à política e *vaporwave*. Daí, a importância de realizar uma análise mais atenciosa considerando o movimento artístico e referências políticas, ligando o *funk* a críticas sociais, inseridos na produção de sentido de videoclipes deste gênero musical.

Considerando o constante crescimento de popularidade e aceitação do *funk* brasileiro, é importante compreender a eficácia na transmissão da mensagem contida no audiovisual para seus receptores na sociedade. Visto que, através da preferência por grande parte da população pelo gênero musical *funk*, os videoclipes desta categoria são facilmente buscados e visualizados em sites de hospedagem de vídeos, como *YouTube*. Sendo

assim, a popularidade potencializa a acessibilidade das informações presentes no produto audiovisual que será analisado, de maneira a permitir que o videoclipe desempenhe uma função política/social, indo além do marketing musical. Para a área da publicidade e propaganda, tem-se a importância deste trabalho na análise de estudos culturais, assim como de imagens em movimento, para que seja possível identificar o processo de comunicação e como o mesmo se dá. Isto nos leva a entender a publicidade como constituída de práticas culturais, que se alteram com o tempo.

A escolha do objeto de análise se deu por ser um videoclipe de produção brasileira, do gênero funk, gênero que enfrenta pré-conceitos desde seu surgimento. Com maior relevância quando associa a política do atual cenário de caos do país, ao humor.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com o propósito de possibilitar a compreensão do tema investigado, o referencial teórico deste trabalho está disposto nas seguintes etapas: um conceito geral da música popular brasileira e a origem do *funk* no Brasil. Na sequência, os estudos culturais trazidos por Maria Elisa Cevalco (2008), uma conceitualização de ideologia política, a importância do videoclipe na indústria cultural e no meio publicitário e o conceito do movimento *vaporwave*. Por fim, o trabalho disserta sobre a direção de arte, assim como as referências trazidas no objeto estudado e o sentido produzido na associação entre a estética *vaporwave*, humor, música e ideologia política, através do método de análise de imagens em movimento de Diana Rose (2002).

2.1 Música popular brasileira e origem do *funk* no Brasil

Ulhôa (1997) traz o sentido de *popular* como ambíguo, onde pode se relacionar à povo e nação (definido como qualitativo pela autora) como pode estar relacionado ao emprego de algo por um grande grupo de indivíduos. Ainda conta a passagem do que era chamado de música popular no Brasil (na época), sendo fruto de uma cultura tradicional, para músicas folclóricas.

Era música caracterizada por sua transmissão oral e função circunscrita a comunidades ou áreas culturais relativamente homogêneas, rurais na maioria. [...] Com a consolidação dos meios de comunicação de massa, as tradições musicais orais e comunitárias, onde produtor e consumidor se confundem passaram a ser designadas de música folclórica e o termo música popular passou a distinguir as práticas musicais veiculadas pela mídia, produtor e consumidor distanciados (ULHÔA, 1997, p. 1).

A autora relata, após esta divisão e a música popular se tornando massiva, urbana e moderna, ao se fundir com os meios de comunicação, o emprego do termo MPB. Introduzido pela indústria musical, se refere à um produto do mercado:

Reflete uma prática e uma concepção por um lado contraditória (popular mas não comercial, mesmo sendo produzida e distribuída como bem de consumo; próxima às "raízes" rústicas regionais, mas "sofisticada" e "elaborada") e por outro excludente (nem toda música popular feita e consumida por brasileiros é "brasileira") (ULHÔA, 1997, p.2)..

Ulhôa (1997) conta que foi decidido então, que esta música popular brasileira como categoria onde se encaixavam as músicas controladas pela indústria cultural, mas aquelas produzidas e consumidas por brasileiros. E conta que este rótulo só vai ser agregado pela população em 1970.

Neste campo se inserem tanto a MPB e o Rock Brasileiro quanto os gêneros de produção maciça, Música Romântica e Música Sertaneja. Todos estes gêneros, de uma forma ou de outra tem origem nas matrizes rústicas da música brasileira que são a modinha (canção amorosa de contorno melódico ondulado) e o lundu (dança ou canção narrativa de contorno melódico entoativo) (ULHÔA, 1997, p.2).

Então, na década de 1970, esta mpb vai aflorar do samba urbano das décadas de 30 e 40, "gênero por sua vez procedente da tradição afrobrasileira do lundu em interação com gêneros de dança de outras procedências, como a polca e a *habanera*" (ULHÔA, 1997, p.2). Com o samba, vai sendo reunindo ritmos regionais como o baião, Bossa Nova (onde alia elementos de *jazz* e o Tropicalismo que, segundo a autora, "através do *rock* liberta a mpb do samba nos anos 60".

A corrente rockeira que vai desembocar no Rock Brasileiro é mediada nos anos 60 pelo grupo Mutantes (eles próprios artistas tropicalistas), se expande nos anos 80, chegando a década de 90 como uma gama de misturas rítmico/estilísticas dum contínuo que vai do "pop" ao "pesado" (ULHÔA, 1997, p. 2).

A música popular brasileira, a um primeiro indício, tem sua evolução marcada por uma sociedade diversificada. Onde, segundo Tinhorão (1998), o que se é conhecido como cultura é, na realidade, o agrupamento de várias culturas que correspondem à realidade e ao nível de informação de cada esfera em que esta mesma sociedade se divide.

Para Meirelles (1991) a música popular brasileira tem seu surgimento nas cidades coloniais de Salvador e Rio de Janeiro, e relata que,

No decorrer do século XVIII, quando o deslocamento do eixo econômico do nordeste para o centro-sul, permite o aparecimento de uma classe média urbana diferenciada e possibilita o aparecimento de um tipo de música que sintetizava os elementos culturais indígenas, europeus e africanos (MEIRELLES, 1991, p.1)

É notável que, no Brasil, país rico em diversidade, o conceito de cultura remete exatamente ao significado dado pelo autor. Pode-se perceber que a heterogeneidade musical do país também aplica-se a este pensamento. O Brasil é dividido em inúmeros gêneros musicais, cada qual com suas respectivas regiões onde se deram origem e são predominantes. Tendo isto em vista, é necessário compreender que o conceito de cultura musical para o brasileiro é relativo para cada região e indivíduo. No presente trabalho, é de suma importância esclarecer as noções desta expressão, onde distingue-se que cultura não é apenas o que se ouve sozinho e que música boa não significa somente aquelas que constam em uma *playlist* particular.

O que Tinhorão (1998) também apresenta é a cultura dividida em dois pólos, onde o autor denomina ambos, respectivamente de: cultura dominadora e cultura dominada.

[...] a diversidade cultural é normalmente simplificada através da divisão da cultura em apenas dois planos: o da cultura das elites detentoras do poder político-econômico e das diretrizes para os meios de comunicação - que é a cultura do dominador - e a cultura das camadas mais baixas do povo urbano e das áreas rurais, sem poder de decisão política - que é a cultura do dominado (TINHORÃO, 1998, p. 10).

O autor, com base nisto, traz que a cultura das camadas pobres sofre uma dupla dominação insuportável, por estar em desvantagem em relação à cultura da elite e por não ser uma cultura importada. E também afirma que o problema da cultura é um problema político.

Tais ideias tendo sido colocadas em pauta, parte-se para a origem do gênero musical *funk* no Brasil. Que talvez, por sua origem ou passagens na história da música brasileira, não seja bem aceito em algumas regiões do país.

Surgindo nos Estados Unidos e com significado pejorativo, o funk é um gênero musical derivado do *soul music*, *rhythm & blues* e do *jazz*. Oficialmente vindo de uma mudança rítmica tradicional de James Brown, de uma ênfase rítmica de 2:4 para uma ênfase de 1:3. (VIANA, 2010 *apud* MEDEIROS, 2006).

Esta batida, antes ligada com a música dos brancos, agora com uma presença marcante de metais. Assim, a batida 1:3 se tornou marca registrada do *funk* tradicional. Brown, em 1965, gravou seu sucesso "*Papa's Got a Brand New Bag*" que ficou conhecido como aquela que lançou o gênero no país, embora, para muitos, a canção "*Cold Sweat*" (1967) composta por Brown em parceria com o saxofonista Alfred "Pee Wee" Ellis, tenha sido o primeiro exemplo de uma música *funk* verdadeira.

Viana (2010) ainda explica o significado do termo, que em sua origem é ofensivo. Era uma gíria dos negros americanos para identificar o odor do corpo durante relações sexuais. Pouco antes dos anos 1970, perdendo a conotação ofensiva, ganhou sentido como orgulho negro. A autora ainda usa a escrita da época da gíria como *funky* e explica que, quando seu significado trazia a ideia de orgulho negro, poderia significar que uma vestimenta, um modo de andar ou comportamento, poderia ser *funky*.

Segundo Viana (2010) o *funk* começa a estender-se pelo Brasil no final dos anos 1970, em que invade a periferia carioca. E que hoje apresenta-se como tradução cultural desta periferia. Porém, no trabalho de Viana é explicado que os primeiros bailes eram realizados na Zona Sul e que só passou para o subúrbio depois do crescimento da MPB e tomada destes lugares onde aconteciam os bailes. Havendo investimento de grupos em equipamentos para levar os bailes de *funk* para o subúrbio, que eram feitos semanalmente e em lugares diferente.

Descoberto pela imprensa em 1976, o *funk* é descoberto pela indústria fonográfica e gravadoras do Brasil, sendo que até então "*Era um movimento da massa para a massa, produzido na periferia para consumo direto e desintermediado da própria periferia.*" (VIANA, 2010).

Viana (2010) *apud* Medeiros (2006) traz ainda sobre o surgimento dos "melôs", em que "os frequentadores dos bailes faziam as suas próprias versões em português de músicas norte americanas, utilizando palavras que soassem como a letra original."

Sá (2009) define a primeira incursão brasileira no funk a partir destes melôs:

Uma primeira forma de apropriação criativa, que resulta num produto obviamente híbrido: músicas americanas tocadas em versões instrumentais com refrãos gritados pelo público dos bailes em português (SA, 2009, p.6).

A respeito disso, as primeiras produções genuinamente brasileiras vieram a partir do Dj Marlboro, que até então se apresentava nos bailes desde 1977, mas ao ganhar um concurso e ir para Londres, acaba por proporcionar ao *funk* brasileiro inovações. Ao ganhar uma bateria de um pesquisador do movimento, Dj Marlboro afirmou, em sua contribuição para a pesquisa de Hermano Vianna (1987), que com a bateria conseguia fazer suas próprias músicas do jeito que queria, podendo expressar-se melhor. Surgindo assim, as primeiras produções totalmente nacionais.

A partir disto, o *funk* passa a dominar espaços nunca antes imaginados pelos já chamados de *funkeiros*, na época. Foi nessa fase, onde o *funk* nacional se consolidava, que o movimento encontrou seu momento de grande desafio (que para muitas pessoas, perdura até atualmente):

Lidar com o preconceito e a difamação por parte dos meios de comunicação, quando “o *funk* sofreu a maior perseguição e estigma da mídia, da polícia e dos “formadores de opinião”, que acenaram reiteradamente com os argumentos do pânico moral para analisar o fenômeno” (SÁ, 2009, p. 9).

O *funk* é um movimento musical raramente utilizado como tópico de estudo e, quando isto acontece, geralmente é associado a violência. Isto acontece porque, desde a década de 1990, quando o *funk* começa a ser associado a facções criminosas e arrastões no Rio de Janeiro. Assim, o *funk* adentrou a mídia pelos cadernos policiais, protagonizando inúmeras mortes em bailes *funk* e chacinas na periferia.

Então, têm-se dois novos olhares sobre o movimento. O que por pouco tempo tinha sido uma aproximação entre os jovens de classe média e alta, e jovens da periferia. Interrompido por ondas de violência, passa a ser estigmatizado e ganha um olhar preconceituoso. Para Viana (2010)

Toda a movimentação da mídia e publicar e especular sobre fatos relacionados ou não com o *funk* e seus bailes acabaram por desencadear uma dinâmica de estigmatização para com o gênero, seus artistas e seu público (VIANA, 2010, p. 8).

A partir disto, a autora relata que os *funkeiros* passaram a ter imagem associada a elementos perigosos das favelas e periferia da cidade. Ainda afirma que, por isto, o preconceito com o *funk* acaba servindo como filtro, em que se analisa qualquer manifestação cultural que venha desse gênero.

Vê-se, porém, que, com a crescente popularização deste movimento, torna-se cada vez mais fácil desfazer a associação de violência com o mesmo. E percebe-se que o *funk* tornou-se um meio poderoso de propagar uma mensagem (tanto em sua letra quando em seu vídeo), podendo apresentar informações que vão do clichê ostentação e relacionamentos à mensagens de empoderamento, aceitação, visibilidade, como também conhecimentos de ideologias políticas polêmicas.

2.2. Semiótica francesa e Estudos Culturais

2.2.1. Semiótica francesa

A semiótica é definida por ciência dos signos, ciência geral de todas as linguagens (SANTAELLA, 2005). Identificada por aquela que estuda todas as formas do homem se comunicar. Santaella (2005) também conceitua o signo como a essência da semiótica. A autora discursa sobre a origem da semiótica, que segundo ela, deu-se em três lugares diferentes quase ao mesmo tempo. Sendo uma nos EUA, outra na União Soviética e a outra na Europa Ocidental. E para ela: a proliferação histórica crescente das linguagens e códigos, dos meios de reprodução e difusão de informações e mensagens, proliferação esta que se iniciou a partir da Revolução Industrial vieram gradativamente inseminando e fazendo emergir uma "consciência semiótica" (SANTAELLA, p.11, 2005).

A autora continua, afirmando que foi essa visão de linguagem no sentido amplo que despertou a necessidade de uma ciência que produza

dispositivos de indagação e instrumentos metodológicos que pudessem esclarecer o universo multiforme e diversificado dos fenômenos de linguagem (SANTAELLA, p.11, 2005).

Para Santaella (2005), a semiótica:

Trata-se de um percurso metodológico-analítico que promete dar conta das questões relativas às diferentes naturezas que as mensagens podem ter: verbal, imagética, sonora, incluindo suas misturas, palavra e imagem, ou imagem e som etc. Pode dar conta também de seus processos de referência ou aplicabilidade, assim como dos modos como, no papel de receptores, percebemos, sentimos e entendemos as mensagens, enfim, como reagimos a elas (SANTAELLA, 2005, p. 06).

O que diferencia a semiótica de outras disciplinas como antropologia e história é "o parecer do sentido", pois para Bertrand (2003), "O objeto da semiótica é o sentido". Esta afirmação compreende-se por meio da linguagem verbal, não-verbal (visual, musical, plástica, gestual, etc) ou sincrética, como o cinema. No mundo, existem algumas correntes semióticas, como a americana e a francesa. A primeira está retratada na obra do filósofo Charles Sanders Peirce (1839-1914) e tem como foco principal, o modo de produção do signo e a relação do mesmo com a realidade referencial. É uma semiótica filosófica, lógica, desvinculada das formas languageiras (BERTRAND, 2003:14).

A corrente semiótica francesa foi desenvolvida por Algirdas Julien Greimas (1917-1992) que tem filiação saussuriana e hjelmsleviana, de maneira a estar ancorada numa teoria da linguagem, na concepção de que a língua é uma instituição social. Segundo Moreira (2007), a principal diferença entre estas duas correntes semióticas é que a primeira é principalmente lógica e de filiação filosófica, enquanto a segunda é fundamentada nas teorias de linguagem e discurso. A autora afirma que é comum ver as duas correntes como sinônimas, pois têm em comum o fato de atravessarem a fronteira da palavra e da frase, ou seja, preocupam-se com o texto. Neste trabalho, focaremos na semiótica de linha francesa.

A semiótica francesa é influenciada por três áreas do conhecimento, a linguística, a filosofia e a antropologia. A. J. Greimas tomou como base o trabalho do linguista suíço Ferdinand de Saussure e do dinamarquês Luis

Hjelmslev para escrever a obra *Semântica Estrutural* (1966). Moreira (2007) traz que Saussure influenciou Greimas com a obra *Curso de Linguística Geral*, e Hjelmslev com suas obras *Prolegômenos de uma teoria da linguagem* e *Ensaio linguísticos*.

As duas disciplinas se conectam através do estudo da cultura e de como ela molda o imaginário humano. Por último há a influência da fenomenologia, ramo da filosofia que afirma a importância dos fenômenos da consciência (MOREIRA, 2007, p.3). A autora explica que a fenomenologia preocupa-se com o parecer de um objeto empírico, enquanto, na semiótica, é o discurso que constrói o parecer, não havendo preocupação de correspondência entre signo linguístico e mundo real.

Partindo da década de 1980, a semiótica estendeu-se à outros objetos, tentando resolver uma complexidade que o percurso gerativo de sentido e o quadrado semiótico até então não tinham resolvido. Para Fiorin (2002) o percurso gerativo de sentido "é uma sucessão de patamares, cada um dos quais suscetível de receber uma descrição adequada, que mostra como se produz e se interpreta o sentido." Moreira (2007) disserta que ele se divide em estruturas fundamentais, narrativas e discursivas. Por outro lado, o quadrado semiótico representa visualmente as relações em que os traços distintivos formam uma mesma categoria semântica.

2.2.2. Estudos Culturais

Para Moreira (2007), a respeito dos Estudos Culturais, para entender a cultura é necessário que se entenda como se constituem os processos comunicativos. Os Estudos Culturais têm surgimento na Inglaterra em 1960, na busca de "entender as práticas e as instituições culturais, sua relação com a sociedade e com as transformações sociais" (MOREIRA, 2007, p. 6). A autora afirma que nestes estudos, cultura acaba por significar um acontecimento proativo em processos de comunicação e sistemas de conceitualização.

Institucionalmente, os Estudos Culturais ingleses estão projetados à roda do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) da Universidade de Birmingham (MOREIRA, 2007, p7). Fundado por Richard Hoggart, em 1964, se considera que a fundação foi baseada em três textos seminais: *The uses of literacy*, de Hoggart (1957), *Culture and society*, de Raymond Williams (1958) e *The making of the english working class*, de Edward Thompson (1963). Acredita-se que apoiaram-se na teoria literária puxando para a vida cotidiana.

Cevasco (2003) a respeito da formação dos Estudos Culturais, denota a importância de reconhecer a necessidade de uma educação democrática que se instaurava na época:

[...] Os estudos culturais começaram como um empreendimento marginal, desconectado das disciplinas e das universidades consagradas, e começaram não porque este ou aquele intelectual os inventou, mas a partir da necessidade política de estabelecer uma educação democrática para os que tinham sido privados dessa oportunidade (CEVASCO, 2003, p. 62).

A autora relata que Hoggart, Thompson e Williams foram professores da *Worker's Educational Association* (WEA), “uma organização de esquerda para a educação de trabalhadores” (CEVASCO, 2003, p. 62). Esta organização defendia uma educação digna, pública e igualitária. Onde a cultura comum e predominante fosse abordada, promulgada, contrapondo-se a cultura das minorias. Estas definições, trazidas por ela, significam, respectivamente: “[...] cultura de minoria - de um pequeno número de eleitos que detém o valor cultural”; A cultura comum era defendida, pelo próprio Williams, como:

Aquela que era produzida de forma mais abrangente do que pela elite social que se apropriava dela, muito mais disseminada do que essa noção presumia, e que o ideal de uma educação em expansão era que se deveria ampliar o que tinha sido restrito em termos de distribuição e acesso (CEVASCO, 2003, p. 51).

Citando Gomes (2004) e Williams (1958) a Moreira (2007) expõe como a cultura permeia nosso cotidiano e modo de vida. Para ela o que é cultura não se limita apenas à “cultura boa ou ruim” ou “cultura rica ou pobre”, e afirma que os Estudos Culturais focam na contraposição destas distinções sociais.

No âmbito dos Estudos Culturais, a cultura pode operar no nível do Estado-nação, ou no nível de uma cultura nacional, mas, ao mesmo tempo, no nível da classe, do gênero, da raça, da sexualidade, da etnia e da comunidade (MOREIRA, 2007, p. 6).

Como estes níveis citados não se ligam plenamente, os Estudos Culturais partem do íntimo, das particularidades, para que exponham a consistência de relações sociais e relações de poder que habitam este íntimo. Estes estudos visam a cultura popular, coletiva, muitas vezes vista como vulgar, ordinária.

A cultura é uma construção e, como defendido por Moreira (2007), é constituída de relações hierárquicas de gênero, classe e raça. Envolvendo poder e dinheiro, ela contribui para as divisões sociais e acaba se tornando espaço de luta, diferenças e enfrentamento.

Moreira (2007) traz a discussão novamente sobre as relações que permeiam a cultura. E como os Estudos Culturais tentam redefinir este conceito de cultura para que as classes trabalhadoras, assim como raça, gênero e etnia sejam inclusas.

Os Estudos Culturais entendiam, inicialmente, a cultura como o lugar em que se naturalizam e se constituem as desigualdades sociais. Hoje em dia, essa desigualdade é focada, cada vez mais, em gênero, raça ou etnia. Concomitante a isso, cultura é, também, o terreno onde se desenvolve a luta pela hegemonia, ou seja, meio pelo qual os diferentes grupos subordinados opõem resistência a essa subordinação (MOREIRA, 2007, p. 07).

Encarando a cultura como construção social, os Estudos Culturais acabam influenciando diversas áreas do conhecimento (literatura, linguística, sociologia, antropologia, semiótica, comunicação, etc). Então, rejeita-se a ideia de cultura de massa como um acontecimento indistinto e veem o *mass media* como disseminador de noções ideológicas dominantes. Os estudos culturais também acabam com a ideia de mídia como transparente e do público como passivo. Afirmando que tudo depende da interpretação de quem recebe: as imagens, os textos, as cenas, os sons. Moreira (2007) traz os Estudos de Recepção como aqueles que pretendem analisar as interpretações da população a respeito do que recebem da mídia.

Partindo disto, Moreira (2007) apresenta três modelos principais de pesquisa desta área: a primeira fundamentada na produção, a segunda no texto e a terceira nos estudos de recepção.

A primeira forma dá ênfase aos produtores culturais, ou ao menos à posição teórica da produção. Essa abordagem está preocupada com a produção e a organização social das formas culturais. A abordagem pelo texto diz principalmente dos produtos culturais, e os estudos lingüísticos e literários vêm desenvolvendo mecanismos indispensáveis de descrição de tais produtos. O terceiro modelo, baseado na recepção, põe o receptor em destaque. Dá foco à sua experiência e à maneira como ele apreende os textos produzidos pela cultura (MOREIRA, 2007, p.8).

No Brasil, assim como em muitos outros países, surgiram formas de estudos culturais bem antes de a disciplina se concretizar no meio acadêmico. A data oficial de reconhecimento institucional no país é 1998, quando a Abralic, Associação Brasileira de Literatura Comparada, escolheu o tema "Literatura Comparada = Estudos Culturais?" para o seu congresso bianual.

Para Cevasco (2003):

Outra maneira com que se pode dar desenvolvimento à nova disciplina no Brasil é por meio da busca de pontos de convergência substantivos entre a crítica cultural brasileira e os parâmetros dos estudos culturais tais como se constituíram na Grã-Bretanha. Não se trata de um estudo de influências, mas de encontrar as semelhanças entre projetos e formações comparáveis (CEVASCO, 2003, p. 175).

Desta forma, pensar na formação dos estudos culturais britânicos em relação diversa com um projeto de crítica cultural brasileira, torna-se possível. Para, a partir disso, pensar numa construção de estudos culturais no Brasil.

Por fim, a articulação entre semiótica francesa e estudos culturais mostra-se produtiva, no que tange o conceito de ideologia. Pois para além dos mecanismos intra-discursivos do texto, há a possibilidade de uma maior integração entre essas duas áreas do conhecimento. Sabe-se que não é uma preocupação prioritária da semiótica descobrir de que forma o receptor interage com o texto, mas sim desvendar como o sentido do texto é gerado pelas estruturas imanentes.

Moreira (2007) apresenta o conceito de ideologia no Dicionário de Semiótica de Greimas & Courtes (1979) em que afirma serem “valores que se atualizam e são assumidos por um sujeito - individual ou coletivo - (...) modalizado pelo querer-ser e, subsequentemente, pelo querer-fazer” (MOREIRA *apud* GREIMAS & COURTES, 2007, p. 11). Destes, o autor afirma não fazerem menção a Marx, porém apresenta que para este, o conceito de ideologia está muito mais ligado à divisão de classes, em que a maioria das ideologias vem regida por classes dominantes.

A ideologia seria o que mascara a realidade social e permite a legitimação da exploração de uma classe pela outra (MOREIRA, 2007, p. 11). Expondo essa visão de ideologia como falsa consciência, ele explica que para a visão marxista materialista, o modo como os indivíduos pensam e compreendem as relações, nas divisões de classe, são relações sociais determinadas em proprietários e não-proprietários.

Moreira (2007) ainda defende que assim, o “trabalhador alienado não se reconhece no produto de seu próprio trabalho”, naquilo que ele mesmo produziu. E assim, pode-se entender a curto modo, que a ideologia seria uma venda que impede os indivíduos de enxergar a realidade como ela é. E trazendo a ideologia como “visão de mundo”, o autor denota a importância de se considerar os dois conceitos: “[...] Este conceito [ideologia como visão de mundo] se vê simbioticamente relacionado a instâncias econômicas e a classes sociais” (MOREIRA, 2007, p.12).

Assim, o autor faz a relação de ideologia com os Estudos Culturais, estando a mesma, como influência para os EC, e isto se dá não apenas em âmbito econômico, como social e cultural. Sendo a ideologia propagada por meio da linguagem e comportamento.

O conceito de ideologia proposto pelos Estudos Culturais não esquematiza uma visão unicamente calcada em classe, mas traz a ideia do enfrentamento e das concessões. Uma classe simplesmente não manipula a outra, mas ambas interagem, relacionam-se por meio de constantes negociações, sem as quais não haveria dominação. É principalmente no terreno da cultura que se percebe que essas concessões são alimentadas (MOREIRA, 2007, p. 14).

Deste modo, o autor traz novamente a importância da articulação dos conceitos de ideologia a fim de analisar como a sociedade se organiza, “principalmente textualmente” (Moreira, 2007). A fim de que seja possível perceber não apenas as manipulações existentes, mas como elas acontecem e que uma classe precisa da outra pra isso acontecer.

2.3. A Ideologia Política - conceitualização

Política, primeiramente, é compreendida como ciência dos povos. Onde pode-se determinar o conjunto de atos relacionados direta ou indiretamente com a conquista e exercício de poder sobre um grupo de indivíduos ou território (BOBBIO, p. 137. 2003). Assim como poder, para o autor, é definido como a capacidade de influenciar outra pessoa.

Tem-se a concepção de ideologia, segundo o dicionário Aurélio (*online*), como um agrupamento de ideias fundamentais que caracterizam o pensamento de uma pessoa, grupo de indivíduos ou época. Que pode sempre estar ligada a ações políticas, econômicas e sociais. Ainda definida por Gamble, em Heywood (2010), é considerada como “inseparável da experiência política” do mundo contemporâneo.

A ideologia tem uma história estranha. [...] Para aqueles que a desaprovam, é o oposto de conceitos edificantes como verdade, ciência, racionalidade, objetividade e filosofia. Expressa crenças e doutrinas que constituem dogmas que a crítica não atinge ou então pretextos para interesses individuais e coletivos (GAMBLE *in* HEYWOOD, p. 12, 2010 - grifo nosso).

O autor aborda que por se ter esta imagem negativa de ideologia, afirma que a mesma passou pelo processo de erradicação e, que, com isto não funcionando, a ideologia sempre retorna. Ainda cita que “as ideologias são um recurso fundamental para ordenar, definir e avaliar a realidade política e constituir identidades políticas” (GAMBLE *in* HEYWOOD, p.12, 2010).

Heywood ainda afirma que, em um mundo pós moderno, uma ideologia política pode não ter espaço, visto que o mesmo está dominado pelo “consumo pessoal”. Mas conta que o que ocorre hoje não é fim da

ideologia, e sim a superação. Traz que, atualmente, preocupa-se em perceber o mundo em si, e não para onde ele vai. E, talvez por causa disso, a ideologia é a principal fonte de significação e idealismo na política, e que de uma forma ou outra, sempre volta.

A política consumista ou destituída de ideologia está fadada ao fracasso simplesmente porque não dá às pessoas um motivo para acreditar em algo maior que o interesse material individual, e porque as narrativas pessoais só fazem sentido quando situadas em narrativas históricas mais amplas (HEYWOOD, p. 13, 2010).

Heywood (2010) separa “ideologia” de “ideologias” e argumenta que,

O estudo da ideologia política envolve reflexão sobre questões acerca do caráter, do papel e da importância da mesma, sobre os conjuntos de ideias e argumentos políticos que devem ser classificados como ideologias. Já para o estudo de ideologias, significa ocupar-se da análise do conteúdo do pensamento político, interessar-se pelas ideias, doutrinas e teorias que foram desenvolvidas nas várias tradições ideológicas (HEYWOOD, p. 18, 2010).

Por fim, a ideologia, ainda que mal vista e rejeitada em inúmeros espaços, talvez pela falta de reflexão sobre o significado da mesma, está sempre presente e é quase impossível viver sem. Uma vez que uma ideologia representa ideias e pontos de vista de um grupo ou época, deve ser representada e defendida, e constantemente respeitada. Fica claro que, aliada à política, deve-se tomar cuidado quanto aos espaços em que uma ideologia política é abordada. Porém, em lugares como na mídia, onde a publicidade consegue orientar e, muitas vezes, manipular vozes, a ideologia política ganha espaço e deve ser trabalhada de forma descontraída e problematizadora.

2.4. Videoclipe – origem, evolução e importância na publicidade

A respeito da definição de videoclipe, é comum que se descreva como a arte que ilustra a música. Aliás, seu significado no dicionário traz o videoclipe como “apresentação de música, em que se editam imagens de excepcional interesse visual, embora estas não se liguem, frequentemente, à

execução da música em si” (AURÉLIO *on line*). Para Caldas (2013) o videoclipe ultrapassa este conceito.

O nascimento do videoclipe está agregado ao desenvolvimento tecnológico dos dispositivos de sincronismo de som e imagem, tanto no cinema, como na televisão e no vídeo (CALDAS, 2010, p. 1).

Eis o surgimento do videoclipe apoiando-se no pilar de sincronização de som e imagem. Defendido também por Holzbach e Nercolini (2009), surge o videoclipe a partir da linguagem televisiva e a indústria fonográfica, que, segundo os autores, “foram os dois grandes estruturadores do videoclipe tanto no plano estético quanto no cultural”.

Marcada pela criação do filme *Fantasia*, da *Disney*, de 1940, a absoluta sincronia entre música e imagem foi trazida com oito segmentos. Onde uma orquestra era exibida em forma de desenho animado misturado com cenas de *live action*. Com a vinda das décadas seguintes e a necessidade de divulgação, surgem os primeiros traços de videoclipe. Na década de 1950, tanto o cinema quanto a televisão adotaram os números musicais para serem exibidos e disseminados.

2.4.1. Anos 50

Em 1956, o “Rei do Rock” norte-americano Elvis Presley foi notado por um prestigiado produtor de *Hollywood*, que ao impressionar-se com seu talento e carisma, chamou-o para uma audição. Após o excelente resultado do teste, o cantor deu início à sua carreira cinematográfica, estrelando o filme “*Love me tender*”. Posteriormente, Presley protagonizou trinta e três longas-metragens, mas foi em “Prisioneiro do Rock” (*Jailhouse Rock*, 1957) que ele cantou e dançou no que é conhecido até hoje como o primeiro videoclipe da história. A famosa cena de Elvis neste filme foi extraída como uma obra independente com o objetivo de divulgar ambos. Inicia-se então, a era do videoclipe.

2.4.2. Anos 60

No começo da década de 1960, a banda *Beatles*, conhecida por de maior sucesso no decorrer da música popular, lançou em 1964 o filme *A hard day's night*, apontado como precursor do que se conhece como videoclipe. Dois anos depois, foram produzidos dois videoclipes inspirados nas músicas *We Can Work it Out* e *Paperback Writer* e, em 1968, foi lançado o desenho animado *Yellow Submarine*. Assim como Presley, os garotos de *Liverpool* tiveram seu primeiro videoclipe extraído diretamente do filme. Em preto e branco e com uma câmera na mão, para transmitir maior realismo, a cena mostrava a banda correndo enquanto fugia de fãs histéricas. O filme, que foi um sucesso de público e crítica, ironizou e ao mesmo tempo aumentou a *Beatlemania* conquistando novos fãs com suas canções e humor inteligente.

Em 1966 nota-se uma grande evolução, a americana Nancy Sinatra lançou um videoclipe para “*These Boots Are Made For Walkin’*”, a quinta canção de seu primeiro álbum de estúdio. Um clipe totalmente colorido, coreografado e ousado para a época, onde a cantora e suas bailarinas usavam botas pretas e exibiam suas pernas. A música foi considerada uma das primeiras canções feministas da história e junto com o vídeo chegou ao topo das paradas americanas e britânicas.

2.4.3. Anos 70

Entre as décadas de 1970 e 80, o videoclipe, que até então era sempre ligado ao *rock* e ao *pop*, tem mais três elementos ligados ao seu campo musical: *punk rock*, *new pop*, *dance music*. Para Holzbach e Nercolini (2009)

O estilo *punk rock* foi crucial para que a música massiva concedesse importância à performance e à imagem do artista, elementos decisivos do videoclipe. O surgimento no Reino Unido do *new pop* fez com que a Europa entrasse decididamente no terreno do *rock*. Já nos anos 80, a *dance music*, ao usar a tecnologia para “criar” sonoridades, reforçou mais um importante elemento incorporado pelo videoclipe: a performance, que, “na música pop é uma experiência visual (HOLZBACH e NERCOLINI, p.2, 2009- grifos do autor).

O ano era 1975 e Roger Taylor, John Deacon, Brian May e Freddie Mercury acabavam de terminar a primeira turnê e a responsabilidade de produzir um novo disco era enorme. A banda precisava de uma obra de arte musical para fortalecer o sucesso. *Queen* começou a trabalhar na produção do quarto disco de estúdio, “*A Night At The Opera*”, e nele, o mundo ouviria aquela que seria uma das mais consagradas canções do quarteto. “*Bohemian Rhapsody*” tinha uma melodia linda e letra densa e foi composta por Freddie Mercury, que já a vinha escrevendo desde os anos 60 e precisou de três semanas e seis estúdios diferentes para ser gravada.

Mesmo *Queen* já tendo anteriormente produzido vídeos para outras músicas, “*Bohemian*”, por ter sido lançada junto com um vídeo promocional, foi responsável por popularizar o uso de videoclipes no lançamento de “*singles*”, sendo assim considerada o marco inicial da era MTV. A edição foi realizada em cinco horas e todos os efeitos especiais foram produzidos ao vivo, pois o clipe seria transmitido na mesma semana da gravação. Depois de pronto, foi enviado para a BBC e exibido pela primeira vez no programa “*Top Of The Pops*”, alcançando o sucesso de estar no primeiro lugar das paradas.

2.4.4. Anos 80

Se na década de 1970 o sucesso de *Queen* já havia popularizado o uso de videoclipes, foi num sábado de agosto de 1981 que a “*Music Television*” chegou para consolidar de vez a presença deles em nosso cotidiano, ditar tendências e causar forte influência na montagem cinematográfica. Em sua estreia, a MTV trouxe cenas da contagem regressiva do lançamento do primeiro ônibus espacial de Colúmbia juntamente com a frase “*Damas e cavalheiros, rock and roll*” na voz de John Lack. Além disso, um astronauta fincando a bandeira do canal na lua, que posteriormente se tornaria a estatueta do prêmio VMA da emissora.

O grupo britânico *The Buggles* foi o primeiro a aparecer com a exibição de “*Video Killed the Radio Star*”. Com um grande sucesso de

público, além da programação normal, a emissora criou a premiação para os melhores clipes exibidos ao longo do ano, “*MTV Video Music Awards*” e “*MTV Movie Awards*” para premiar os melhores filmes. No “VMA”, Madonna é considerada uma das maiores vencedoras com vinte premiações até 2011, enquanto “*Sledgehammer*” de Peter Gabriel é tido como um dos melhores clipes da história da MTV. No Brasil, a versão brasileira da emissora estreou em 20 de Outubro de 1990, nos estúdios da antiga TV Tupi, com a exibição de *Garota de Ipanema*, na voz de Marina Lima.

Na sequência, abordaremos dois dos mais relevantes videoclipes da década de 1980. O primeiro é “*Thriller*” de Michael Jackson, lançado em 1983, no auge da carreira do rei do *pop*. “*Thriller*” foi um curta-metragem de 14 minutos dirigido por John Landis e contava a história de Michael e sua namorada que enfrentaram zumbis na rua depois de assistir a um filme de terror no cinema. A cena mais famosa do curta é a que Michael, de jaqueta de couro, lidera a coreografia dos zumbis. Por ter 14 minutos de duração, “*Thriller*” era muito extenso para ser transmitido nos canais de televisão como um videoclipe e por esse motivo, foi vendido em VHS, o que não era comum na época. Mesmo assim, o sucesso foi tanto que vendeu nove milhões de cópias, fazendo de “*Thriller*” o clipe mais vendido em versão física.

Depois disso, em 1985, a banda britânica *Dire Straits* inovou lançando o vídeo de “*Money for Nothing*”. O clipe explorava a animação gráfica em 3D, que na época ainda era algo novo e muito limitado enquanto a letra da música tratava da classe trabalhadora que assistia vídeos na MTV e criticava os músicos. “*Money for Nothing*” ganhou o prêmio de clipe do ano no *Video Music Awards* de 1986.

2.4.5. Anos 90

Madonna Louise Ciccone, ou simplesmente Madonna, até o final da década de 1980 já possuía quatro discos bem-sucedidos e duas turnês, “*The Virgin Tour*” (1985) e “*Who’s That Girl World Tour*” (1987). Em 1990, ela, que

já era uma personalidade forte na MTV, atuou em um filme da *Disney*, “*Dick Tracy*”, que foi o primeiro filme a ter som digital. Como parte da trilha sonora do longa, Madonna lançou “*Vogue*”, uma canção inspirada num estilo de dança surgido no bairro *Harlem* de *Manhattan* em Nova Iorque. A música falava sobre a dança e citava atores da era de ouro de *Hollywood*, como Marilyn Monroe e Marlon Brando. “*Vogue*” ganhou um videoclipe dirigido por David Fincher, mesmo diretor de “*O Curioso Caso de Benjamin Button*”, que foi filmado em preto e branco e tinha forte influência dos anos 1920 e 1930. As filmagens do clipe foram rodadas na Califórnia e o elenco de bailarinos foi cuidadosamente escolhido, pois, posteriormente eles participariam da próxima turnê da cantora. No “*Video Music Awards*” de 1990, “*Vogue*” foi premiada em três das nove indicações que recebeu, confirmando o seu sucesso e tornando-se posteriormente, a canção de Madonna que mais teve versões *cover*.

No ano seguinte, após o estrondoso sucesso de Madonna, Michael Jackson lançou “*Black or White*”, canção que promoveu a diversidade das raças e foi o *single* mais vendido da década. A música surgiu como uma resposta aos questionamentos acerca da mudança da cor de pele do cantor. O videoclipe de “*Black or White*”, que teve estreia simultânea mundial, retratou diversas culturas e raças, tendo como cenário, vários lugares do mundo. Além da questão sociológica, o clipe trouxe uma novidade tecnológica para a produção audiovisual da época, o efeito “*Morphing*”. Este efeito possibilitou que durante uma determinada cena do vídeo, o rosto de um ator mudasse gradualmente para o rosto do ator seguinte, e assim por diante.

Nos anos 1980, as “*boybands*” já mostravam sua força, mas somente na década de 90 esse formato se consagrou com bandas como “*Take That*”, “*N Sync*” e “*Backstreet Boys*”. Então em 1996, dois anos após sua criação, a “*girl band*” britânica “*Spice Girls*” lançou “*Wannabe*”, single do primeiro álbum das garotas. Gravada em pouco tempo, a música misturava *pop*, *rap* e *hip-hop* e na composição da letra, a temática principal era o poder feminino. Para a produção do videoclipe, um diretor de comerciais para televisão foi contratado para realizar seu primeiro vídeo musical. O produto final de

“*Wannabe*” foi um clipe de apenas um “*take*”, ou seja, uma sequência direta, sem cortes. Com isso, as “*Spice Girls*” ganharam o prêmio de Melhor Clipe Dance no “*Video Music Awards*” de 1997.

Ainda nesta década, em 1998, Britney Spears surgiu com seu primeiro *single*, “*Baby One More Time*”. A cantora estadunidense, ainda jovem, chegava para mudar mais uma vez a história do *pop*. O videoclipe foi dirigido por Nigel Dick e foi filmado nos dias 6, 7 e 8 de agosto de 1998. A ideia inicial de Nigel era criar um desenho animado para atrair a atenção das crianças mais jovens, mas a pedido da cantora, essa ideia foi descartada. Em vez disso, Britney vestiu uma roupa de estudante e o vídeo foi rodado num cenário de escola, a Venice High School, a mesma do filme “*Grease*”, para retratar a vida dela e de seus fãs. No ano seguinte, “*Baby One More Time*” teve três nomeações no “*MTV Video Music Awards*”.

2.4.6. Anos 2000

O mundo da música caminhou para uma nova fase, aonde novos talentos surgiram e com a expansão da internet tornou-se cada vez mais fácil ter acesso aos vídeos. Também nos anos 2000, surge o canal de hospedagem de vídeos, o *YouTube* (2005), que acaba, segundo Belo (p.5. 2014) “iniciando uma nova forma de ver e compartilhar vídeos online e dando lugar a um novo formato de vídeo, o *webvideo*”.

Com o surgimento do site diversos novos artistas ganham destaque. Incluindo a cantora Lady Gaga (Stefani Joanne Angelina Germanotta), que já foi compositora. Ao lançar seu videoclipe icônico da música *Bad Romance* no canal *YouTube*, tornou-se a primeira cantora a obter um bilhão de acessos no site, batendo recorde. Logo depois, em 2014, ultrapassando a marca de dois bilhões de visualizações, o videoclipe “*Gangnam Style*” do *rapper* sul-coreano PSY é considerado o mais assistido da história do site.

Um tempo depois, ainda no site, surge a ferramenta que proporciona interação com o público. A artista Björk foi uma das primeiras a utilizar do

inovador instrumento de realidade virtual no seu videoclipe “*Stonemilker*”, onde o público pode girar a tela em 360°.

2.5. Importância para a publicidade e videoclipe como ferramenta para crítica social

Com o apanhado sobre a história do videoclipe na mídia, vê-se que o gênero passou por diversas etapas de modificação. Partindo do ponto inicial, onde tem o objetivo de divulgar um artista ou banda até o momento atual, em que se tornou um espaço livre para experimentar, manifestar-se, causar impacto, gerar novas tendências.

Machado (2005) traz a reinvenção do videoclipe como um acontecimento que merece muita atenção. Para o autor, “numa época de entreguismo e de recessão criativa, o videoclipe aparece como um dos raros espaços decididamente abertos a mentalidades inventivas.” E apresenta o gênero como forma de expressão artística de maior vitalidade na atualidade, pois, para ele, o videoclipe é o “gênero mais genuinamente televisual, que cresceu em ambições, explodiu os seus próprios limites e se impôs rapidamente no mundo midiático” (MACHADO, p.173, 2005).

O autor comenta dois aspectos sobre videoclipe, do ponto de vista prático e do ponto de vista benéfico à tecnologia.

De uma parte, apresenta um formato enxuto e concentrado, de curta duração, de custos relativamente modestos se comparados com os de um filme ou de um programa de televisão, e com amplo potencial de distribuição. De outra parte, graças ao videoclipe, recursos tecnológicos e financeiros consideráveis estão hoje sendo alocados para a produção de trabalhos experimentais, quando até pouco tempo atrás obras dessa natureza eram produzidas à custa dos próprios realizadores (MACHADO, p. 173, 2005).

É marcado ainda que devido a função dinamizadora da música *pop*, a qual o videoclipe está estruturalmente ligado, pode ser a primeira vez que tais “atitudes transgressivas no plano da invenção audiovisual” encontram finalmente uma total audiência (MACHADO, p. 174, 2005).

Continuando sobre a reinvenção do videoclipe, Machado (2005) explica que novas tendências de estilo têm contribuído muito para o processo. Pois, o que antes apoia a construção do clipe a partir da exibição da imagem deslumbrante dos artistas da música *pop* vai ficando ultrapassado e dá lugar a um tratamento mais livre da iconografia. Relata que vários dos clipes recentes deixam de usar totalmente as figuras dos artistas e os substituem por paisagens e ilustrações deformadas de determinados objetos (anamorfose), incluindo retratos completamente abstratos. Expõe que as vezes, a imagem dos vocalistas e instrumentistas são usadas discretamente durante o clipe, de modo furtivo e secundário, sendo comparado, pelo autor, ao modo de aparição de Hitchcock em seus filmes.

Segundo ele, estas inovações têm possibilitado um salto de qualidade no tratamento visual dos clipes e ao mesmo tempo permite que,

A imagem seja trabalhada como textura, tapeçaria cromática e sofra a mesma interferência ou processamento que já ocorre na música. Em lugar de uma galeria de retratos animados de astros e estrelas do mercado fonográfico, o videoclipe passa agora a ser encarado como uma forma autônoma, na qual se podem praticar exercícios audiovisuais mais ousados (MACHADO, p. 176, 2005).

Outro tópico importante que influencia no videoclipe atualmente, é o abandono ou completa rejeição das regras do “bem fazer”, herdadas da publicidade e do cinema comercial. O que conta agora é a energia que se marca ao fluxo audiovisual. No lugar de demonstrar bom aprendizado das regras e truques do “feudo audiovisual”, Machado (2005) afirma que agora presencia-se um retorno ao primitivismo intencional,

À imagem suja, mal iluminada, mal ajustada, mal focada e granulada, o corte na rebarba, a câmera sem estabilidade e sacudida por verdadeiros terremotos, todas as regras mandadas para o vinagre e todo o visível reduzido a manchas disformes, deselegantes, gritantes, inquietantes (MACHADO, p. 177, 2005).

Dando sequência, como já abordado anteriormente, atualmente os videoclipes tomaram posição de grande poder de disseminação de ideias na mídia. Trazendo concepção de lugar de manifestação, experimentação, formação de ideias, etc. Dito isto, é necessário ressaltar a importância de utilizar o videoclipe como ferramenta para expressão de opinião. Onde, sem

dúvidas, podem-se encaixar ideologias políticas. Mais precisamente, aquelas em destaque na mídia nacional e as quais, muitas vezes, são defendidas por figuras políticas em evidência no país.

Souza (2013), no que diz respeito a ações políticas inseridas no videoclipe:

O videoclipe é uma ferramenta de extrema importância para os artistas musicais divulgarem os trabalhos e também para se posicionarem a respeito de um tema específico (SOUZA, p. 59, 2013).

Assim, a autora defende que a ação política em si é pública e universal, mas que, quando associada a um sujeito com poder e influência, torna-se de grande impacto. De mesmo modo que ocorre com o objeto de análise deste trabalho. Segundo a autora, que analisou dois videoclipes nos quais a imagem do ex-presidente americano George W. Bush é apresentada de maneira cômica e o criticava como responsável pela Guerra no Iraque: *“talvez essa seja uma forma de dizer que as coisas que ele faz são tão absurdas que não é possível levá-lo a sério”* (SOUZA, p.59, 2013).

Sobre esta forma inovadora de uso do videoclipe, Souza (2013) também acredita ser benéfica. E anuncia que

Seria interessante se mais artistas utilizassem do videoclipe com uma função que vai além de apenas de vender o produto, a de mostrar a opinião que têm sobre determinado assunto (SOUZA, p.60, 2013).

Pode-se, então, compreender que o vídeo clipe, desde sua função original na publicidade, de vender um artista ou banda, vem agregando ao seu conceito como instrumento propagador de ideias, manifestações e críticas sociais. Reforça-se aqui, a importância de saber utilizar estes meios, de modo inovador e reflexivo, para que não apenas auxiliem com o mercado industrial da música, como também, que continuem atingindo cada vez mais indivíduos, e consigam construir uma ideia ou reflexão acerca da realidade em que estamos inseridos.

2.6. Vaporwave

O *vaporwave*, ou "onda de vapor" em tradução literal, é um movimento artístico e gênero musical que se originou inteiramente na internet em 2010, na mesma época do ciberespaço. Elementos simbólicos vindos dos meios de comunicação, principalmente televisão e internet, integram uma base de referências que são facilmente assimiladas e relacionadas pelo cérebro humano. "Trata-se de uma manifestação artística dos jovens do século XXI que faz uma crítica à mercantilização desenfreada da cultura ao produzir música com aquilo que nunca se imaginaria." (MONTEIRO et. al. 2017).

O movimento não se limita ao visual, uma vez que, dependendo da proposta, o áudio também passa a fazer parte de sua composição. Como um dos objetivos principais, o *vaporwave* busca criar uma atmosfera futurista e nostálgica ao mesmo tempo, podendo utilizar trechos de canções antigas, músicas de elevador, sons de sistemas operacionais de computadores antigos e videogames.

Segundo Monteiro et. al. (2017), enquanto gênero musical, o *vaporwave* caracteriza-se como música eletrônica alternativa e experimental, fazendo uso de *samples* de canções pop de sucesso das décadas passadas, além de áudios de propagandas, programas de TV e telejornais dos anos 70, 80 e 90. Há influências do gênero *muzak*, lounge, *chillwave*, entre outros. "Os *samples* são desacelerados e editados em camadas separadas. Altera-se o tom de voz e usa-se o efeito *reverb* para ambientalizar o som e obter efeito de eco" (MONTEIRO et. al. 2017, p.3).

Enquanto movimento artístico, o *vaporwave* tem uma estética bem definida. Os autores afirmam que o campo de referência é amplo, com cores saturadas, degradês, estátuas e esculturas neoclássicas. Como também paisagens, pisos xadrez, efeitos de videogames *8-bit*, imagens capturadas de telas de computadores e celulares, ícones de sistemas operacionais dos

anos 90, fontes antigas, frases em japonês. Ou seja, tudo o que possa representar um visual retrô originado nos meios de comunicação de massa.

[...] com suas esculturas de cabeças sobrevoando em fundos degradês junto a garrafas de água Fiji e personagens do jogo Sonic rodando, em um visual que poderia ser facilmente categorizado como “brega” [...] (MONTEIRO et.al. 2017, p.1).

Os autores relatam que é comum haver a repetição de imagens estáticas e vídeos, assim como a utilização de técnicas como o *datamosh* e *glitch*.

O datamosh é uma técnica que cria um tipo de malha de pixels que cobre a imagem e gera uma sensação de 3D, já que o movimento do vídeo rasga essa malha. (...) O resultado dessa intervenção na programação da imagem gera uma mutação no seu desenvolvimento e afeta a plástica do vídeo. (...) Já o glitch é um efeito produzido a partir do tratamento do vídeo em algum software de áudio, gerando um desarranjo da organização do pixel, evidenciando-o através de cores e ordem aleatórias. De modo geral, o resultado oscila entre cores muito saturadas ou a perda completa da coloração. (ARRUDA; MELLO, 2015, pp. 11).

Para Arruda e Mello (2015) o *pixel* passa a ser considerado como “a pincelada do movimento”. Para eles, “Ocorre um caminho inverso ao que faz a tecnologia: a alta definição não é uma meta, mas uma característica a ser desconstruída.” (ARRUDA; MELLO, 2015, p. 2).

A produção estética do *vaporwave* se desenvolveu de maneira complexa, ligando signos de todo o mundo. A fusão destes signos e referências estéticas, inicialmente gera estranhamento, depois é possível perceber a criatividade das obras. O resultado é a mescla entre futurismo e nostalgia. Podendo-se concluir que o movimento faz uma crítica bem humorada ao capitalismo.

[...] para os artistas Vaporwave, o mundo tecnocrata que se vivencia no século XXI nada mais é do que uma alegoria, um sonho implantado pela cultura consumista e capitalista de que a sociedade está vivendo da melhor forma possível, enquanto o sistema continua a oprimi-la nas formas mais sutis (MONTEIRO et. al. 2017, p.4).

E assim, os autores defendem que, por isto, tudo precisa estar sempre perfeito, detalhado ao máximo na produção, para que continue a manipular a sociedade.

Medeiros et. al (2017) ainda faz uma brilhante crítica quanto ao uso do *Vaporwave*, dado ao fato de o mesmo trazer problematizações sobre o capitalismo, parece ter sido dominado pelas exigências do sistema. E acusa sobre linhas de roupas sendo lançadas trazer a ala estética do *Vaporwave*, como também programas da mídia que se apropriaram.

Esse declínio também está relacionado à característica rapidez com a qual os fenômenos ciberculturais fluem, e como estes podem ter seu fim num intervalo de tempo tão curto quanto a sua popularização. E foi ainda essa popularização que fez com que o público do *Vaporwave* fosse se diversificando, o que acabou levando à perda gradativa da ideologia crítica do movimento, que passou a representar mais uma estética (MEDEIROS et. al. 2017, p14).

Deixando assim, um importante “alerta” na questão do movimento artístico e gênero musical de 2010, para que a originalidade do mesmo não se perca para a face da mídia que importa-se apenas com o mercado industrial.

3- METODOLOGIA

O trabalho contou com uma metodologia exploratória e qualitativa, consistindo em um estudo de caso descritivo. Concentrando seu método de análise seguindo adaptação do método de análise de imagens em movimento desenvolvido por Diana Rose (2002). Segundo ela “Algumas das técnicas apresentadas devem ser adaptadas para outros conteúdos, que não a loucura” (ROSE, D. *in* BAUER & GASKELL, 2002). De modo que imagens do videoclipe e trechos da letra da música são dispostos, seguidos de análise sobre o conteúdo.

3.1. Tipos de Pesquisa

A presente pesquisa pode ser classificada conforme segue:

a) Pesquisa exploratória e qualitativa, respectivamente, quanto aos seus objetivos e abordagem do problema. Tendo em vista reunir informações detalhadas, procurando possibilitar uma melhor compreensão sobre a fusão de Vaporwave, política e humor ao *funk*.

b) Quanto aos procedimentos: Segundo (YIN, R.K. 2001), é um estudo de caso descritivo, pois intenta explicitar uma decisão ou um conjunto de decisões. Este trabalho pauta brevemente a sequência de acontecimentos interpessoais ocorridos com o tempo, sobre o *funk*. Relatando uma cultura pouco investigada que nem sempre é tópico de estudo. Incluindo seu avanço profissional e popularização na população brasileira.

3.2 – Objeto de análise: videoclipe Segredinho de Pankadon

O objeto analisado é o videoclipe "Segredinho", do grupo Pankadon, que está publicado no *YouTube* desde o dia 19 de Março de 2018. Com 4.756.512 visualizações, o vídeo de 3 minutos e 20 segundos é uma produção da Clã Produções, com direção e roteiro de Phill Mendonça e direção de arte de Junior Paixão. O grupo Pankadon é um projeto de *funk*

brasileiro lançado em março de 2018, que trabalha com a mistura de *pop* brasileiro, *funk* e *trap music*. O projeto é formado pelos compositores e produtores Pablo Bispo, Ruxell e Sérgio Santos. O produtor e compositor Pablo Bispo, em depoimento cedido para esta pesquisa, no formato de áudio, através de redes sociais, afirma que já possuem experiência no meio musical por já terem trabalhado com Pablo Vittar, Anitta, Iza, Gloria Groove e Aretuza Lovi. Relata que grupo chegou no mercado já com o selo da gravadora Sony, e sem se expor, lançou um videoclipe para o seu primeiro single, Segredinho. A proposta do projeto foca no humor, na luta contra preconceitos e na crítica de ideologias políticas. O Pankadon traz referências populares como Sérgio Mallandro, Carreta Furacão e Chaves, além de utilizar memes¹ e dois personagens extraterrestres, o *Rabeton* e o *Popozon*.

3.3 – Análise e Interpretação de Dados

Nesse estudo os dados foram analisados conforme descrito na sequência:

3.3.1. Análise de imagens em movimento: O método de análise de dados adaptado foi criado por Diana Rose (2002). Pesquisadora na área da saúde mental tem seu método de Análise de Imagens em Movimento descrito por Bauer (M.W.) e Gaskell (G.) de 2002.

Segundo ela, o método foi desenvolvido especificamente para a investigação de representação da loucura na mídia. Sendo demonstrado, conforme discussão do método no capítulo, que trata de um conjunto de conceitos e técnicas que podem servir de orientação na análise de muitas representações sociais no mundo audiovisual (ROSE *in* BAUER e GASKELL, 2000).

Para ela, o método dá destaque para a argumentação teórica. Trazendo questionamentos para exemplificar, como “O que são meios audiovisuais? O que é a televisão?”. Explica que o método é baseado em

transcrever, e que o que se escolhe para analisar (cenas, falas, sinais) faz parte de uma escolha. “O que não é escolhido é tão importante quanto o que foi escolhido. E que dificilmente haverá método de análise que exiba uma verdade só de um texto” (ROSE *in* BAUER e GASKELL, 2000). Por isto o objetivo é ser o mais explícito possível sobre os recursos usados na translação e simplificação.

Ao transcrever material televisivo, devemos tomar decisões sobre como descrever os visuais, se vamos incluir pausas e hesitações na fala, e como descrever os efeitos especiais, tais como música ou mudanças na iluminação. Diferentes orientações teóricas levarão a diferentes escolhas sobre como selecionar para transcrição (ROSE *in* BAUER e GASKELL, p.344, 2000).

Baseia-se então em fundamentação teórica e codificação. A autora traz a ideia de Bernstein (1995) em chamar o texto de L1 e a codificação de L2 (L de linguagem). E o resultado se dá por uma interação destes dois. O método é uma translação de uma língua para outra, num processo com regras e procedimento (ROSE *in* BAUER e GASKELL, 2000). Ela defende que este modelo supõe apenas dois passos para o seu método, trazendo na sequência como se dá os passos de seleção, transcrição, codificação e tabulação.

O capítulo traz o primeiro passo como seleção de programas e material para ser analisado a partir da área a ser pesquisada (documentos, cobrir horário nobre, etc). No processo de registro está em quando e quanto tempo registrar (apenas algumas cenas, o tempo todo...). Depois, trata-se de perceber o que é a representação de loucura no objeto analisado.

“A finalidade da transcrição é gerar um conjunto de dados que se preste a uma análise cuidadosa e a uma codificação. Ela translada e simplifica a imagem complexa da tela” (ROSE *in* BAUER e GASKELL, p.248, 2000). É apresentada a importância de decidir a unidade de análise, que é exemplificada, ao longo do livro, com um anúncio, em que a análise é feita visualmente por ilustração. Rose *in* Bauer e Gaskell (2002) mostra ainda, como exemplo, um estudo que foca na representação da doença mental na mídia e em shows cômicos, afirmando que tratam a doença mental como diferente e excluída, e apareciam em tomadas singulares, isoladas. Por isso

codificaram o ângulo da câmera para cada tomada e quantas pessoas apareciam em cena.

“A câmera "monta a cena" para a relação, filmando primeiramente um personagem; depois o segundo, do ângulo do primeiro; e finalmente o primeiro, do ângulo do segundo” (ROSE *in* BAUER e GASKELL, p.349, 2000). Coloca que há outros elementos que podem ser considerados, embora não sejam obrigatórios no método, como cores das roupas (roupas escuras indicam depressão) e a posição das pessoas em cena (um personagem em posição de poder, acima dos outros).

A fase da codificação é colocada por Rose (2002) como uma estrutura hierárquica, em que o “topo de cada hierarquia era constituído por um elemento narrativo” (ROSE *in* BAUER & GASKELL, 2002). Nesta etapa, os dados trespassados são substituídos por códigos, que serão utilizados na última fase do método, ficando com ordem numérica o que será analisado. Entende-se assim, que será possível observar quantas vezes um objeto ou palavra foi empregado em cena. Para Guerra (2014), tanto a codificação quanto a tabulação são importantes em pesquisas com o objetivo de “gerar dados quantitativos relevantes em uma análise qualitativa” (GUERRA, 2014, p. 25).

Para Rose (2002)

Ela tem uma estrutura hierárquica de acordo com a afirmativa de que as representações de loucura na televisão possuem significações em mais de um nível (ROSE *in* BAUER & GASKELL, 2002, p. 352).

A autora explica como escolheu suas unidades de análise e como as separou em três níveis, com letras maiúsculas, minúsculas e em caixa baixa, para cada nível. Expondo como ficou a representação dos códigos para cada nível. Para ela “Cada unidade de análise (tomada da câmera) e alocada em um código” (ROSE *in* BAUER & GASKELL, 2002).

A fase da tabulação, onde os números são levados em conta, é onde ocorre “A apresentação dos processos descritos acima, que será feita através de tabelas de frequências” (ROSE *in* BAUER & GASKELL, 2002 –

grifo meu). Dando sequência, ela explica como devem ser lidas estas tabelas. Segundo a autora, as tabelas devem ser lidas como se fossem mapas.

Ela mostra os pontos de ênfase e insistência, e os pontos de carência e ausência nas informações das notícias. Não seria sensato dizer que houve "duas vezes mais risco do que doença", embora uma leitura métrica das figuras poderia chegar a tal conclusão. Faz mais sentido dizer que o risco dominou os temas da doença, e que a falta de temas de sucesso e luta, dizem algo significativo sobre como os problemas de saúde mental são representados nas notícias. O que está ausente é tão importante como o que está presente, como nos ensinaram os semiólogos (ROSE *in* BAUER & GASKELL, 2002, p. 359).

Em conclusão, sinalizo que as duas últimas fases do método de Rose (2002) não são empregadas na presente pesquisa. Uma vez que não se fizeram relevantes para a problematização trazida na proposta do trabalho. Deste modo, as etapas utilizadas foram seleção e transcrição (adaptada para formato de textos), bem como a análise do conteúdo.

A análise do objeto foi realizada no trabalho de forma adaptada, seguindo o formato de Maia (2017), que traz sua análise estruturada em textos. Primeiramente, a análise verbal, com trechos da letra do vídeo, contando como foi desenvolvida. Na análise sonora, são apresentadas as variáveis do áudio do vídeo. Na análise visual, a autora intercala imagens do vídeo com textos descritivos. E a cada imagem, transcrevia o sentido da cena. Com a finalidade de oferecer uma melhor compreensão, a análise visual foi dividida em seis sub-categorias: Introdução do vídeo, ostentação, povo, coreografia, porta dos desesperados e desfecho do vídeo. A escolha das cenas analisadas foi feita de acordo com a relevância das mesmas e, considerando que o produto audiovisual é um videoclipe de curta duração, todas as cenas foram escolhidas porque se complementam para contar uma mesma história.

3.3.2. Categorias de análise

3.3.2.1. Análise verbal

Nesta categoria foi analisado um possível sentido produzido a partir da letra da música e referências nela inseridas. A letra está apresentada no trabalho de forma fragmentada, pois os trechos se repetem, trazendo a letra completa em anexo para consulta.

3.3.2.2. Análise sonora

O áudio do vídeo foi analisado, incluindo efeitos sonoros que estão presentes exclusivamente no videoclipe. A partir disso, é possível compreender as escolhas realizadas na construção sonora do videoclipe.

3.3.2.3. Análise visual

Nesta categoria foi analisado um possível sentido produzido a partir da composição imagética, resultante da união de imagens, cores e símbolos. Para facilitar a compreensão da leitura da análise, as figuras estão distribuídas em duplas de maneira harmônica, ilustrando as cenas analisadas.

4. PERCURSO ANALÍTICO

Este capítulo procura aproximar os elementos verbais, sonoros e visuais, apresentados por Diana Rose (2002) e articulados aos estudos culturais e semiótica para que se possa chegar a um possível sentido produzido pelo videoclipe Segredinho, do grupo Pankadon. Deste modo, foi utilizado o método de Diana para examinar os processos de semiose presentes no objeto de análise. As categorias de análise estão organizadas em três etapas, os elementos verbais (letra da música), sonoros (ritmo e melodia) e visuais (imagens que compõem o videoclipe).

4.1. Análise Verbal

Os elementos verbais fazem parte da letra da música, que foi composta por Pablo Bispo, em parceria com Sérgio Santos e Ruxell. Segundo a revista Abramus, Pablo Bispo cresceu em Bangu no Rio de Janeiro e é formado em Administração pela Universidade Estácio de Sá. Bispo participou da composição das músicas *Essa mina é louca* e *Cravo e canela*, lançadas por Anitta. No álbum *Vai passar mal* de Pablo Vittar, teve participação na composição das músicas *Pode apontar*, *Indestrutível* e *K.O.*. Integrante dos grupos de composição e produção *Brabo Music* e *Dogz*, Pablo Bispo é autor de grandes sucessos da atualidade, tendo trabalhado com Pablo Vittar, Anitta, Iza, Ivete Sangalo, Major Lazer, Preta Gil, Gloria Groove, Maite Peroni, Charli XCX e outros.

A letra da música está dividida em três trechos que se repetem:

Quadro 1 - Letra da música Segredinho

Hoje a casa tá embrazada
Liga pro bonde da madrugada
A ousadia tá liberada
E diz que vai ter drink pra dar aquela turbinada
(Vai dar merda, hein!)

Fonte: Plataforma Letras/Segredinho Pankadon

Neste primeiro trecho, a frase “Hoje a casa tá embrazada” refere-se à câmara dos deputados. Segundo o site Dicionário inFormal, usa-se a palavra embrazado quando uma pessoa já consumiu vários tipos de drogas ou bebeu em excesso (a pessoa está atormentada). Na frase “Liga pro bonde da madrugada”, a expressão “bonde da madrugada” cria uma alusão aos deputados que se reúnem durante a madrugada na Câmara para votar e modificar leis. No trecho “A ousadia tá liberada”, a ousadia refere-se diretamente à corrupção praticada pelos políticos/bonde da madrugada. O fato de afirmar que a ousadia está liberada é resultado da votação (ocorrida em 30 de novembro de 2016) que aprovou uma série de mudanças no pacote de medidas contra corrupção. Na frase “E diz que vai ter drink pra dar aquela turbinada”, as palavras “drink” e “turbinada” referem-se à propinas, lavagem de dinheiro, entre outras formas de corrupção. Ao fim deste primeiro trecho, a frase “Vai dar merda, hein!” é cantada por uma voz modificada, e ao utilizar essa expressão, afirma que algo pode dar errado na execução dos planos corruptos dos políticos, ou seja, eles podem ser descobertos, investigados e condenados. Esta mesma frase também pode ser entendida como um aviso sobre o futuro político do país após as eleições, dependendo do resultado (considerando que a música foi lançada em 2018, ano de eleições presidenciais).

Quadro 2 - Letra da música Segredinho

*Porque a noite tá dominada
Naqueles pique, não tô entendendo nada
O nosso bonde é kamikaze
Hoje vai ser tipo filme, Se Beber Não Case
(Hmm, vai dar merda, hein!)*

Fonte: Plataforma Letras/Segredinho Pankadon

O segundo trecho da composição começa com “Porque a noite tá dominada”, que faz referência ao horário escolhido pelos deputados para realização de reuniões e votações na Câmara. A música segue com a frase “Naqueles pique, não tô entendendo nada”, onde, segundo o site Dicionário inFormal, a palavra pique pode ser entendida como estilo. Assim sendo, pode-se compreender uma afirmação de que a ação dos políticos é realizada de maneira a dificultar o entendimento pelo público. Na seguinte frase “O nosso bonde é *kamikaze*”, ao fazer tal afirmação, é possível entender que o bonde citado é autor de escolhas equivocadas que irão prejudicá-lo. Pois a palavra *kamikaze* (ou em português, *camicase*), que tem origem na língua japonesa (onde *kami* significa deus e *kaze* significa vento, comumente traduzido como “vento divino”), era nome dado aos pilotos de aviões japoneses cuja missão era realizar ataques suicidas contra navios inimigos na Segunda Guerra Mundial. A relação com um filme de comédia se dá na frase “Hoje vai ser tipo filme, Se Beber Não Case”. No filme citado, três homens vivem uma série de acontecimentos que dão errado à partir do consumo de bebidas alcoólicas em excesso e drogas ilícitas. Ao trazer essa referência na letra da canção, é possível entendê-la como uma afirmação de que o sistema político brasileiro está bagunçado, desordenado. Ao fim deste trecho, a expressão “Vai dar merda, hein!” é novamente cantada por uma voz adulterada, com o mesmo significado de anteriormente.

Quadro 3 - Letra da música Segredinho

Ninguém sabe, ninguém viu
Ninguém sabe, ninguém viu
Ninguém sabe, ninguém viu
É segredinho, hein!

Fonte: Plataforma Letras/Segredinho Pankadon

O terceiro e último parágrafo da composição é formado por duas frases, sendo a primeira repetida duas vezes. Este trecho começa com

“Ninguém sabe, ninguém viu”, e é finalizado pela afirmação “É segredinho, hein!”. Com isto, compreende-se que ninguém sabe ou vê o que acontece de errado no âmbito político. Esta afirmação, inserida na letra da canção, trata da desinformação da população brasileira acerca dos atos corruptos realizados por seus representantes eleitos. Tal informação também pode ser relacionada com a imagem do político Jair Bolsonaro.

4.2. Análise Sonora

O áudio do videoclipe inicia com o efeito sonoro de uma televisão antiga sendo ligada. Em seguida, ouve-se um curto trecho da música “Rap das armas” de Mc Júnior e Leonardo, lançada em 1995. No ato de mudar de canal, ouve-se o ruído do *glitch* (falha de imagem) e, na sequência, o começo da música “In the 1980s” de Simon Bichbihler é utilizado como trilha do vídeo que revela o nome da produtora. O ruído de *glitch* é inserido pela segunda vez. Como trilha sonora do vídeo de apresentação do diretor do clipe, ouve-se uma música composta por sons de sinos. O ruído de *glitch* é inserido pela terceira vez. Na sequência, ouve-se o apresentador Sérgio Mallandro, que diz:

“Vamos abrir a porta dos desesperados. É a porta um? Rá! É a porta dois? Rá! Ou é a porta três? Iêié! É um, é dois ou três? Qual a porta que você quer abrir? Vem pra cá meu glu-glu. Vamos abrir a porta. É segredinho. Tem um segredinho na porta. Tem um segredinho na porta. Rá!”.

Além da fala de Sérgio Mallandro, é possível ouvir o som de risadas e aplausos. Ao final da fala do apresentador, o volume aumenta e provoca uma distorção no áudio. O ruído de *glitch* é inserido pela quarta vez. Escuta-se o som de uma fita cassete sendo inserida num aparelho videocassete. Há o efeito sonoro de *beep* que acompanha o teste de padrão de cores e na sequência, os nomes Pankadon e Segredinho surgem com um efeito sonoro semelhante à um ruído de rádio.

O primeiro ruído da música, é a interjeição “Hã”, falada por uma voz masculina. A melodia da música é composta por sons característicos do gênero musical *funk*. Há a repetição de sons de buzina, com diferentes notas musicais. Uma vocalização masculina (sons emitidos pela voz) é intercalada com batidas graves, *claps* e sons de sinos que lembram jogos antigos de *videogame 8-bits*. Também é possível perceber a presença da interjeição “Shhh” (chiu em inglês) integrada à melodia da música. Nos vocais, nota-se mais de um tipo de voz, sendo todas masculinas. A voz principal se assemelha à do cantor Mr. Catra. As vozes secundárias reforçam o aspecto humorístico da canção, que inclui a expressão “Vai dar merda, hein!”. A frase “Pancadão, vai!” é utilizada como assinatura do grupo Pankadon. As falas de Sérgio Mallandro, no começo e fim do clipe, reforçam o tom de humor do vídeo, além de funcionar como uma referência popular (Sérgio Mallandro e o quadro Porta dos Desesperados). O uso de trecho das músicas “Rap das armas” e “In the 1980s” no começo do vídeo, é uma tentativa de conectar o público com as décadas de 1980 e 1990, apesar de “In the 1980s” ter sido lançada em 2017. Ao perceber a referência explícita ao político Jair Bolsonaro, essa atmosfera retro passa a ser compreendida como uma afirmação de que suas ideias são retrógradadas e antiquadas.

4.3. Análise Visual

Nesta etapa, analisou-se o não-verbal, as imagens que funcionam de complemento para a narrativa. Rose (2002) afirma que normalmente os dois modos, o visual e o verbal, contarão uma mesma história, o que é comum na televisão. Porém, há a possibilidade de conflito, contradição, ironia e sarcasmo entre os dois modos.

No videoclipe Segredinho, o visual se dá a partir da mistura de seis sub-categorias (cenas) que se complementam para construir uma narrativa conectada à música. A divisão do videoclipe em seis cenas foi necessária, pois ao observar que o mesmo possui muitas referências imagéticas com elementos de mesma ordem, isso facilitará a análise visual.

4.3.1. Introdução do vídeo

Figura 1 - Introdução do vídeo



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 3 - Introdução do vídeo



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 5 - Introdução do vídeo



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 2 - Introdução do vídeo



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 4 - Introdução do vídeo



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 6 - Introdução do vídeo



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 7 - Introdução do vídeo



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Como vimos na introdução do vídeo (figuras 1, 2, 3, 4, 5, 6 e 7), o clipe inicia com um movimento de *zoom* gradual, mostrando um aparelho de televisão antigo e sujo com algumas avarias, sobre um chão também antigo e sujo. A televisão é ligada no canal 3, que exibe poucos segundos de uma gravação antiga de pessoas dançando numa festa. O canal da televisão é alterado, passando a exibir uma paisagem com o nome da produtora Clã Filmes. O canal é novamente alterado, agora para o número 8, que exibe uma porta branca, um papel de parede em preto e branco e o nome do diretor do videoclipe em vermelho, Phill Mendonça. O canal é alterado para o número 10, transmitindo uma filmagem que mostra o apresentador Sérgio Mallandro em um estúdio colorido, com um letreiro luminoso da palavra “segredinho” e três portas enumeradas de 1 à 3. O apresentador questiona qual das três portas será aberta, buscando uma interação com a plateia e com os telespectadores que o assistem. Depois disso, Mallandro afirma que há um “segredinho” na porta. A gravação é cortada e passa a exibir o começo de uma fita *VHS*. Em um fundo degradê azul e amarelo, surge um sol virtual em vermelho sob os títulos “Pankadon” e “Segredinho”. Vale observar que conforme o *zoom* aumenta, tornam-se mais visíveis as linhas da TV.

Na introdução do videoclipe, a televisão antiga, os vídeos nela exibidos, e os ruídos constantes na imagem (uma característica de fitas *VHS*) funcionam como índice, pois indicam que o que estamos prestes a assistir é algo antigo (uma crítica às ideias e concepções do político Jair

Bolsonaro). Essa escolha da direção de arte é proposital e faz parte do movimento estético *vaporwave*.

4.3.2. Ostentação

Figura 8 – Ostentação



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 9 - Ostentação



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 10 – Ostentação



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 11 - Ostentação



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 12 – Ostentação



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 13 - Ostentação



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 14 – Ostentação



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 15 - Ostentação



Fonte: Pankadon/Canal Youtub

Figura 16 - Ostentação



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

As imagens representadas pelas figuras 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 e 16 compõem a segunda cena do clipe. A cena começa com uma fonte de água em formato de anjo em frente a uma mansão nas cores azul e bege. Depois que a câmera afasta, é possível ver dois bonecos mascarados ao lado da fonte de água. O boneco da direita está sobre uma motocicleta vermelha e veste uma camiseta listrada, nas cores verde e branco. O boneco da esquerda está dentro de um carro conversível azul e veste uma camiseta listrada, nas cores amarelo e cinza. Num outro ângulo, a câmera mostra um dinossauro marrom e um dos bonecos sentado no *capot* do carro. No quadro seguinte, os dois bonecos são movimentados simultaneamente. Em um plano aberto, a câmera passa a exibir a parte de trás da casa, onde, no quintal, é possível ver um grupo de pessoas dentro e ao redor de uma piscina. Em uma cadeira de praia, uma boneca aparece junto a um balão de fala com a frase “Não explana não. Hein?”. Num novo plano, podemos ver os dois bonecos mascarados juntos a interjeição “Shhh” (chui em inglês) escrito com pedras brancas. A câmera foca numa motocicleta e numa

mulher sobre uma boia rosa de cisne, ambas dentro da piscina. Os dois bonecos mascarados aparecem dançando juntos ao balão de fala com a frase “Tá puxado hein?”. Depois disso, uma boneca em maiô azul e um boneco de sunga branca e óculos de sol estão sentados à beira da piscina, ela está com uma mão na sunga dele e a outra mão na boca demonstrando espanto. Na sequência, há interação de bonecos na piscina e um dos bonecos aparece de cabeça para baixo ao lado de um casal heterossexual e um balão de fala “É kamikaze!!”. A câmera então mostra uma boneca de biquíni e botas pretas, apoiada na casa, junto ao balão de fala “Num tô entendendo nada!”. Por fim, em primeiro plano a câmera exhibe uma boneca praticando *topless*, com um retângulo preto cobrindo seus seios.

Nesta segunda cena, o uso de uma mansão de brinquedo, bonecos, carro, motocicleta, boia de cisne e outros objetos, podem ser compreendidos como uma referência às “blogueirinhas” (influenciadoras digitais). Ou seja, a velha política do pão e circo é representada por blogueiras ostentando uma vida fútil numa casa de bonecas. A boneca sentada na cadeira de praia, pedindo para não explanar, pode ser compreendida como uma forma bem humorada de representar políticos corruptos, assim como uma sociedade conservadora e hipócrita. A boneca com o balão de fala “Num tô entendendo nada!”, é uma alusão à cantora Anitta no videoclipe de “Vai malandra”. Mas não se trata de um insulto à inteligência da cantora, trata-se de uma referência ao público que não entende de política.

4.3.3. Povo

Figura 17 – Povo



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 18 - Povo



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 19 – Povo



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 20 - Povo



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 21 – Povo



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 22 - Povo



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Nesta terceira cena (figuras 17, 18, 19, 20, 21 e 22), podemos ver, em plano detalhe, a metade do rosto de uma mulher, a metade do rosto de um homem e seu dedo indicador e a metade do rosto de um homem com barba, um após o outro. Depois disso, é exibido um mosaico composto por um fundo psicodélico de nuvens com pouca nitidez, e três quadros com a metade do rosto de dois homens e uma mulher. À seguir, o quadro com metade do rosto de um homem é exibido em sobreposição ao vídeo de uma mulher dançando com um efeito que a multiplica nas cores RGB (vermelho, verde e azul). Em sobreposição ao vídeo de uma mulher dançando no chão ao lado de um tigre, os quadros com a metade do rosto de três mulheres e três homens surgem na tela. A câmera, então, exibe em sequência a metade do rosto de uma mulher e de um homem, que passam a compor o fundo do próximo cenário com o efeito caleidoscópico.

Nesta terceira cena, vemos uma representação da miscigenação do povo brasileiro. Esse grupo de pessoas, que exhibe apenas a boca, pode ser

identificado como o eleitorado brasileiro, ao relacionarmos o anonimato deles com o fato de que o voto é secreto. A composição dos *takes* se encaixa nos padrões estéticos do movimento artístico *vaporwave*.

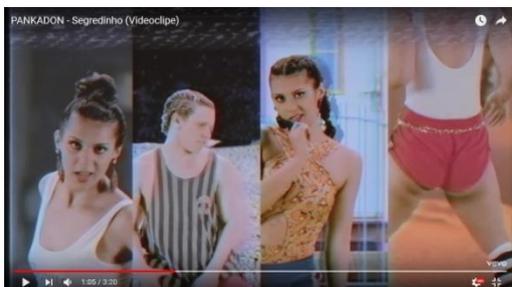
4.3.4. Coreografia

Figura 23 – Coreografia



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 25 – Coreografia



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 27 – Coreografia



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 24 - Coreografia



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 26 – Coreografia



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 28 – Coreografia



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 29 – Coreografia



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 30 – Coreografia



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 31 - Coreografia



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

As figuras 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30 e 31 representam a cena que contém a coreografia do videoclipe. A cena começa com uma mulher dançando na frente de um tigre, num curto espaço de tempo. Logo vemos um homem dançando num cenário que representa a lua e o planeta Terra. À seguir, a imagem de uma mulher é triplicada enquanto ela dança num cenário que representa um deserto com árvores e cataratas. No momento seguinte, a tela é dividida em quatro partes e exibe quatro momentos diferentes dos dançarinos. Com um movimento de *travelling*, a câmera mostra quatro versões de uma mesma dançarina no cenário do deserto. Numa calçada, em frente à um portão, uma mulher dança com efeito de deslocamento RGB (efeito em que há a separação das cores vermelho, verde e azul). No cenário da lua, um dançarino duplicado dança enquanto dois conjuntos de caixas de som surgem ao fundo, com efeito *glitch*. Ainda no cenário da lua, o dançarino cobre a boca com a mão, em seguida, cobre os olhos. Em um *take* rápido, no cenário da lua, o homem dá um salto. No

cenário do deserto, a bailarina também aparece cobrindo a boca com a mão (agora o efeito *glitch* substitui as cataratas). Depois disso, o homem que dançava no cenário de lua é transportado e multiplicado para um cenário que representa um horizonte virtual. A dançarina que estava no cenário do deserto também é transportada para um novo cenário, este composto por um salão virtual, duas cabeças de estátuas renascentistas e dois olhos verdes dentro de triângulos pretos.

Nesta cena, a coreografia torna-se um complemento da letra da música, pois tenta representar o que está escrito na composição. O rebolar dos bailarinos representa a “ousadia liberada”. A multiplicação deles pode ser entendida como referência à uma sociedade alienada que apenas reproduz e acredita naquilo que está inserido nas redes sociais (o vazio de ideias representado pelos cenários de lua e deserto). O momento em que ambos, homem e mulher, dançam cobrindo a boca e os olhos, concorda com o trecho “Ninguém sabe, ninguém viu. É segredinho. Hein.”. Todos os cenários em que os dançarinos estão inseridos digitalmente (sala vazia, lua, deserto, calçada, horizonte virtual e salão virtual), fazem parte da construção estética do movimento *vaporwave*. O momento do salão virtual, com símbolos *illuminati*, funciona como uma referência aos ricos (empresários). Ao compreender que o *vaporwave* representa uma ideia de “futuro do passado”, o movimento em si pode ser entendido como um índice, alertando que o futuro do país sofreria retrocesso caso Jair Bolsonaro fosse eleito.

4.3.5. Porta dos desesperados

Figura 32 - Porta dos desesperados



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 33 - Porta dos desesperados



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 34 - Porta dos desesperados



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 35 - Porta dos desesperados



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 36 - Porta dos desesperados



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 37 - Porta dos desesperados



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Neste trecho representado pelas figuras 32, 33, 34, 35, 36 e 37, o apresentador Sérgio Mallandro apresenta uma versão renovada do quadro “Porta dos desesperados”. No estúdio, além das portas enumeradas de 1 à 3, há um letreiro luminoso da palavra “Segredinho”. Em diferentes enquadramentos, Mallandro interage com os telespectadores e com as portas. Ao final, o apresentador questiona qual das três portas será aberta, porém termina a cena com a afirmação “é segredinho”.

Aqui, a referência ao quadro “Porta dos desesperados” funciona como uma sátira das eleições. O apresentador, ao questionar qual das portas será aberta, está querendo saber qual político será eleito. O segredo, neste caso, é o resultado das eleições.

4.3.6. Bolsonaro

Figura 38 – Bolsonaro



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 39 - Bolsonaro



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 40 – Bolsonaro



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 41 – Bolsonaro



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 42 – Bolsonaro



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 43 – Bolsonaro



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 44 – Bolsonaro



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 46 – Bolsonaro



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 48 – Bolsonaro



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 45 - Bolsonaro



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 47 – Bolsonaro



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Figura 49 - Bolsonaro



Fonte: Pankadon/Canal Youtube

Na sexta e última cena do videoclipe (figuras 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48 e 49), somos introduzidos a um sócia do político Jair Bolsonaro. A cena inicia com poucos segundos do sócia em primeiro plano. Na sequência, em plano médio longo, o sócia está acompanhado por dois militares e é revelado que o fundo é composto pelo Palácio do Congresso Nacional, localizado em Brasília (vale observar que os militares estão

usando sapatos femininos). Já em um plano inteiro, o político realiza gestos com as mãos, enquanto os militares continuam sem ação. O político então cruza os braços e os militares começam a dançar atrás dele, que observa aquilo com estranheza. Em plano americano, o sócia realiza gestos com as mãos fechadas (algo semelhante à um soco) enquanto os militares continuam dançando em sua volta. Ao ver os militares rebolando, o político sorri e desabotoa o paletó do terno. Ainda em plano americano, o sócia começa a rebolar, enquanto observa os militares que também estão dançando. Depois disso, ele gira o paletó na mão e o joga para a esquerda. À seguir, o político solta a gravata enquanto dança. Em plano inteiro, o sócia começa a interagir fisicamente com os militares, e, em plano americano, ele abre a camisa e revela uma camiseta branca com a frase “Vai passar mal”. Num plano médio longo, os militares ajudam o sócia a tirar a camisa. Em plano americano, o político veste o quepe militar enquanto dança com os militares. Por fim, em plano médio longo, ele tira a camiseta.

Aqui, pode-se perceber a referência mais explícita do videoclipe, o sócia do político Jair Bolsonaro. A imagem que lhe é naturalmente associada está representada pelo Palácio do Congresso Nacional e a presença de militares ao seu redor. A caracterização dos militares como dois dançarinos negros, homossexuais afeminados e de salto alto, ataca diretamente o posicionamento homofóbico e racista do político. Ao longo da cena, há uma evolução no comportamento de Bolsonaro, que pode ser compreendida como um segredo ou ainda uma afirmação de que o mesmo, na verdade, é homossexual.

5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Como foi relatado anteriormente, para Moreira (2007) a cultura é uma construção constituída por relações hierárquicas de gênero, classe e raça. Que envolve poder e dinheiro e contribui para as divisões sociais, o que a torna um espaço de luta, diferenças e enfrentamento.

Ao analisarmos cada componente verbal, sonoro e visual, separadamente, podemos compreender mais de um sentido produzido no videoclipe de Segredinho. Na análise da letra da música, nota-se que o foco está nos políticos em geral e seus atos corruptos. Pois ao citar o “bonde da madrugada”, a banda faz uma referência aos políticos que se reúnem durante as madrugadas para realizar votações às pressas. Além disso, a letra da música “alfineta” a alienação vivida por parte da sociedade brasileira diante dos feitos ilícitos do governo.

Segundo o Dicionário de Semiótica de Greimas & Courtes (1979), ideologia se constitui por "valores que se atualizam e são assumidos por um sujeito - individual ou coletivo - (...) modalizado pelo querer/ser e, subsequentemente, pelo querer/fazer" (MOREIRA apud GREIMAS & COURTES, 2007, p.11). Com isto, entende-se que no videoclipe Segredinho há uma ideologia política de esquerda. Pois, ao satirizar as classes dominantes da sociedade, defende o direito das minorias, a igualdade entre os indivíduos, o bem-estar coletivo, opondo-se a visão tradicional conservadora que defende o bem-estar individual (o poder da elite).

Com a análise sonora, entendemos que a função do áudio, neste caso, é situar o público nas décadas de 1980 e 1990. Ao criar uma atmosfera retro, o áudio torna-se um complemento das imagens, que têm, na direção de arte, a estética do movimento *vaporwave*. Este, por sua vez, se caracteriza tanto por movimento estético quanto por gênero musical, onde pode empregar trechos de músicas antigas e de elevador, bem como sons de computadores antigos e videogames. Vale ressaltar que esta característica não foi utilizada na análise, uma vez que a produção do videoclipe se apropria do *Vaporwave* como movimento estético apenas.

Através da análise visual, fica evidente que o foco da crítica é o deputado Jair Bolsonaro (PSL), que durante a realização deste trabalho foi eleito presidente do país. O vídeo apresenta desaprovação às ideias retrógradas, machistas, LGBTfóbicas e racistas do deputado em questão. Porém, o clipe não se limitou a isto, realizando também uma crítica social, deste modo, desempenha função de propagador de ideias na mídia, como fora explorado no trabalho.

Como foi defendido, com a evolução do videoclipe, o mesmo passa a ser lugar de manifestações e experiências. Souza (2013), já defende que, em relação a ações políticas que habitam muitos videoclipes:

O videoclipe é uma ferramenta de extrema importância para os artistas musicais divulgarem os trabalhos e também para se posicionarem a respeito de um tema específico (SOUZA, p. 59, 2013).

Definida como a ciência dos signos, a semiótica é identificada tanto no uso de signos durante o videoclipe, onde simbologias indicam indivíduos, ações e objetos. A semiótica francesa, por sua vez tem a linguagem como organização social. Como afirmou Moreira (2007), a semiótica francesa, está baseada nas teorias de linguagem e discurso. Esta corrente, de modo interligado aos Estudos Culturais, está para auxiliar no processo de construção do imaginário. Deste modo, é utilizada para manifestar ao público o humor e ideias políticas retrógradas.

O Vaporwave, abordado no videoclipe com foco nos elementos visuais, utiliza das estátuas e esculturas neoclássicas, e cores saturadas, degradês, em itens e indivíduos. Utiliza paisagens, pisos quadriculados, imagens transmitidas de telas de televisores antigos, como falhas na imagem para caracterizar estes eletrônicos, dentre outros. Segundo Arruda e Mello “Ocorre um caminho inverso ao que faz a tecnologia: a alta definição não é uma meta, mas uma característica a ser desconstruída.” (2015, p. 2).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho, tendo passado por definições e fundamentações teóricas, contou como objetivo compreender o desenvolvimento do sentido produzido no videoclipe *Segredinho*, do grupo Pankadon. Isto a partir do uso dos elementos sonoros, verbais e visuais do movimento estético Vaporwave, humor e ideologia política. Focando também em descrever e identificar estes elementos presentes no videoclipe. Procurou também caracterizar a direção de arte na produção do videoclipe.

Constituído em seis capítulos que abordaram, respectivamente, a música popular brasileira e origem do funk. Viu-se a importância de dissertar sobre a semiótica francesa e os estudos culturais, assim, estes aspectos se relacionam com a conceitualização da ideologia política, também trazida no trabalho. A origem e evolução do videoclipe e sua importância no campo da publicidade, bem como uma breve fundamentação sobre o surgimento do movimento estético Vaporwave, se fizeram necessárias para a análise do conteúdo.

Com isso, foi possível compreender como o videoclipe *Segredinho* se apropriou dos elementos sonoros, verbais e visuais do movimento estético *vaporwave*. Assim como articula o uso de humor e referência política na produção de sentido. O que possibilitou descrever os elementos visuais, sonoros e verbais presentes no vídeo, caracterizar o movimento estético *vaporwave* e identificar a ideologia política inserida na obra. Foi constatada a importância de utilizar o videoclipe como ferramenta para expressar opiniões, onde se podem encaixar ideologias políticas.

REFERÊNCIAS

BAUER, M.W.; GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Um manual prático. 2ª edição. Editora Vozes. Petrópolis, Rio de Janeiro, 2002.

BELO, R. O novo lugar do videoclipe: Indústria Fonográfica e Consumo Musical no Ciberespaço. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Vila Velha - ES-Espírito Santo, 2014. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-0901-1.pdf>. Acesso em: 20/05/2018.

BERTRAND, Denis. Caminhos da semiótica literária. Bauru, SP: EDUSC, 2003.

BOBBIO, Norberto. Norberto Bobbio – o filósofo e a política. – Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

BISPO, P. Em depoimento no formato de áudio para a pesquisa – 2018.

BONETTI, M. C. A linguagem de vídeos e a natureza da aprendizagem. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo – Instituto de Física – Dpto. de Física Experimental, São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/81/81131/tde-13042015-153733/pt-br.php> Acesso em: 06/06/2018.

CALDAS, C. H. S. O videoclipe na era digital: história, linguagem e experiências interativas. Intercom– Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste-Bauru-SP-São Paulo, 2013. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-0712-1.pdf>. Acesso em: 21/05/2018.

CANAL YOUTUBE – *Rap das armas* (Mc Junior e Leonardo) – Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=hlvZAI64czc>> Acesso em: 11/11/2018.

CEVASCO, M. E. Dez lições sobre Estudos Culturais. Editora Boitempo Editorial, São Paulo, 2003.

COELHO, A. E. N. N. B. A música como diferencial competitivo na publicidade - As trilhas sonoras dos comerciais em função da segmentação do mercado. Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2008.

DICIONÁRIO AURÉLIO – Online. Disponível em: <https://dicionariodoaurelio.com/>

DICIONÁRIO inFORMAL – Online. “Embrizado”. Disponível em: <<https://www.dicionarioinformal.com.br/embrizado/>> Acesso em: 10/11/2018.

DICIONÁRIO inFORMAL – Online. “Pique”. Disponível em: <<https://www.dicionarioinformal.com.br/pique/>> Acesso em: 10/11/2018.

DICIONÁRIO inFORMAL – Online. “Kamikaze”. Disponível em: <<https://www.dicionarioinformal.com.br/kamikaze/>> Acesso em: 10/11/2018.

ECO, U. Tratado Geral de Semiótica. Editora Perspectiva, São Paulo, 2009.

FIORIN, José Luiz. Linguagem e ideologia. São Paulo: Editora Ática, 2005.

HEYWOOD, A. Ideologias políticas: do liberalismo ao fascismo. 1ª ed. Editora Ática - São Paulo, 2010.

GUERRA, R. M. Boca do lixo, sexo e modernidade: uma análise do filme Corpo Devasso. (Graduação em Jornalismo) Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA - São Borja, 2014.

HOLZBACH, A.D.; NERCOLINI, M.J. Videoclipe em tempos de reconfigurações. Revista Famecos - nº39, Porto Alegre, 2009. Disponível

em: <http://www.redalyc.org/html/4955/495550195008/>. Acesso em: 20/05/2018.

JORNAL ESTADO DE MINAS (EM) – Notícias Políticas – Durante a madrugada, deputados modificam pacote anticorrupção – 2016. Disponível em:

<https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2016/11/30/interna_politica,828382/durante-a-madrugada-deputados-modificam-pacote-anticorruptao.shtml>

Acesso em: 11/11/2018.

MACHADO, A. A televisão levada a sério. Editora Senac São Paulo. 4ª edição - São Paulo, 2005.

MAIA, M. S. A produção de sentido a partir da música eletrônica: uma análise semiótica do VT *Drinkee* do DJ Vintage Culture. São Borja, 2017.

MEIRELLES, R. Música popular brasileira. Palestra na 1ª Jornada Cultural da Escola Superior de Guerra - Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <http://www.reginameirelles.mus.br/Palestras/Palestra%20ESG%20-%20musica%20popular.pdf>. Acesso em: 16/05/2018

MOREIRA, M. C. Semiótica Francesa e Estudos Culturais: possíveis articulações no campo da ideologia. UFMG - Intercom: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007.

Pankadon - Segredinho (Videoclipe) - Youtube - Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=2motRa9gdfI>. Acesso em: 07/06/2018.

PEREIRA, R. S. G. É som de preto e favelado: o caráter diaspórico, global e local do funk. Revista Dito Efeito - UTFPR - Campus Curitiba - vol. 4, nº 5, - Curitiba, 2013. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/de/article/view/2150>. Acesso em: 17/05/2018.

PIEDRAS, E. R.; JACKS, N. A contribuição dos estudos culturais para a abordagem da publicidade: processos de comunicação persuasiva e as

noções “articulação” e “fluxo”. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Porto Alegre, 2005.

RAMOS, J. R. M.; MACHADO, A. T. « Música na publicidade: compondo a relação entre marca e consumidor », *Comunicação Pública* [Online], Vol.11 nº 20 | 2016, posto online no dia 30 junho 2016, consultado o 10 outubro 2018. URL: <http://journals.openedition.org/cp/1181> ; DOI : 10.4000/cp.1181

REVISTA ABRAMUS – Pablo Bispo: a trajetória de um dos autores de “Sua Cara” – ed. 34, 2017. Disponível em:<<https://www.abramus.org.br/noticias/14101/pablo-bispo-a-trajetoria-de-um-dos-autores-de-sua-cara/>> Acesso em: 10/11/2018.

SÁ, S. P. Apropriações *low-tech* no funk carioca: a Batalha do Passinho e a rede de música popular de periferia. Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos - Unisinos - Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2014.161.04>. Acesso em: 17/05/2018.

SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica. São Paulo: Brasiliense, 2005.

SILVA, F. M. As dicotomias saussurianas e suas implicações sobre os estudos linguísticos. REVELLI (Revista de Educação, Linguagem e Literatura da UEG) – v.3, n.2, Inhumas, 2011. Disponível em: <http://www.revista.ueg.br/index.php/revelli/article/viewFile/2878/1831> Acesso em: 06/06/2018.

SOUZA, N. L. M. Ação política em videocliques: Madonna, System of a Down e a Guerra do Iraque. Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

TINHORÃO, J.R. História Social da Música Popular Brasileira. Editora 34, 1988.

VIANA, L.R. O funk no Brasil: música desintermediada na cibercultura. Revista Sonora - UNICAMP - vol. 3, nº5 - Campinas, 2010. Disponível em: <http://www.publionline.iar.unicamp.br/index.php/sonora/article/view/641/614>. Acesso em: 16/05/2018.

VIGNOLI COMUNICAÇÃO LTDA – Plataforma Letras – Segredinho, Pankadon – Belo Horizonte. Disponível em: <<https://www.lettras.mus.br/pankadon/segredinho/>>. Acesso em: 10/11/2018.

YIN, R.K. Estudo de caso: Planejamento e métodos. 2ªedição. Editora Bookman, Porto Alegre, 2001.

ANEXO I

Letra da música Segredinho

Grupo Pankadon

Hoje a casa tá embrazada

Liga pro bonde da madrugada

A ousadia tá liberada

E diz que vai ter drink pra dar aquela turbinada

(Vai dar merda, hein!)

Porque a noite tá dominada

Naqueles pique, não tô entendendo nada

O nosso bonde é kamikaze

Hoje vai ser tipo filme, Se Beber Não Case

(Hmm, vai dar merda, hein!)

Ninguém sabe (ninguém viu)

Ninguém sabe (ninguém viu)

Ninguém sabe (ninguém viu)

É segredinho, hein

Ninguém sabe, ninguém viu

Ninguém sabe, ninguém viu

Ninguém sabe, ninguém viu

É segredinho, hein

Hoje a casa tá embrazada

Liga pro bonde da madrugada

A ousadia tá liberada

E diz que vai ter drink pra dar aquela turbinada

(Vai dar merda, hein!)

Porque a noite tá dominada

Naqueles pique, não tô entendendo nada

O nosso bonde é kamikaze

Hoje vai ser tipo filme, Se Beber Não Case

(Hmm, vai dar merda, hein!)

Ninguém sabe (ninguém viu)

Ninguém sabe (ninguém viu)

Ninguém sabe (ninguém viu)

É segredinho, hein

Ninguém sabe (ninguém viu)

Ninguém sabe (ninguém viu)

Ninguém sabe (ninguém viu)

É segredinho, hein

Ninguém sabe (ninguém viu)

Ninguém sabe (ninguém viu)

Ninguém sabe (ninguém viu)

É segredinho, hein

Ninguém sabe (ninguém viu)

Ninguém sabe (ninguém viu)

Ninguém sabe (ninguém viu)

É segredinho, hein

ANEXO II

Transcrição do depoimento em áudio de Pablo Bispo

“A gente tá fazendo uma parada com maior amor. Como a gente compõe e produz uma galera já grande, a gente criou uma parada que a gente se diverte pra caramba fazendo e que não precisa se expor. E aí a gente consegue várias coisas, né. Não só criticar política, ser tosco, ou criticar outras coisas, ou favorecer outros lados. Então com o Pankadon a gente tem esse rolê. A gente tá começando agora, mas a gente tá começando já com selo de gravadora. A gente tem a nossa expertise de trabalho, saca? Eu com o Serginho e Ruxell. Somos produtores da Iza, da Pablllo, de Gloria Groove, Aretuza, coisas pra Anitta também. E aí a gente já tem essa expertise de fazer uns rolês meio loucos, né. De criar algumas coisas assim tão...

Todo mês a gente vai lançar um clipe e a gente já tem assim um pensamento de fazer alguma coisa muito tosca, uma coisa muito ácida.

É meio esse rolê aí. E se precisar de qualquer coisa eu tô aqui, mano.”