

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

GRADUAÇÃO EM CINEMA

LEONAM CASAGRANDE DALLA VECCHIA

**EXPANDINDO AS FRONTEIRAS DO ÁLBUM VISUAL:
O CASO *LEMONADE* DE BEYONCÉ KNOWLES**

Florianópolis
2017

LEONAM CASAGRANDE DALLA VECCHIA

**EXPANDINDO AS FRONTEIRAS DO ÁLBUM VISUAL:
O CASO *LEMONADE* DE BEYONCÉ KNOWLES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal de Santa Catarina como parte dos pré-requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em Cinema.
Orientadora: Prof.^a Dr.^a Patricia de Oliveira Iuva

Florianópolis

2017

Monografia apresentada como parte dos pré-requisitos necessários para a obtenção do Grau de Bacharel em Cinema.

Leonam Casagrande Dalla Vecchia

Monografia apresentada em ____ / ____ / ____

Banca Examinadora:

Prof.^a Dr.^a Patricia de Oliveira Iuva
(Orientadora)
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.^a Dr.^a Alessandra Brandão
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.^a Dr.^a Ramayana Lira
Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof.^a Ms. Lorena Risse Ferreira
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer aos meus pais, Amater e Lenoir, por me darem todas as condições necessárias para que eu conseguisse chegar aonde estou hoje. Agradeço por toda a dedicação, zelo, cuidado, amor incondicional e apoio que ambos dispenderam a mim, a fim de que eu fosse capaz de concretizar os maiores sonhos. Muito obrigado!

Gostaria de agradecer, também, aos meus irmãos Leonardo e Aline, por estarem do meu lado em todos os momentos em que eu mais precisei de um amor fraterno. Muito obrigado pela preocupação, pelo amor e pelo cuidado, vocês são os meus melhores amigos.

Gostaria de agradecer aos meus amigos de faculdade, por terem compartilhado desta caminhada louca e incrivelmente enriquecedora que foi o percurso da minha graduação. João Pedro Benin, Carolina Andrade, Maria Fernanda Bin e Ingrid Gonçalves, saibam que vocês contribuíram muito para que eu fosse quem eu sou hoje, e serei eternamente grato pelo amor bonito que vocês sempre me deram. Amo vocês!

Gostaria também de agradecer às minhas amigas, Maria Paula, Sheila, Morgana, Alessandra, Marina Juliana Gonçalves e Daniela Flores pelo amor e apoio incondicionais, por me inundarem sempre de muita sabedoria e por terem estado comigo nos momentos mais difíceis. Muito obrigado, amo vocês!

Gostaria de agradecer infinitamente à minha orientadora, Patricia Iuva, por ter me ajudado tanto e tão prontamente nesta missão de escrever uma monografia como Trabalho de Conclusão de Curso. As lições que aprendi contigo ficarão gravadas em mim para sempre. Obrigado por me fazer capaz de acreditar que eu tinha capacidade e condições de realizar uma pesquisa de tamanha magnitude. Muito obrigado!

Gostaria também de agradecer a todos os professores, colegas e funcionários do curso de Cinema da UFSC, por terem contribuído de diversas maneiras em meu percurso de graduação, apontando os caminhos para a linha de chegada.

E por fim, gostaria de agradecer à Universidade Federal de Santa Catarina e ao curso de Cinema, por terem me oferecido os principais alicerces e recursos para que eu alcançasse, hoje, as condições necessárias para seguir no caminho que escolhi trilhar.

Muito obrigado.

RESUMO

O trabalho propõe a discussão dos mecanismos de produção, circulação e consumo do formato álbum-visual nas esferas industriais da sociedade pós-moderna. Tem como objetivo geral refletir sobre a possibilidade da existência de um campo autônomo do álbum visual. Para tanto, utiliza-se de um arcabouço teórico que empreende um estudo acerca da cultura pop no cenário da pós-modernidade; esboça um resgate histórico acerca das principais experimentações que se aproximam do formato; aponta aspectos produtivos e estéticos dos principais álbuns visuais contemporâneos e, por fim, realiza uma análise do álbum visual *Lemonade*, da artista e empresária Beyoncé Knowles. A metodologia empregada busca dar conta de aspectos externos e internos da obra. Em um primeiro momento empreende-se análise de aspectos contextuais de produção do álbum visual, observando os seus impactos mais significativos para a indústria do entretenimento. Após, a análise recai sobre elementos formais e constitutivos da estrutura estético-narrativa de *Lemonade*, a partir de um corpus composto pelos audiovisuais das músicas *Hold Up* e *Sorry*.

Palavras-chave: Álbum-visual. Cultura pop. Pós-modernidade. Audiovisual. Beyoncé Knowles

ABSTRACT

This work proposes a discussion about the mechanisms of production, circulation and consumption of the visual album format in the industrial spheres of postmodern society. The main goal is to reflect about the possible existence of an autonomous field for the visual album. Therefore, it uses a theoretical framework that undertakes the pop culture in a postmodern scenery; outlines a historical rescue about the most prominent experiments that reached out the studied format; points out the production aspects of the top contemporary visual albums and lastly analyzes the visual album *Lemonade*, by the artist and businesswoman Beyoncé Knowles. The methodology employed seeks to account for external and internal aspects of the work. At first, the analysis of contextual aspects of visual album production is undertaken, observing its most significant impacts for the entertainment industry. Afterwards, the analysis rests on formal and constitutive elements of the aesthetic-narrative structure of *Lemonade*, from a corpus composed by the audiovisuals of the songs *Hold Up* and *Sorry*.

Keywords: Visual album. Pop culture. Postmodernity. Audiovisual. Beyoncé Knowles

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – "Latas de Sopa Campbell" – Andy Warhol, 1962.....	18
Figura 2 – John Lennon e Ringo Starr antes de um show.....	34
Figura 3 – Paul McCartney disfarçado para se camuflar dos fãs.....	34
Figura 4 – Os <i>Beatles</i> correm pelas ruas de Londres.....	35
Figura 5 – A banda inglesa se apresenta em um concerto.....	35
Figura 6 – Gainsbourg e Birkin dançam sob grafismos conceituais.....	36
Figura 7 – Gainsbourg atropela a co-protagonista.....	36
Figura 8 – Estudantes incendeiam uma escola.....	38
Figura 9 – Grafismo representando a Segunda Guerra Mundial.....	38
Figura 10 – O protagonista, The Kid, no meio de um concerto.....	40
Figura 11 – The Kid e o seu interesse romântico.....	40
Figura 12 – Michael Jackson assiste a um filme no cinema.....	43
Figura 13 – Sequência de dança com zumbis.....	43
Figura 14 – Michael Jackson se apresenta em um concerto.....	44
Figura 15 – Grafismos em 2D presentes na antologia <i>Moonwalker</i>	44
Figura 16 – Grafismos conceituais de <i>ODDSAC</i>	50
Figura 17 – Cena conceitual de um personagem derretendo-se em tinta.....	50
Figura 18 – Kanye West carrega a fênix nos braços.....	51
Figura 19 – A personagem-fênix explora a casa de West.....	51
Figura 20 – Jovens chegam à ilha altamente protegida.....	53
Figura 21 – Plano fechado do rosto de um dos jovens.....	53
Figura 22 – Indicados ao 2016 MTV Video Music Awards para o prêmio "Breakthrough Long Form Video".....	55
Figura 23 – Capa do álbum visual <i>Lemonade</i>	68
Figura 24 – Título do primeiro capítulo (Intuição).....	69
Figura 25 – Título do segundo capítulo (Negação).....	69
Figura 26 – Título do terceiro capítulo (Ira).....	70
Figura 27 – Título do quarto capítulo (Apatia).....	70
Figura 28 – Título do quinto capítulo (Vazio).....	70
Figura 29 – Título do sexto capítulo (Prestação de Contas).....	70
Figura 30 – Título do sétimo capítulo (Reformação).....	70
Figura 31 – Título do oitavo capítulo (Perdão).....	70
Figura 32 – Título do nono capítulo (Ressurreição).....	71

Figura 33 – Título do décimo capítulo (Esperança).....	71
Figura 34 – Título do décimo primeiro capítulo (Reformação).....	71
Figura 35 – Tela de créditos do álbum visual, no qual mostra os diretores criativos de <i>Lemonade</i>	72
Figura 36 – Manchetes de jornais e portais de notícia online enaltecendo o disco visual e a figura de Beyoncé.....	75
Figura 37 – Beyoncé esconde-se sob um casaco.....	82
Figura 38 – Beyoncé se lança do alto de um prédio.....	82
Figura 39 – Beyoncé mergulha logo após jogar-se do alto de um prédio.....	83
Figura 40 – Título que apresenta o capítulo da Negação.....	83
Figura 41 – Beyoncé despe-se do casaco preto, flutuando em um quarto repleto de água.....	84
Figura 42 – Beyoncé olha a si mesma deitada na cama.....	84
Figura 43 – A Beyoncé que está deitada liberta-se da cama e flutua.....	85
Figura 44 – Beyoncé reza.....	85
Figura 45 – Beyoncé grita silenciosamente.....	85
Figura 46 – Plano-detulhe de uma bíblia flutuando no recinto.....	85
Figura 47 – Beyoncé reza.....	86
Figura 48 – Beyoncé flutua em direção à saída.....	86
Figura 49 – Beyoncé abre as portas e expulsa toda a água do interior.....	87
Figura 50 – Beyoncé desde as escadas.....	87
Figura 51 – Beyoncé caminha pela cidade cinematográfica.....	88
Figura 52 – Beyoncé caminha pela cidade cinematográfica.....	88
Figura 53 – Comparação entre as cenas de destruição performadas por Beyoncé em “Hold Up” e as performadas pela artista suíça Pipilotti Rist em sua vídeo-instalação “Ever is Over All”.....	89
Figura 54 – Beyoncé com uma expressão intensa, enquanto explosões ocorrem em suas costas.....	90
Figura 55 – Beyoncé destruindo uma vitrine com o seu bastão, enquanto explosões ocorrem em suas costas.....	90
Figura 56 – Beyoncé golpeando um hidrante com o seu bastão.....	91
Figura 57 – Beyoncé dançando sob a chuva.....	91
Figura 58 – Beyoncé canta em direção à câmera.....	92
Figura 59 – Beyoncé canta em direção à câmera.....	92
Figura 60 – Beyoncé prestes a destruir a câmera que filma.....	94

Figura 61 – Beyoncé passa por cima de vários carros enquanto dirige.....	94
Figura 62 – Título que introduz o capítulo da Apatia.....	95
Figura 63 – Beyoncé observa o exterior de dentro do ônibus.....	95
Figura 64 – Mulheres com pinturas tribais africanas dançam no interior do ônibus.....	95
Figura 65 – Plano frontal da mansão sulista, com limoeiros nos lados.....	96
Figura 66 – Plano da varanda da mansão.....	96
Figura 67 – Mulheres sentadas no interior da mansão.....	96
Figura 68 – Serena Williams desce as escadas.....	96
Figura 69 – Williams dança nos corredores da mansão.....	97
Figura 70 – Beyoncé canta sentada em uma poltrona.....	97
Figura 71 – Beyoncé performando a música em um terreno abandonado.....	99
Figura 72 – Beyoncé e as suas dançarinas com ornamentos africanos.....	99
Figura 73 – Busto da rainha egípcia Nefertiti.....	100
Figura 74 – Beyoncé faz referência à Nefertiti.....	100

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
CAPÍTULO 1 – CULTURA POP.....	15
CAPÍTULO 2 – O LUGAR DO ENTRE.....	29
2.1 – Antecedentes do Formato.....	31
2.2 – Contemporaneidade do Formato.....	47
CAPÍTULO 3 – ANALISANDO O ÁLBUM VISUAL: <i>LEMONADE</i> E <i>BEYONCÉ</i>.....	60
3.1 – Metodologia.....	60
3.2 – Mapas Contextuais.....	67
3.3 – Análise de <i>Hold Up</i> e <i>Sorry</i>	81
3.4 – <i>Singles versus</i> Álbum Visual.....	103
CONCLUSÃO.....	107
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	109

Introdução

Ao deparar-me com o final do meu percurso na graduação em Cinema pela Universidade Federal de Santa Catarina, vislumbrei dois caminhos possíveis para a realização do meu Trabalho de Conclusão de Curso: uma das opções era realizar um filme - prática recorrente no curso em que estudei - pois todos os semestres realizávamos filmes para as disciplinas que cursávamos. Eu, portanto, estava em terreno confortável e, por mais difícil e trabalhoso que fosse a realização audiovisual, sabia que teria condições para dar início a tal modalidade de trabalho; a outra opção era me dedicar a estudar sobre algum tema e me aventurar em uma pesquisa acadêmica que propusesse uma reflexão interessante e pertinente sobre algo, possibilitando-me a abertura de novas experiências no estudo e leitura analítica de materiais e/ou práticas audiovisuais. Após algum tempo de reflexão (e imbuído da necessidade de experimentar algo novo e diferente de tudo o que eu já havia experimentado no decorrer da graduação), decidi propor a mim mesmo o desafio de realizar uma monografia, discorrendo sobre um tema que me inquietasse e me instigasse a refletir sobre o lugar da imagem audiovisual nas tessituras do mundo pós-moderno. Munido do desejo de empreender uma jornada pelo campo da pesquisa, decidi entrar em contato com inquietações que carregava dentro de mim, inquietações estas que diziam respeito sobre o impacto social, cultural, histórico e político das novas mídias na vida do ser humano pós-moderno.

A forma com que nos relacionamos com as imagens e sons que gravitam ao nosso redor nos afeta diretamente, moldam as nossas próprias identidades e ressignificam o modo com que interagimos com os objetos e sujeitos do mundo em que vivemos. As transformações socioculturais, políticas e estéticas proporcionadas pelas novas plataformas e redes de informação – através da internet, por exemplo – constituem terrenos férteis e passíveis de reflexões extremamente pertinentes sobre como se dão as relações de produção, circulação, recepção e consumo de produtos audiovisuais no cerne de um mundo globalizado e em constante transformação.

Destas inquietações nasceu o desejo latente de analisar mais a fundo de que maneira estas práticas características da pós-modernidade afetam o espaço cultural e simbólico deste recurso, decidi explorar a maneira com que essa forma de expressão e as novas plataformas de mídia digital dialogam e produzem convergências entre formatos híbridos, os quais, por sua vez, ampliam o escopo das dimensões audiovisuais em sua constituição formal, estética e narrativa.

Partindo destes pressupostos, concentro-me no diálogo entre duas grandes paixões pessoais: a música pop e o audiovisual. É a partir da observação cruzada entre esses dois campos que o tema surge e inúmeros questionamentos começam a se delinear; em especial aqueles referentes à constituição e/ou indefinição do formato álbum visual e a rede de sentidos e significados culturais, estéticos e produtivos que o mesmo desencadeia no cenário das plataformas digitais. Trata-se de um produto cultural que ressurgiu no âmbito das experimentações artísticas e busca consolidação no *mainstream* da cultura pop como uma "nova"/alternativa forma de consumo de música em conjunto com o audiovisual.

De uma maneira geral, o *álbum visual* se caracteriza por ser um produto híbrido, que nasce da intersecção entre as indústrias fonográfica e cinematográfica e que culmina com a circulação/consumo na indústria do entretenimento, apontando um novo caminho para formas de se produzir e consumir produtos que poderiam ser consumidos separadamente. A convergência da música com imagens já se consolidou no que conhecemos como o campo do videoclipe (BARRETO, 2005), mas hoje se reencontra com uma perspectiva oriunda de experimentações em torno do que se chamou álbum visual, lá pelas décadas de 70 e 80. Tal perspectiva, diferentemente do videoclipe, engloba não apenas uma música promocional, mas o álbum fonográfico inteiro, permitindo que o consumo de um disco de aproximadamente 12 faixas sonoras se constitua numa experiência imersiva e expansiva audiovisualmente.

Ao optar por traçar um percurso de análise do produto álbum visual, algumas reflexões despontam como necessárias a fim de se estabelecer um contexto geral para a pesquisa. Assim sendo, este trabalho acadêmico se propõe a compreender como se dão as relações de produção, circulação e consumo do álbum visual e de que maneira o mesmo congrega esferas de diferentes campos e as hibridiza na constituição de uma forma de expressão audiovisual com características estruturais, narrativas, estéticas e estilísticas próprias. Com o horizonte deste objetivo geral, realizei um recorte específico sobre meu objeto empírico (o álbum visual) *Lemonade*, da artista norte-americana Beyoncé Knowles.

Os meus questionamentos acerca deste novo formato híbrido iniciaram nos meses que antecederam o lançamento de *Lemonade* no mercado mundial. Eu sabia que Beyoncé, com o seu álbum antecessor, lançado em 2013, já havia experimentado caminhos possíveis para a audiovisualização de seu álbum fonográfico, tendo lançado videoclipes de todas as faixas para o seu disco autointitulado. Desse modo, eu já vislumbrava em Beyoncé uma mulher disposta a mergulhar em experimentações diferentes das já consolidadas pelo *mainstream pop*, e vislumbrei na artista caminhos possíveis para que um novo modo de produção e consumo de música – que congregasse aspectos audiovisuais também – se tornasse possível em uma indústria tomada pela lógica fragmentada e veloz proposta pela audiovisualidade dos *singles*.

Quando *Lemonade* foi lançado no mercado, percebi que o álbum visual ia de encontro à maioria das minhas inquietações, e que a obra carregava em si não só aspectos importantes para a consolidação de uma narrativa pop, mas também trazia consigo pertinentes discussões político-sociais em sua narrativa. Portanto não só *Lemonade* era entremeado por relações de produção, circulação e consumo que me interessavam, mas também trazia em si discussões importantes para o contexto social do mundo, questionando a forma como as identidades negras e femininas são subjugadas pela hegemonia branca e patriarcal da sociedade em que vivemos.

Para a incursão de análise sobre o objeto de estudo e o *corpus* selecionado, é de extrema importância que não se reflita apenas acerca dos elementos estéticos e estruturais que compõem o álbum visual, mas sim empreender uma reflexão macro contextual, pontuando aspectos acerca das condições de produção, estratégias de circulação e de consumo que reverberam na constituição de diferentes escolhas dos/nos projetos criativos.

Nesse sentido, os primeiros passos teóricos que lanço buscam estabelecer as bases da lógica pós-industrialista que sedimentam os produtos culturais e simbólicos que nos interessam. Assim, discorreremos primeiro sobre as definições conceituais de pós-modernidade, para depois caminhar pelo importante movimento de questionamento das noções de consumo e cultura problematizados pela perspectiva da *pop art* e delimitar, através de articulações dos pensamentos de Thiago Soares (2015), Featherstone (1995), Lippard (1998) e João Freire Filho (2003), parâmetros teóricos que possam definir de que modo a cultura de consumo opera na sociedade contemporânea sob a égide de uma lógica mercadológica. Fundamentar e explicar sobre as influências da Cultura Pop, portanto, é o primeiro passo para entendermos de que modo as posteriores relações entre os diferentes campos se constituem audiovisualmente e culminam convergentes na indústria do entretenimento.

Logo em seguida realizarei um resgate histórico do formato álbum visual, trazendo à tona as primeiras experimentações nos terrenos dessa possibilidade expressiva, explicitando de que forma a televisão participou ativamente na constituição de um campo autônomo do videoclipe e que fatores podem estar contribuindo para um campo do álbum visual em processo de consolidação. Percorrendo os meandros de artistas e bandas que se lançaram na produção audiovisual e musical concomitantemente, estabelecerei os movimentos iniciais deste produto cujo formato híbrido é marca característica, e como estas primeiras experiências foram importantes na sedimentação das características estruturais, narrativas e estéticas que se encontram presentes na contemporaneidade do formato.

Após o resgate histórico, trarei alguns exemplos atuais que reforçam a ideia de que a existência de um campo autônomo para o álbum visual começa a se delinear, talvez, a partir do *mainstream* da cultura pop, trazendo para a reflexão artistas que expandem as experiências

imersivas em seus trabalhos conceituais e constroem caminhos para uma nova forma de se pensar uma narrativa pop através da hibridização do álbum e do audiovisual em um produto constituído no espaço do entre-lugar. O lugar do entre, portanto, é o caminho natural de pesquisa, que vai estabelecer as principais características estéticas e narrativas para a consolidação de um formato que está se reinventando e sinalizando novas possibilidades.

Por fim, partiremos para a análise estética do álbum visual selecionado como objeto empírico para este estudo: *Lemonade* (2016), de Beyoncé Knowles. Num primeiro momento, trago elementos que demonstram sua importância social, política e cultural para a consolidação do formato álbum visual no contemporâneo, analisando desde o seu contexto de produção, até o modo como foi recebido pela crítica especializada, pelos fãs e pela mídia. Além disso, também saliento de que forma as diferentes práticas de consumo deste produto afetam diretamente a lógica mercadológica inerente à sociedade que o circunda. Realizaremos, portanto, uma análise externa contextual do álbum visual *Lemonade*, bem como análise interna dos aspectos formais, narrativos e estéticos de dois *singles* retirados do mesmo: "Hold Up" e "Sorry". A fim de empreender esse exercício de analítico, a metodologia utilizada opera com conceitos propostos por Soares e Janotti (2008), os quais partam da canção popular massiva como modo de ir ao encontro das imagens propostas no produto audiovisual. Desse modo, os conceitos de "contrato visual" (SOARES; JANOTTI, 2008), "versos gancho" (VERNALLIS *apud* SOARES; JANOTTI, 2008) e "ganchos visuais" (GOODWIN *apud* SOARES; JANOTTI, 2008) formam o arcabouço das categorias teórico-analíticas. Iremos refletir, também, de que forma a construção simbólica da imagem de Beyoncé dialoga com os sistemas de produção, circulação e consumo deste produto cultural nos meandros da indústria do entretenimento, para que todos os aspectos que envolvam o objeto empírico e o *corpus* do trabalho sejam levados em consideração.

Ao fim deste trabalho, o objetivo é que possamos refletir sobre a constituição híbrida do produto denominado álbum visual, e de que maneira esta constituição afeta diretamente o modo como ele é produzido/criado, percebido e consumido pelas instâncias de legitimação/reconhecimento na indústria. É intenção deste estudo que a análise contextual do cenário social e cultural, bem como análise de aspectos estético-narrativos do objeto possam delinear parâmetros que sirvam, posteriormente, como indícios suficientes para considerar a delimitação de um campo autônomo de estudo que dê conta, ainda mais, das suas particularidades estilísticas, estruturais, narrativas, estéticas e produtivas.

Capítulo 1

Cultura POP

O álbum fonográfico visual - objeto de estudo deste trabalho - é um produto cultural com especificidades e características identificáveis ao seu formato, o qual está inserido em uma sociedade pós-industrial cujas relações de produção e consumo são bastante complexas. Essas relações de produção e consumo orientam as experiências pós-modernas, interconectando-as e entrelaçando as fruições individuais em meio ao turbilhão de imagens e sentidos que permeiam as plataformas culturais. Dotado de valores simbólicos diversos, o produto cultural aqui estudado requer uma análise em dois níveis: micro, a fim de elucidar os elementos de composição estética e narrativa, e macro, buscando no contexto sócio-histórico as bases fundantes da cultura de consumo pós-industrial que opera sua circulação (procurando trazer à tona o papel crucial da cultura pop para o estabelecimento - e sedimentação - de determinadas práticas na atualidade pós-moderna).

Portanto, não podemos iniciar uma reflexão apropriada sobre o objeto de estudo - a natureza do seu formato, seus atributos estéticos e os dispositivos de produção e consumo - sem antes discorrer brevemente sobre alguns aspectos importantes acerca do contexto histórico e social no qual este objeto emerge, circula e se desenvolve plenamente.

No âmbito de uma sociedade pós-moderna em constante transformação, falar sobre um produto inerentemente popular é um desafio, haja vista que importantes teorizações já foram feitas nos campos de estudos sociológicos, antropológicos e históricos sobre o assunto. Não há como descolar o produto pop do seu contexto, afinal, em seu próprio significado intrínseco há a noção de que o objeto é o resultado direto de uma complexa rede de relações sociais e econômicas - relações estas que se estabelecem em vários níveis e esferas do microcosmo social - que, construídas em conjunto, tecem as fundações de uma indústria essencial para a manutenção de identidades sociais e privadas.

Buscaremos aqui recorrer às principais teorizações sobre a cultura pop - como surge; o que é; como se configura nos dias atuais e quais são as experiências de produção e consumo que tornam este campo de estudo indissociável do objeto sobre o qual falaremos adiante.

Pensar a cultura pop é, portanto, pensar na história do nosso próprio corpo social, sobretudo sobre os caminhos que levaram a humanidade a chegar aonde chegou, com as características específicas que as definem como tal. No fim das contas, o que se define como produto pop é consequência direta de transformações históricas importantíssimas, que trouxeram conceitos de arte, estética e cultura para níveis da massa mais marginalizada da

sociedade, permitindo que noções antes compartilhadas apenas entre estetas e críticos da alta-cultura pudessem ser distribuídas entre a massa popular multiforme das sociedades-marginais em ascensão.

A cultura pop nasce no bojo de transformações sociais importantes para o mundo pós-moderno; transformações que englobam esferas econômicas, artísticas, acadêmicas, científicas e de classes sociais que buscam - através de teorizações e experiências empíricas - derrubar uma série de conceitos, teorias e análises presentes no arcabouço do movimento modernista. Institucionalizado na academia e no seio social, o modernismo vai aos poucos sendo derrubado por teóricos curiosos pelo despontar no horizonte de novas formas de se experimentar o mundo através de um movimento denominado, por muitos teóricos e cientistas sociais, de movimento pós-modernista ou pós-moderno. Como afirma Mike Featherstone (1995, págs. 29-30):

O pós-modernismo é relevante para um leque amplo de práticas artísticas e disciplinas nas humanidades e ciências sociais porque dirige nossa atenção para mudanças que vêm ocorrendo na cultura contemporânea. Essas mudanças podem ser compreendidas em termos de mudanças na esfera cultural mais ampla, envolvendo os modos de produção, consumo e circulação de bens simbólicos, que podem ser relacionadas com as mudanças de caráter mais abrangente nas balanças de poder e nas interdependências entre grupos e frações de classe nos níveis intra-social e intersocial.

Através de articulações dos pensamentos de Walter Benjamin, Baudrillard e Jameson, podemos encontrar características mais selvagens na conceituação do pós-modernismo:

Essas teorias enfatizam a ausência de mediações, as intensidades, a sobrecarga sensorial, a desorientação, a liquefação de signos e imagens, a mistura de códigos (hibridismos), os significantes desconexos ou flutuantes da cultura de consumo pós-moderna "sem profundidade", na qual a arte e a realidade trocaram de lugar numa "alucinação estética do real". (FEATHERSTONE, 1995, p. 44)

Em outras palavras, o movimento pós-modernista pode ser lido a partir de significados um tanto quanto abstratos e, porque não, confusos. Não há um consenso geral sobre o que pode ser descrito como pós-moderno, tendo em vista que se trata de um movimento em pleno desenvolvimento. A busca por teorizações e sentidos caminha por labirintos complexos e encontra teóricos diversos tentando explicar um termo (movimento) que, em seu próprio nascimento, parece ser inexplicável pela linguagem das palavras.

A pós-modernidade é um conceito que caminha aos tropeços, pois é uma noção que ainda não foi capaz de ser formulada de modo satisfatório pela academia. Em cada campo de estudo há uma noção diferente sobre este termo e os seus efeitos conceituais em cada um deles, dependendo de qual enfoque cada esfera social emprega aos movimentos iniciais de um pós-modernismo globalizado.

Focando nos campos de estudo culturais e artísticos, nós podemos falar sobre uma noção de pós-modernidade mais ou menos engendrada por teóricos curiosos pelas novas formas culturais que começavam a se alastrar pelo corpo social da contemporaneidade.

Nesses campos o termo foi usado pela primeira vez nas décadas de sessenta e setenta, para sugerir um movimento para além do modernismo literário e artístico, que se acreditava ter chegado tanto à sua exaustão formal como ao final de seu impulso contestador e vanguardista, por meio de sua canonização nas academias, museus e galerias de arte. (FEATHERSTONE, 1995, p. 56)

Em resposta direta aos movimentos modernistas de institucionalização da arte, a pós-modernidade veio atacar esta forma de criação, construindo novas noções estéticas e estilísticas para os anseios de um grupo de pessoas insatisfeitas com os retrocessos representados pela modernidade no bojo de discussões artísticas e culturais da contemporaneidade.

Dentre as principais contribuições pós-modernistas na esfera das artes estão: "a abolição entre arte e vida cotidiana; a derrocada da distinção hierarquizada entre alta-cultura e cultura de massa/popular; promiscuidade estilística, favorecendo o ecletismo e a mistura de códigos; a hibridização das artes; a celebração da "ausência de profundidade" da cultura" (FEATHERSTONE, 1995, p. 25), entre outros aspectos interessantes e que podem nos ajudar a construir uma noção mais precisa do que o pós-modernismo representou para os grupos culturais e artísticos da época, e que nos ajudam a formular melhor que tipos de transformações se mantêm intrínsecas no modo atual de se consumir a cultura pop.

A partir do pós-modernismo artístico e cultural, podemos pensar no cenário ideal para o surgimento de vários outros movimentos oriundos, essencialmente, das noções pós-modernistas vistas anteriormente. Esta ruptura com as formas de arte institucionalizadas e esta abolição entre a alta-cultura e a cultura de massa fez com que houvesse uma reviravolta nas noções estéticas e estilísticas, no modo como se compreendiam as formas de arte pós-modernas. Foi no bojo do pós-modernismo que várias concepções sobre cultura pop surgiram, disseminadas principalmente por um movimento artístico conhecido na história por trazer a arte erudita para o centro de uma lata de sopa Campbell.

A defesa do popular traduz uma atitude artística adversa ao hermetismo da arte moderna. Nesse sentido, a "pop art" operava com signos estéticos de cores massificados pela publicidade e pelo consumo, usando tinta acrílica, poliéster, látex, produtos com cores intensas, fluorescentes, brilhantes e vibrantes, reproduzindo objetos do cotidiano em tamanho consideravelmente grande fazendo referência a uma estética da sociedade de consumo. (LIPPARD, 1998, p. 16)

Movimento surgido no final dos anos 50 no Reino Unido e nos Estados Unidos, tendo como principal expoente Andy Warhol, a *pop art* foi um dos primeiros movimentos a instalar

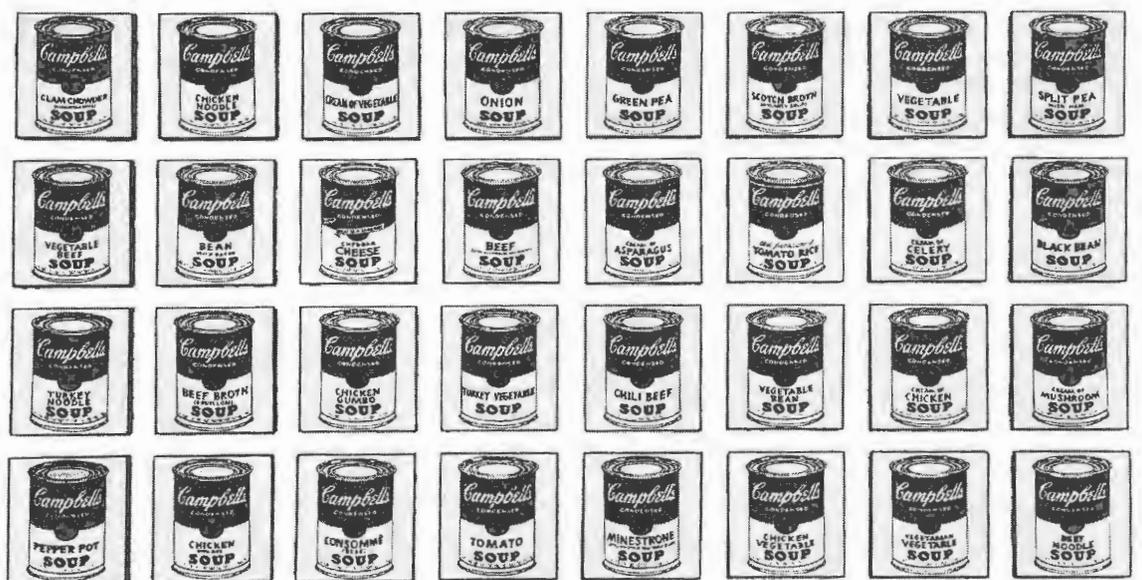
as noções de sociedade de consumo; estética do consumo e cultura das massas em obras de arte físicas, representantes imagéticas destes anseios antes encerrados em discursos abstratos de significação incompleta. "A arte pop propunha ranhuras a partir dos encontros entre artes visuais para além das clivagens tradicionais entre arte erudita e produtos midiáticos." (JEDER JANOTTI JUNIOR). Se antes o pós-modernismo artístico sofria por não conseguir compreender as suas próprias características intrínsecas, a *pop art* veio como ferramenta indiscutível para a absorção de noções pós-modernistas pelas obras de arte, em um movimento cultural que trazia a arte para o meio do povo e para as suas próprias experiências sensoriais de mundo e sociedade. Segundo Mike Featherstone (1995, pp. 63-64):

Na década de 60, tivemos tentativas (...) mais radicais de abolir as fronteiras entre arte e vida cotidiana, de resistir à transformação da arte em objeto-mercadoria de museu (...) Essa ênfase na sensação, na qualidade imediata e primária do figurado em oposição ao discursivo, levou à caracterização da estética pós-moderna como uma estética do corpo (...) A arte está em toda a parte: na rua, no lixo, no corpo, no happening. Não há mais uma distinção válida possível entre a arte elevada e a arte popular de massa. (...) O pós-modernismo desenvolve uma estética da sensação, uma estética do corpo que enfatiza a ausência de mediações e a irreflexividade dos processos primários (...) não só no corpo, mas também na paisagem degradada da cultura de massa. Disso decorre o surgimento da *pop art* na década de 60 e sua caracterização como ruptura cultural associada ao surgimento da contracultura.

A partir da *pop art*, noções antes diluídas em conceitos abstratos pós-modernistas e as suas implicações nas próprias experiências sociais, emergiram para a superfície de uma contemporaneidade em ebulição artística e cultural. A *pop art* trouxe para o centro de discussões teórico-sociais as primeiras sementes de um sistema pós-industrial de consumo cultural, em que os bens simbólicos e culturais ganhavam conotações industriais e capitalistas em uma sociedade banhada por novas concepções de cultura. De acordo com Thiago Soares (2015, p. 20):

Estávamos diante de um momento histórico em que a discussão implantada era a da existência de uma estética das massas, tentando achar a definição do que seria a cultura pop (...) Temos, então, no contexto da língua inglesa, o "pop" como o "popular midiático" em consonância com os ecos das premissas conceituais da "pop art". Estas aproximações norteiam o uso do "pop" e também fazem pensar que a principal característica de todas as expressões é, deliberadamente, se voltar para a noção de retorno financeiro e imposições capitalistas em seus modos de produção e consumo.

Figura 1 - "Latas de Sopa Campbell" – Andy Warhol, 1962



Fonte: Site Oficial do Museu de Arte Moderna em Nova Iorque

Portanto, podemos pensar em uma lógica industrial e capitalista no seio de uma esfera cultural em plena transformação, em que produtos populares, no sentido de orientados para o que podemos chamar de grande massa, “grande público”, são produzidos dentro de premissas das indústrias de cultura (televisão, cinema, música, etc.). Desse modo,

O debate se faz oportuno na medida em que se desenha uma tentativa de compreensão das particularidades sonoras e imagéticas em produtos e performances que encenam modos de viver, habitar, afetar e estar no mundo. A cultura pop estabelece formas de fruição e consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afetos e afinidades que situam indivíduos dentro de um sentido transnacional e globalizante. (BENNET, 2000; REGEV, 2013; SHUKER, 1994 *apud* SOARES, 2015, p. 22)

Neste sentido podemos pensar na cultura pop como uma estética das identidades plurais dentro de um corpo social heterogêneo e multiforme. As grandes massas deixam-se afetar pelos produtos da indústria cultural como forma de pertencerem a uma noção globalizante de identidades sociais, econômicas, sensoriais, midiáticas e imagéticas de seu próprio universo de sensações. Estas noções de pertencimento e comunidade são importantíssimas para a dimensão popular da cultura, tendo em vista que as balanças de poder se equilibram quando as massas regem as relações de produção e consumo da indústria da qual fazem inerentemente parte. Nas palavras de João Freire Filho (2003, p. 72):

¹ <https://www.moma.org/collection/works/79809?locale=en>

De uma forma ou de outra, estamos todos envolvidos no projeto de construção e manutenção de uma aparência, de uma imagem, de um estilo, ao mesmo tempo particular e socialmente desejável. Numa conjuntura histórica habitualmente conceituada como tardo moderna, neomoderna ou pós-moderna, temos consciência de que nossas disposições corporais, a maneira como articulamos nosso discurso, nossas opções de férias e lazer, nossas preferências em termos de música, cinema, TV, roupa, comida, qualquer objeto ou expressão cultural submetido a julgamento de gosto, serão avaliados como principais indicadores de nossa personalidade, de nossa individualidade.

A cultura pop nada mais é, portanto, do que uma série de mecanismos sociais que afetam diretamente a lógica da produção industrial capitalista - mecanismos estes que perpassam esferas artísticas, mercadológicas e culturais - e que produzem, em consequência, um capital simbólico sobre os produtos culturais que carregam em si signos e estéticas de consumo. A importância dos produtos recai menos sobre seus fins específicos, e muito mais sobre a carga de significações diversas (e não físicas) presentificadas através das mais variadas experiências de consumo das identidades sociais contemporâneas e experiências de produção pelas diversas indústrias de produção cultural e midiática. Cabe salientar,

(...) que, nas abordagens dos Estudos Culturais, considera-se os fruidores/consumidores da cultura pop não só como agentes produtores de cultura, mas também intérpretes desta. Os sujeitos dentro do contexto da cultura pop interpretam, negociam, se apropriam de artefatos e textos culturais ressignificando suas experiências. Descortina-se a questão de que produtos/performances/artistas da cultura pop ajudam a articular normas de diferenciação dentro dos contextos contemporâneos, a partir de aportes como raça, gênero, faixa etária, classe social, entre outros, e acabam sendo forjados em função das premissas do capitalismo. (KLOSTERMAN, 2004; WEISBARD, 2004 *apud* SOARES, 2015, p. 22)

Sendo assim, a cultura pop é a democratização dos gostos, das identidades pós-modernas, de nichos subculturais que ganham espaço na ótica "massificada" do capitalismo tardio. O povo participa ativamente das relações de poder na pós-modernidade: o povo produz os significados e consome a cultura, atribuindo sentidos outros aos objetos segundo as suas próprias experiências de sensibilidade estética e fruição sensorial. Perder-se na trama de significantes esquizofrênicos da cultura popular contemporânea faz parte do viver o mundo das imagens - múltiplo em sensações idiossincráticas de cada sujeito como identidade única e, ao mesmo tempo, múltipla e global. Segundo Fábio Fonseca de Castro (2015, p. 37):

A tese de Chambers, 1986, é de que o processo de enriquecimento e de organização das bases do Estado do bem-estar social no pós-guerra permitiu que as juventudes das classes trabalhadoras tivessem capital suficiente para participar da cultura de consumo capitalista e, em função disso, passassem a usar ativamente os bens culturais e a moda para construir um sentido identitário próprio e para demarcarem sua identidade pública. Chambers compreende o fenômeno pop como uma "democratização" do gosto, associando-o à variedade de subculturas e de nichos culturais que passam a ganhar espaço desde os anos 1960 (...) A marca central da cultura pop seria o seu

caráter imediato e efêmero, sua pouca duração, sua momentaneidade e a sua quotidianidade.

Espelhando-se no contexto histórico no qual surgiu a cultura pop, avançamos no tempo para tentar formular um contexto atual desta cultura, inserida em uma contemporaneidade muito mais esquizofrênica e imagética do que a experienciada nos primeiros acordes do seu nascimento em meio à década de 60. Pensar a cultura pop a partir dos anos 2000, portanto, é pensar na própria evolução da tecnologia, num sentido amplo do termo. Não podemos refletir sobre o produto popular se não refletirmos sobre como a era digital moldou o que conhecemos hoje como a indústria cultural, em que a internet - como plataforma mundial de trocas de experiências diversas - ganha papel de destaque nas relações de produção e consumo de bens culturais simbólicos.

A rede mundial de computadores - ou a Internet - deu os seus primeiros passos em meados da década de 60. Na aurora dos seus primeiros empreendimentos no mundo, a Internet não realizava nem um terço do que ela é capaz de realizar nos dias atuais - menos de seis décadas depois do seu surgimento. "De 2000 a 2009, o número de usuários da rede mundial de computadores no mundo subiu de 394 para 1,858 bilhão. Em 2010, 22% da população mundial tinha acesso a computadores com 1 bilhão de buscas no Google todos os dias, 300 milhões de usuários de internet lendo blogs e sites de notícias diversos e 2 bilhões de vídeos sendo assistidos diariamente no YouTube." (KAMIS, 2011, tradução nossa)²

A cultura pop atual, portanto, não pode ser descolada do intenso processo de expansão tecnológica da sociedade contemporânea pós-moderna. Se antes o consumo cultural podia ser entendido como passivo (embora nunca tenha sido), hoje o consumo é extremamente ativo e nos coloca em maior *status* nas estruturas de poder globais, dando-nos ferramentas importantíssimas para o deslocamento de identidades e fruições sensoriais no mundo. "A internet coloca o passado remoto e o presente exótico lado a lado. Igualmente acessíveis, eles tornam-se a mesma coisa: distante, porém perto; Velho e também agora." (REYNOLDS, 2011, p. 85 *apud* CONTER, TELLES, ARAUJO, 2015, p. 94)

Gosto de pensar a configuração atual da cultura pop através de um conceito trazido por Simon Reynolds para as discussões na esfera da cultura pop em conjunto com as noções digitais da presente era. Com o conceito de Retromania, Reynolds defende a ideia de um "achatamento" do tempo: "Ao invés de estarmos em um presente que é tanto o acúmulo do passado como a linha de fuga para o futuro (...) vivenciamos o presente, o passado e o futuro, ocorrendo

² <http://www.antaraneews.com/en/news/71940/google-earth-demonstrates-how-technology-benefits-ris-civil-society-govt>

paralelamente no mesmo plano. O acesso fácil à memória cultural da nossa sociedade fez com que o tempo "escapasse", não para trás (em direção ao passado), e sim "para os lados."

Ou seja, com o conceito de Retromania, Reynolds acredita que com a tecnologia da internet, as memórias culturais e artísticas de toda a sociedade são vividas ao mesmo tempo, em um mesmo espaço, dentro das mesmas condições de reprodução e consumo. O que se percebe na cultura popular atual é a reutilização de uma série de signos e imagens que fazem parte da história cultural do mundo, e que, com o suposto "esgotamento" da criatividade artística, seria a forma atual de produção e consumo da cultura. Para Reynolds (*apud* CONTER, ARAÚJO, TELLES, 2015, p. 95):

Se há uma diferença essencial para os criadores culturais da década de zero (2001-2010), é o acesso à informação que a internet permitiu, a quantidade enorme de armazenamento dos discos rígidos e a capacidade de compressão de dados, que exponenciam os dois primeiros diferenciais. Por vias legais, ilegais e gratuitas, é possível acessar praticamente toda a história cultural na internet (digitalizada, é claro). Assim, quem ouviu, leu ou assistiu música, literatura e cinema na década de zero teve acesso a todo tipo de estilo dos artefatos culturais. As coisas se achataram: não só por causa da textura que a codificação imprime na imagem analógica que converteu em dígitos (...) mas também pela redução das distâncias. Para, por exemplo, ouvir uma música que não ouvimos há tempo, basta escrever o nome dela na busca do nosso computador, e se não a tivermos, basta fazer o mesmo no YouTube. Alguém já deve tê-la postado (...) A Retromania faz referência ao passado imediato. É o que a distingue em relação ao antiquarianismo ou à história: "(...) o fascínio por modas, costumes, músicas e estrelas que ocorreram dentro da memória vivida.

O autor complementa ainda,

Talvez possamos pensar que a Retromania é a aceitação dessa condição como um fenômeno cultural: sempre existiu uma memória da cultura pop, mas o que está sendo feito hoje em dia é a criação de um repositório digital de produtos culturais retirados de seus contextos originais e recolocados, lado a lado, desmaterializados e atemporalizados. É um fenômeno que faz mais do que atualizar o virtual da cultura pop: reatualiza imagens antes já atualizadas. (CONTER, ARAÚJO, TELLES, 2015, p. 99)

Portanto, partindo destes pressupostos, é possível dizer que a cultura pop atual passa por uma crise de sua própria identidade, um esgotamento criativo onde não há nada além de formas consagradas do passado reaparecendo exaustivamente nas atualidades do mundo. No entanto, Reynolds reforça a ideia de que, talvez, a Retromania "não seja o desenvolvimento máximo da cultura massiva, e sim um efeito inicial ou uma fase de transição para um novo modo de criação que apenas começa a engatinhar no contemporâneo". Pode-se dizer, junto com Reynolds, que as formas consagradas da cultura de massa começam a sofrer um processo de exaustão, caracterizado pela sua institucionalização como a própria expressão cultural pop. (*apud* CONTER, TELLES, ARAÚJO, 2015, p. 104)

Esta crise da criatividade pode ser culpabilizada, em muitas medidas, pelo próprio esgotamento do modelo mercantil associado à cultura, que atribui uma função a arte que talvez ela não esteja apta a alcançar. Pensando na lógica capitalista hollywoodiana, por exemplo, é natural que as empresas associadas à indústria criativa persigam o lucro acima de tudo, o que muitas vezes afeta a qualidade estética dos produtos culturais populares, exemplificando a tese de que talvez a indústria cultural esteja mesmo passando por uma crise criativa. Os produtos culturais, no seio da era digital contemporânea, acabam sendo produtos intermediários na venda e consumo de um estilo de vida específico. O filme *blockbuster* não é mais um bem simbólico em si mesmo: o filme vende uma série de outros produtos associados a ele, como bonecos de brinquedo, camisetas, mochilas, refeições em empresas de *fast food*, calçados, entre outros. O produto cultural, aqui, se torna um produto descartável, com o papel único e exclusivo de vender uma experiência que transcende a experiência cinematográfica em si, e acaba respingando em outras esferas do consumo social.

No entanto, longe de atribuir valores negativos para as experiências individuais, o meu papel aqui é propor uma reflexão acerca das novas relações de produção e consumo que coexistem hoje em dia na indústria cultural. Essas reflexões são difíceis na mesma medida em que nos despertam para a realidade da cultura pop em que estamos submersos, na qual o produto popular em essência não pode mais ser descolado da lógica comercial e consumista do capitalismo tardio. Cabe a nós, criadores ativos das experiências, ressignificar as imagens que nos são apresentadas e torná-las parte de uma fruição individual e sensorial, permitindo-nos criar a partir do já criado.

Será que não estamos flinando no platô (...) criando, recriando, transcriando novas possibilidades culturais – elogio à superfície e não à profundidade? Como a internet coloca o passado e o presente lado a lado, eles se transformam na mesma coisa: perto, mas longe, velho, mas novo. Mais do que coexistentes, eles aparentam ser de uma mesma natureza (...) Será que, para superarmos essa fase de transição retrômana em que é possível se lembrar de toda a memória, não só da cultura pop, agora teremos de aprender a esquecer? (CONTER, TELLES, ARAÚJO, 2015, p. 104)

A reviravolta criada a partir da internet trouxe uma nova forma de nos relacionarmos com a produção e com o consumo de bens culturais simbólicos. Se antes os produtos culturais eram criados de forma deliberada a partir das experiências e fruições restritas dos realizadores, hoje em dia há uma gama de diferentes experiências que afetam diretamente as produções de sentido e consumo na cultura pop atual. Nunca antes o público esteve tão envolvido nas produções artísticas como agora. É o público consumidor que dita as regras do jogo, constrói os produtos que consumirão posteriormente junto aos produtores, modelando e remodelando as experiências sociais e estéticas em imagens sensoriais do mundo que desejam ardentemente

consumir. Intrinsecamente conectada à lógica mercantil capitalista, as indústrias culturais estão atentas aos clamores populares e, para ganhar o consumidor, se aproximam cada vez mais do mundo estético experienciado pelas pessoas nas suas mais variadas formas de identidades sociais. Willis (*apud* JOÃO FREIRE FILHO, 2003, p. 76) reitera que:

O consumo é um ato de criatividade simbólica, em que os significados inicialmente codificados nos bens culturais são selecionados e recompostos de maneiras inusitadas, consoante os interesses e as linguagens do público. Nesse processo, uma prática ou um artefato cultural reputado intrinsecamente banal ou desinteressante pode – com base em sua produção no uso, dentro de relações específicas (emocionais, cognitivas, sociais) de consumo – ser julgado como de grande originalidade e relevância cultural.

As relações de produção e consumo, portanto, alteraram-se drasticamente em poucas décadas, trazendo o sujeito consumidor para o centro da produção artística, fazendo-o cocriador dos produtos que irá, posteriormente, consumir. Há uma relação intensa e profícua entre o produtor e o consumidor; relação esta que se estreita continuamente conforme a internet vai ganhando espaço nos convívios sociais e culturais.

Esta relação intensa entre produtores e consumidores - em meio ao aparato tecnocultural proporcionado pela internet - trouxe uma espécie de reorganização estrutural sistemática, que perpassa diversas esferas da cultura de consumo. Esta reorganização diz respeito às interdependências que os produtos culturais promovem entre si no seio de uma indústria cultural em constante transformação tecnológica. Um produto não é mais um produto isolado, e sim parte de uma rede de produtos outros - subprodutos do primeiro - que ganham *status* de bens culturais simbólicos por si mesmos. Muitas vezes os subprodutos de um objeto alcançam longevidade impressionante, e carregam consigo toda uma rede de significações imagéticas expansivas, que se espalham através do globo e ganham importância cultural significativa e determinada.

É o caso, por exemplo, de um álbum fonográfico. Ora consumido como um produto único, ora consumido aos pedaços, o álbum fonográfico é um ótimo exemplo para percebermos de que modo determinados bens simbólicos apresentam-se como produto “original” em certas ocasiões, e em outras ocasiões, apresentam-se como “subprodutos” do original.

Em determinado álbum existem onze canções que compõem a totalidade de um produto coeso - fechado em si mesmo - e que ganha um determinado *status* cultural quando lançado nas redes da sociedade de consumo. Para promover o álbum em questão o artista e a gravadora escolhem um *single* (música retirada de um álbum fonográfico para fins promocionais) e lançam a música nas rádios, fazem performances televisivas e pequenos shows em festivais de música. Assim, o subproduto *single* já ganha outra dimensão, diferente de quando lido enquanto

produto integrante do álbum. O *single* acaba fazendo sucesso nas rádios ao redor do mundo, e consegue alcançar maior *status* simbólico do que o compilado de canções lançado originalmente pelo artista. Poderíamos ir mais além, permitindo também mencionar o caso hipotético de que o *single* do artista seja lançado como um videoclipe, também com o intuito de divulgação promocional da música (e, por consequência, do álbum). O videoclipe, neste caso, "subproduto" da música, ganha grande *status* simbólico (assim como o *single*, quando lançado) e faz sucesso ao redor do mundo, tornando-se tão importante quanto o álbum e o *single* em si.

Estas interdependências entre produtos e subprodutos culturais, como mencionado no exemplo acima, dizem respeito a esta rede de significações expansivas imersas nas entranhas da indústria de consumo cultural; redes que dobram de tamanho quando pensamos na sua relação simbiótica com a rede mundial de computadores.

A internet é um mecanismo que possibilita esta expansão irrefreada de produtos e subprodutos culturais em suas mais variadas plataformas de transmissão de dados. Estas expansões e interdependências entre produtos são frutos da cultura da convergência, um conceito presente no livro de Henry Jenkins (2009) e que trabalha justamente com estas transformações tecnológicas e digitais que a internet trouxe para as sociedades de consumo. Conforme Jenkins conceitua em seu livro (2009, p. 43):

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disso: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final. Não haverá uma caixa preta que controlará o fluxo midiático para dentro das nossas casas. Graças à proliferação de canais e à portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares. A convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobirmos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo uma cultura da convergência.

Ainda que bastante fatalista, Jenkins não deixa de estar certo: prontos ou não, a cultura pop atual está entrelaçada com a lógica da convergência, tendo em vista que nos dias atuais os produtos populares apresentam-se para as massas em seus mais variados formatos, buscando atender uma demanda pela portabilidade da imagem e por sensações estéticas móveis. As pessoas agora não querem mais apenas experienciar a fruição estética em uma sala de cinema, ou em casa, através da televisão. Hoje a população quer consumir os produtos culturais em todos os lugares: enquanto caminha pela rua, nos pontos de ônibus, nas festas, em uma viagem de carro, etc. A internet - e principalmente a internet móvel - permitiu que experiências antes

encerradas em espaços pré-determinados, hoje possam correr livremente pelos espaços frequentados pelos sujeitos sociais, e ganhar, justamente por este motivo, novos e mais profundos significados.

No mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas (...) A circulação de conteúdos - por meios de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais - depende fortemente da participação ativa dos consumidores (...) A convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos pela rede. (JENKINS, 2009, pp. 29-30)

É através desta cultura da convergência que outro aspecto interessante da cultura pop vai se desenhando no arcabouço de teorizações sobre os produtos culturais de consumo, que vai conceitualmente ao encontro do objeto de estudo deste trabalho.

A cultura da convergência - financiada em muitos aspectos pela globalização do mundo - cria condições para o surgimento de um dos aspectos mais emblemáticos da cultura pop atual: os hibridismos. "Na pós-modernidade, evidenciam-se os hibridismos culturais, os descentramentos da identidade e, ao mesmo tempo, a heterogeneidade da cibercultura, que pode ser revelada a partir das comunidades virtuais." (SOUSA CUNHA, 2012, p. 167)

A hibridização é um conceito que permeia todos os textos acadêmicos sobre cultura e sociedade de consumo - e, no entanto, não nos permite inferir apropriadamente os seus significados específicos em cada campo de estudo. Na esfera cultural, no entanto, podemos desenhar certas características que se entrelaçam com certas características dos produtos culturais na sociedade de consumo: adaptações que dialogam entre si através dos mais variados suportes digitais e que transformam livros em filmes; filmes em histórias em quadrinhos; ambos em experiência social massificada; experiência social massificada em produtos de marketing; histórias em quadrinhos em filmes; roteiros cinematográficos em livros e livros que ganham vídeos no YouTube para qualquer pessoa do mundo assistir na tela do seu computador: estas são as simbioses que acontecem entre os formatos estéticos e os suportes digitais na cibercultura da internet. Willis (*apud* João Freire Filho, 2003, 76) reitera que

(...) o consumo é um ato de criatividade simbólica, em que os significados inicialmente codificados nos bens culturais são selecionados e recompostos de maneiras inusitadas, consoante os interesses e as linguagens do público. Nesse processo, uma prática ou um artefato cultural reputado intrinsecamente banal ou desinteressante pode - com base em sua produção no uso, dentro de relações específicas (emocionais, cognitivas, sociais) de consumo - ser julgado como de grande originalidade e relevância cultural.

Adicionando palavras no que foi dito por Willis, uma prática ou um artefato cultural pode - através de sua produção, reprodução, retroprodução e uso, dentro de relações específicas (emocionais, cognitivas, sociais e, porque não, econômicas) - ser julgado e refeito nas entranhas da sociedade de consumo pós-moderna. A hibridização, em essência, diz respeito a isso: à transformação e reapropriação de símbolos e sentidos, em consequência direta das relações de produção e consumo que interligam os realizadores com os consumidores, em uma simbiose de identidades promovida pela cultura pop no cerne do consumo digital. Como conceituado por Teixeira Coelho em seu Dicionário Crítico de Política Cultural:

A hibridização refere-se ao modo pelo qual modos culturais ou partes desses modos se separam de seus contextos de origem e se recombinaem com outros modos ou partes de modos de outra origem, configurando, no processo, novas práticas. (...) A hibridização não é mero fenômeno de superfície que consiste na mesclagem, por mútua exposição, de modos culturais distintos ou antagônicos. Produz-se de fato, primordialmente, em sua expressão radical, graças à mediação de elementos híbridos (orientados ao mesmo tempo para o racional e o afetivo, o lógico e o alógico, o eidético e o biótipo, o latente e o patente) que, por transdução, constituem os novos sentidos num processo dinâmico e continuado. (COELHO, 1997, p. 125-126)

Portanto o hibridismo - trazendo para o campo dos produtos culturais - é solutar e libertador na medida em que possibilita relações simbióticas entre produtos de natureza diferentes que residem na mesma esfera cultural. É através deste mecanismo cultural que bens simbólicos são ressignificados no bojo de suas relações de produção e consumo, e são tornados plurais na medida em que são experienciados de maneiras diferentes pelos diversos sujeitos que habitam o universo da cultura pós-moderna.

"Nas artes, a mistura de técnicas, materiais e gêneros artísticos díspares é, via de regra, entendida como intencionalmente contestadora, como uma provocação a uma série de normas estabelecidas pelas culturas hegemônicas vigentes." (KERN, 2004, p. 57) Portanto, além de ser um mecanismo cultural, as hibridizações se tornam mecanismos essencialmente políticos, na medida em que contestam hegemonias culturais e equilibram balanças de poder no seio de uma sociedade pós-industrialista pautada no consumismo desenfreado. O híbrido, aqui, ganha dimensões amplas e se torna um termo tanto culturalmente excitante - por trazer no seu significado a própria noção de mesclagem de gêneros, formatos, estéticas e fruições - quanto uma noção política de contestação hegemônica em um equilíbrio salutar de poderes.

Estas noções de hibridismo permeiam quase que totalmente os produtos da cultura pop. Não é estranho percebermos este hibridismo cada vez mais presente nas diversas plataformas midiáticas digitais, aonde este conceito se expande em círculos amplos de produtos multifacetados tanto estética quanto formalmente. É através deste conceito que os bens culturais simbólicos vão ganhando outros pesos teóricos e se tornam objetos de estudo que despertam

reflexões outras, que ultrapassam os espaços próprios de si e ganham outras dimensões caracterizadas pelo espaço do "entre" lugares: entre lugares estéticos, entre formatos, entre recepções, entre significados, entre experiências, entre fruições etc.

As hibridizações na cibercultura pop tecem as bases para o início de reflexões mais profundas acerca do objeto de estudo deste trabalho, que busca justamente refletir sobre a natureza dos álbuns fonográficos visuais enquanto um "entre" lugar: um produto da indústria fonográfica que movimentava esferas da cultura musical, ao mesmo tempo em que compartilha características essenciais com esferas do cinema e do audiovisual, movimentando, igualmente, agentes e instituições da indústria cinematográfica. Diante disso, surgem os questionamentos que orientam o percurso deste trabalho: Quais são os pontos de intersecção entre estas duas esferas? De que modo são articulados elementos oriundos da indústria fonográfica com a cinematográfica? Como que estas duas esferas se mesclam e se hibridizam para formar um produto outro que - misturado e ressignificado - torna-se um novo formato sedimentado em suas próprias fruições estéticas e em seus próprios meios de produção e consumo?

Capítulo 2

O Lugar do Entre

Pensar o álbum visual como objeto e formato inserido na cultura popular pós-moderna significa pensar um lugar que articula aspectos oriundos de diferentes lugares: da música, do videoclipe, do cinema, ou seja, implica, necessariamente, pensar no que podemos denominar de um "entre lugares".

A ideia e conceito de um álbum fonográfico e visual não é relativamente nova, no entanto, suas problematizações são recentes. Diante disso, a pesquisa pelo termo em ferramentas de busca na internet, tais como o Google por exemplo, direciona o usuário a um amontoado de páginas com referências à Beyoncé e à Frank Ocean, ambos artistas novos e no ápice de suas carreiras musicais. Em populares sites de artigos online - tais como o Wikipédia - ou em sites de teor mais academicista - tais como o Google Acadêmico por exemplo - sequer possuem alguma página relacionada ao termo em seu banco de dados, corroborando a tese de que o conceito e de que a própria definição específica sobre o que seria um álbum visual ainda é incerta e imprecisa.

No campo acadêmico de teorizações acerca de novos formatos híbridos de consumo, esta lacuna é facilmente percebida. Ao realizar as pesquisas para o presente trabalho, me deparei com uma imensa dificuldade em encontrar textos teóricos substanciais e basilares que me ajudassem a entender certas definições acerca do formato e respectivos conceitos históricos e culturais do objeto de estudo o qual me propus estudar. O que encontrei foram inúmeros textos que descortinavam desde a pós-modernidade e relações de produção e consumo na cultura pop até a história e estabelecimento do formato videoclipe no seio da cultura pop pós-moderna atual. No entanto, a menção e utilização do termo específico "álbum visual" é de acesso mais restrito³⁴ e, ainda por cima, com variações de uso como "disco visual", "projeto visual", entre outros.

As únicas janelas nas quais encontrei respostas mais claras e satisfatórias para as minhas inquietações acerca do formato que contemplo como álbum visual foram em artigos de revistas e portais norte-americanos de notícias que, como eu, suponho, também começam a vislumbrar mudanças cruciais no horizonte do campo da indústria fonográfica no que diz respeito a esta combinação de álbum fonográfico com experimentações conceituais no campo do audiovisual. Estes artigos iam ao encontro da minha linha de reflexão e traziam informações importantes sobre definições conceituais do termo mais completas, tecendo um importante retorno histórico

³ https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/3738/3999

⁴ <http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-1265-1.pdf>

aos principais momentos nos quais este formato estético esteve presente no *mainstream* e abrindo discussões pertinentes sobre o álbum visual como um conceito a ser explorado e em plena ascensão. Reflexões sobre os próprios rumos e transformações que estão acontecendo na indústria pop e que impactam, de uma maneira ou de outra, toda a massa de pessoas que os experiencia atualmente.

Apesar da dúvida latente na questão deste “novo” formato estético possuir um campo autônomo e legítimo no núcleo da indústria cultural pós-moderna, acredito que é inegável a sua presença entre nós, principalmente se levarmos em conta a potencialidade transformadora da internet e da cultura digital em nossa sociedade. Portanto, a validade teórica, cultural e social deste trabalho reside justamente em problematizar a reflexão sobre a aurora de um “novo” formato, que percorre passos cuja trajetória vai ao encontro quiçá de um campo autônomo, tal como ocorreu com o videoclipe.

2.1 Antecedentes do Formato

O álbum visual, por se tratar de um produto essencialmente híbrido, compartilha características estruturais com outros bens simbólicos já consolidados na esfera da indústria cultural, tais como o cinema, o vídeo arte, o videoclipe, o álbum de músicas, etc. Por se tratar de um formato híbrido e que se constitui pela mescla de diferentes formatos detentores de seus próprios campos autônomos, é natural que os limites que os definem se tornem confusos e, por vezes, inconsistentes. Desse modo, o álbum visual se caracteriza por ser um produto ainda de difícil categorização formal e estilística:

De modo geral, a ideia por trás do álbum visual é - surpreendentemente - um conceito relativamente novo. Não há uma lista definitiva sobre os trabalhos que podem ser classificados como tais, e o Wikipédia não possui nenhum artigo para este termo ainda. Uma pesquisa no Google por "visual álbum wiki" ganha 38000 resultados, e Beyoncé domina a primeira página em meio a inúmeros outros artistas. (ESTRELLA, 2016, tradução nossa)⁵

Pelo fato de ser um conceito ainda em construção e estranho ao público em geral, pouca literatura sobre o assunto é encontrada, tanto nos meios acadêmicos quanto na própria seara infinita dos meios digitais globais. Ferramentas de busca como o Google estão intrinsecamente conectados com o mundo contemporâneo pop, e, por este motivo, quando se busca pelo termo online, as primeiras páginas são inundadas por resultados referentes à Beyoncé ou Frank Ocean – ambos artistas novos e no ápice de suas carreiras musicais - que lançaram, nos últimos anos, projetos conceituais muito semelhantes tanto narrativamente quanto esteticamente.

Há também o fato de que Beyoncé e Frank Ocean já são artistas consolidados e reconhecidos pela cultura pop e, principalmente, pelo público *mainstream*, o que lhes dá visibilidade e um *status quo* particularmente respeitável no que diz respeito aos seus trabalhos no campo da indústria fonográfica. Ambos são artistas conhecidos por trabalharem arduamente e alcançarem altos níveis de apuração técnica nos produtos que produzem, o que os coloca em uma posição de destaque em meio a outros artistas da indústria pop contemporânea.

Este reconhecimento quanto ao empenho técnico bem como o *status* conferido a artistas como Beyoncé ou Frank Ocean, tanto pelo campo da indústria fonográfica quanto pelos consumidores, concede aos mesmos um acúmulo de capital cultural e simbólico que os permite "ditarem certas regras" na indústria. Nesse sentido, tais artistas passam a figurar entre os que provocam alargamentos de sentido e quebras de barreiras no que diz respeito a formatos

⁵ <http://cnnphilippines.com/life/entertainment/music/2016/04/26/visual-albums.html>

performativos pré-estabelecidos na cultura pop. Em essência, Beyoncé e Frank Ocean, por exemplo - assim como Kanye West ou Florence & The Machine (que, igualmente, lançaram trabalhos similares aos anteriormente citados) - se tornam artistas de vanguarda, trazendo para o *mainstream* um formato que não é exatamente novo, mas que conjuga diversos elementos para a constituição de algo inovador e/ou desconhecido pela maioria de seus fãs. Estes artistas trazem para o contexto pós-moderno um formato adormecido e, junto com este poder de reavivar o álbum visual, eles o remodelam e o reconfiguram na medida em que o usam em suas próprias criações estéticas e em suas próprias narrativas do pop contemporâneo.

Mas não é só porque Beyoncé ou Frank Ocean são os primeiros e mais numerosos resultados na busca do Google que eles foram os primeiros artistas da história da indústria fonográfica a utilizarem-se deste formato, que como eu disse, estava adormecido. Muitos artistas e bandas anteriores a eles já realizaram incursões no formato álbum visual - alguns de forma mais tímida, outros com experimentações mais arriscadas. Diante disso, um pequeno histórico dessas experiências com o formato álbum visual é necessário, a fim de recapitularmos os principais aspectos que fizeram o álbum visual se reconfigurar ao formato narrativo e estético que conhecemos nos dias atuais.

Utilizando-nos do repertório de teorizações já existentes acerca dos produtos culturais dos quais o álbum visual carrega suas principais características, podemos delimitar certos traços recorrentes na maioria dos álbuns visuais já produzidos - os quais não são muitos - porém em número suficiente para estabelecermos certos parâmetros narrativos, definições de forma, limites estéticos e conceituações mais precisas acerca deste formato em franca ascensão.

Carregando ecos temporais com o videoclipe, o álbum visual é um produto que se assemelha de muitas maneiras às marcas estéticas videoclípticas, tanto no berço de sua história de surgimento quanto na maioria de seus elementos estruturais e de linguagem. A história do videoclipe, de certa maneira, foi o terreno para as primeiras experimentações na esfera do álbum visual; e, portanto, ambos compartilham muitas similaridades. No entanto, aspectos cruciais diferenciam um produto cultural do outro, e para isso ficar claro será necessário falar rapidamente sobre como o videoclipe surgiu e se consolidou enquanto campo autônomo de estudo na indústria cultural.

O videoclipe é de extrema relevância para a cultura pop por ser parte ativa de importantes transformações no seio da indústria de consumo e entretenimento cultural; transformações estas que mudaram radicalmente a esfera da produção e realização audiovisual, bem como a esfera da recepção e consumo dos produtos audiovisuais. Como diz Thiago Soares (2012, p. 11):

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

Portanto o videoclipe surge como próprio símbolo pós-moderno, trazendo em sua própria formatação a indústria de consumo junto com a arte de vanguarda em suas experimentações no formato de vídeo. Era a indústria cinematográfica se fragmentando aos pedaços para, a fim de vender uma música ou um artista pop, se transformar em um produto igualmente poderoso e muito mais alinhado com a lógica mercantil do que o cinema sempre tentara ser.

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

A história do álbum visual - que compartilha pontos semelhantes à história do videoclipe - remonta ao início do século XX, quando as projeções de cinema da época ainda eram acompanhadas por bandas de música que tocavam ao vivo enquanto o filme era projetado na tela de exibição. O mais interessante deste fato é que as partituras das músicas tocadas estavam diretamente ligadas ao teor da imagem que corria na tela. Os músicos criavam, portanto, uma espécie de paisagem sonora segundo o conteúdo da imagem em movimento que o público via. Trata-se de uma das primeiras vezes que imagem e som foram amalgamados afim de se criar uma fruição estética, sonora e catártica no público que assistia ao filme. De acordo com Soares (2012, p. 21):

Entre as décadas de 20 e 30, o jazz, então um gênero musical que tentava alçar sua legitimação, passou a ser um manancial para produção de “números filmados”, sobretudo de artistas como Duke Ellington e Woody Herman. Em 1927, estreou nos cinemas *O Cantor de Jazz*, com Al Jolson, o primeiro filme “cantado” da história do cinema. Foi na década de 40 que o cineasta alemão Oskar Fischinger desenhou a sequência de abertura de *Fantasia*, da Disney, um filme que viria a construir uma relação profundamente sinestésica entre música e imagem no desenho animado. A música, executada por diferentes instrumentos e em diversos timbres, reverbera em

desenhos abstratos que construíam um bailar imagético de acordo com o que era tocado.

Depois de inúmeras incursões da música na indústria cinematográfica, filmes musicais passaram a se estabelecer como produto rentável, tornando-se um gênero cinematográfico relevante para a história do cinema, tendo consagrado inúmeros filmes e artistas ao estrelato da época. A partir de 1949, a música conquistaria aos poucos o seu espaço na grande e conservadora sociedade norte-americana, também pela televisão, através de programas como o *Paul Whiteman's Teen Club*, da rede ABC. A partir de então, não só o cinema, mas também a televisão passou a exercer um importante papel na disseminação dos números musicais, alimentando, assim, a indústria fonográfica. Vale lembrar aqui a importância do filme *A Hard Day's Night* (1964), dirigido por Richard Lester e estrelando a banda The Beatles. O filme, “veio dar forma ao que Durá-Grimalt chamou de “um antecedente próximo do videoclipe” (SOARES, 2012, p. 23). Alguns elementos identificáveis na estrutura dos videoclipes como articulação da montagem da imagem com a canção, o sistema de fotomontagem, a mescla de elementos ficcionais com documentais, fragmentação e dinamismo, são marcas estéticas de *A Hard Day's Night* (2012, p. 23).

Nesse sentido, o filme foi um importante marco tanto para a carreira dos Beatles quanto para a história do videoclipe, pois inaugurou o uso de elementos que dialogam com a linguagem do videoclipe, porém inserido em um produto cultural de grande porte e envergadura como uma obra cinematográfica. Ainda que a estrutura narrativa seja mais próxima do universo cinematográfico, *A Hard Day's Night* carrega traços estilísticos importantes que o coloca em um patamar diferente dos filmes clássicos. Podemos dizer que ele se localiza em um universo do entre: é um produto cultural que gravita em torno das indústrias fonográfica e cinematográfica, concebido para um fim específico e bem delimitado, tornando-se um ponto de referência para a indústria do entretenimento de modo geral e sendo uma das primeiras vezes em que um formato semelhante ao formato de álbum visual - como visto nos dias atuais - foi vislumbrado nos horizontes de uma cultura pop, sendo também um marco para a história deste produto cultural que viria, posteriormente, iniciar a sua consolidação no capitalismo tardio:

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

o ritmo da montagem em consonância com as batidas da música e o estilo narrativo de se contar as desventuras da banda. (ESTRELLA, 2016, tradução nossa)⁶

Este filme carrega características que o aproximam de forma significativa ao formato que, posteriormente, viria a ser denominado de videoclipe: é um filme com uma linguagem bastante dinâmica, fragmentada, em que as barreiras da ficção e do documental são bastante borradas. Fazendo eco ao videoclipe, esta linguagem - inovadora para a época - trazia sutilezas únicas que o afastavam do cinema narrativo clássico e o aproximavam de um formato diferente, ainda não muito bem definido e categorizado na época, mas definitivamente distinto das estéticas produzidas até então pelo cinema.

Figura 2 – John Lennon e Ringo Starr antes de um show



Figura 3 – Paul McCartney disfarçado para se camuflar dos fãs



Fonte: *A Hard Day's Night*; Diretor: Richard Lester; David V. Picker, Denis O'Dell, Walter Shenson; Inglaterra; Miramax Lionsgate; 2011; DVD.

Mas o mais importante - e crucial para a diferenciação deste produto de um filme musical - diz respeito à concepção do mesmo, uma vez que *A Hard Day's Night* foi, essencialmente, um projeto promocional para a divulgação do terceiro álbum de estúdio dos Beatles, álbum este de mesmo título do filme. Ou seja, o filme estrelado por John Lennon, Paul McCartney, Ringo Starr e George Harrison foi um produto pensado posteriormente ao lançamento do disco, com claras intenções comerciais de divulgação do álbum fonográfico à grande massa consumidora de música e à promoção da banda de rock inglesa no mercado mundial, afim de que ela adentrasse o *mainstream*.

A Hard Day's Night apresentava uma linguagem de difícil categorização para a época. Mesmo com características semelhantes às do videoclipe, ele ainda carregava traços narrativos e estilísticos díspares, que encontra mais eco no modelo de álbum visual do que em qualquer

⁶ <http://cnnphilippines.com/life/entertainment/music/2016/04/26/visual-albums.html>

outro formato preexistente. Sendo um produto essencialmente desse entre-lugar, ele se caracteriza por ser uma mescla de: (1) elementos da indústria fonográfica - com o álbum de músicas de estúdio sendo o amálgama principal das cenas, personagens e situações vividas pelos Beatles no filme; (2) elementos da indústria cinematográfica, pois - apresenta uma narrativa cuja estrutura é coerente com o conceito musical do álbum e se aproxima de aspectos da narrativa fílmica; (3) elementos da linguagem videoclíptica, como planos modernos, montagem fragmentada, personagens no limiar da realidade versus ficção e certa artificialidade mercadológica essencialmente pop. Esse amálgama de conjunções faz com que *A Hard Day's Night* seja um dos “primeiros primos” distantes do que hoje podemos chamar de um formato - ainda em processo de consolidação na indústria - de álbum visual.

Figura 4 – Os Beatles correm pelas ruas de Londres



Figura 5 – A banda inglesa se apresenta em um concerto



Fonte: *A Hard Day's Night*; Diretor: Richard Lester; David V. Picker, Denis O'Dell, Walter Shenson; Inglaterra; Miramax Lionsgate; 2011; DVD.

Fruto de estratégias de *marketing* e vendas, o filme *A Hard Day's Night* estabelece um paradigma importante para a transformação no modo como as relações de produção e circulação de bens culturais simbólicos eram estabelecidas entre indústria e público consumidor, tornando o filme uma ferramenta mercadológica e promocional de um álbum e uma banda de rock. As relações entre as indústrias fonográfica, cinematográfica e televisiva estreitaram laços e diluíram barreiras importantes que redefiniram de forma radical o modo como as pessoas passaram a consumir música e vídeo a partir daquela época. Soares (2012, p. 24) salienta que,

O final dos anos 60 foi marcado pelo início da disseminação do sistema portátil de captação de imagem e do uso, cada vez mais frequente, do vídeo-tape pelas emissoras de televisão. De acordo com Juan Anselmo Leguizamón, a vídeo-experimentação serviu para que, enfim, o vídeo pudesse traçar uma trajetória que o distanciasse da gramática visual do cinema. O vídeo foi utilizado como campo de investigação formal e expressiva, assumindo um forte caráter reflexivo, problematizando o conceito de interação entre planos e rompendo com a pretensa unicidade de uma narrativa audiovisual. Leguizamón defende, ainda, que tais experimentações foram relevantes

para a formação de um novo hábito perceptual no campo do audiovisual, criando novos paradigmas para se falar numa poética do audiovisual.

Durante os anos seguintes o vídeo-arte-experimental continuou quebrando barreiras na indústria, distanciando-se do formato engessado e demasiado formal do cinema clássico. O vídeo trouxe novas percepções e reflexões acerca do campo do audiovisual, e a crescente hibridização entre as indústrias culturais passaram a impactar de forma significativa e radical a forma como a população se engajava no consumo de música e audiovisual.

Em 1971, o artista francês Serge Gainsbourg lançou um dos primeiros álbuns visuais tal como o conhecemos atualmente. Apesar de ter um pouco menos de 30 minutos de duração, e, portanto, estar em um lugar mais parecido com os videoclipes mais longos produzidos por Michael Jackson na década de 80, é inegável o vanguardismo de Gainsbourg para com este formato audiovisual, principalmente em um mercado pouco reconhecido mundialmente e arriscado mercadologicamente como o mercado pop francês.

Figura 6 – Gainsbourg e Birkin dançam sob grafismos conceituais



Figura 7 – Gainsbourg atropela a co-protagonista



Fonte: LeGouter. Histoire de Melody Nelson – Sergei Gainsbourg. Disponível em: <<https://vimeo.com/30678737>> Acesso em 22 de setembro de 2016.

Melhor descrito como “obscenamente elegante”, o álbum visual de Sergei Gainsbourg é, indiscutivelmente, o primeiro da sua espécie. Parte autobiográfico, parte Nabokov – *Histoire de Melody Nelson* é um álbum sobre um francês que colide com uma jovem garota andando de bicicleta, e o caso de amor que se segue entre ambos. (...) Acompanhado de um exuberante arranjo de cordas escrito pelo compositor Jean-Claude Vannier e estrelando a sua então esposa, Jane Birkin, *Histoire de Melody Nelson* é um álbum conceitual altamente influente, que ainda irá desafiar muitos ouvintes modernos. (VOGLER, 2016, tradução nossa)⁷

Banhado em sobreposições imagéticas e grafismos provavelmente realizados a partir de *chroma key*, *Histoire de Melody Nelson* se configura como um dos primeiros produtos híbridos e que encontra os ecos mais similares aos do formato álbum visual. Vanguardista e ousado artisticamente, Serge Gainsbourg abriu as portas da indústria para um formato inovador e

⁷ <https://medium.com/cuepoint/the-history-and-evolution-of-visual-albums-77592e14304#7yyhwmvxv5>

arriscado, mas que trazia consigo a pulsação de um conceito original. É a partir daí que a cultura pop começou a experimentar os primeiros movimentos ao encontro do álbum visual - movimentos estes que foram ficando cada vez mais fortes e proeminentes com o passar dos anos.

Após *A Hard Day's Night* (1964) e *Histoire de Melody Nelson* (1971), outros dois grandes marcos que fazem parte da história das primeiras investigações no campo do videoclipe, mas que integram, também, a história do objeto de estudo deste presente trabalho - foram dois "filmes" lançados na década de 80: *The Wall* (1982) e *Purple Rain* (1984); que se aproximam muito mais esteticamente à linguagem videoclíptica e estruturalmente ao formato álbum visual.

Em 1982, o filme *The Wall* foi produzido pelo diretor Alan Parker, baseado no álbum homônimo da banda britânica de rock Pink Floyd. O roteiro - escrito pelo vocalista e baixista da banda Roger Waters - possui pouquíssimos diálogos, sendo bastante metafórico e, essencialmente, movido pelas músicas de fundo que acompanham a narrativa. Apesar de Waters ter sido cogitado para o papel de protagonista, o músico e ator Bob Geldof, da banda punk The Boomtown Rats, estreia como o roqueiro Pink. O filme - bastante conceitual - narra a história de ascensão e derrocada do roqueiro Pink através de momentos importantes e decisivos em sua vida, nos quais o personagem é confrontado por questões morais, éticas, psicológicas e emocionais afim de ascender ao estrelato do rock.

Com uma estética fortemente influenciada pelo videoclipe - cores, desenhos gráficos e sobreposições imagéticas que "dançam" na tela ao som das músicas gravadas em estúdio - o "filme" *The Wall* carrega características que o legitimam também como um produto do entre-lugar. Apesar de esteticamente influenciado pela linguagem videoclíptica, a estrutura possui um esqueleto narrativo mais proeminente, aproximando-o sutilmente de um longa-metragem. No entanto, sua classificação enquanto filme também pode ser problemática, pois até mesmo na estrutura narrativa da obra há recursos diferenciados: blocos narrativos independentes um do outro, que se misturam através das esferas musicais; a montagem fragmentada e disforme - que justapõe passado e presente em planos extremamente simbólicos - ora em planos alargados, quase pintados à óleo, ora em planos rápidos e esquizofrênicos, semelhantes aos planos de um videoclipe; escassez de diálogos, substituídos por paisagens sonoras que conversam mais intimamente com o álbum de estúdio da banda britânica do que com uma narrativa cinematográfica clássica. *The Wall*, portanto, se torna um produto fundamentalmente híbrido, com marcas estético-narrativas de diferentes produtos, o que o torna um tanto quanto próximo dos álbuns visuais modernos.

Figura 8 – Estudantes incendiam uma escola



Figura 9 – Grafismo representando a Segunda Guerra Mundial



Fonte: *The Wall*. Diretor: Alan Parker. Alan Marshall, Stephen O'Rourke, Garth Thomas. EUA: Sony Legacy, 2005, DVD.

No meio dos anos 1970, enquanto Pink Floyd ganhava fama *mainstream*, Waters começou a sentir-se cada vez mais alienado pelas grandes audiências que compunham os seus shows:

"As audiências daqueles enormes concertos estão lá muito mais entusiasmas pelo amor ao sucesso do que com qualquer outra coisa. Quando uma banda ou uma pessoa se torna um ídolo, isso pode ter a ver com o quanto de sucesso que essa pessoa consegue obter, não necessariamente com a qualidade do trabalho que ela produz. Você não se torna um fanático porque o trabalho de alguém é bom, você fica fanático por ser tocado pelo *glamour* e pela fama. Estrelas de filmes e estrelas do rock representam a vida como todos nós gostaríamos de vivê-la. Eles parecem estar no centro da vida. E isso é o motivo pelo qual as audiências ainda gastam quantidades enormes de dinheiro em concertos aonde elas estão muito, muito longe do palco; nos quais elas estão frequentemente muito desconfortáveis e aonde a qualidade do som é muito ruim." (CURTIS, 1987, p. 283, tradução nossa)

Waters também ficou consternado com a "abordagem executiva" exercida sobre a banda, a qual era apenas sobre sucesso e dinheiro; não houve nem uma tentativa de se construir uma amizade com os integrantes da banda (tema presente em uma música do álbum *Wish You Were Here*, "Have a Cigar"). O conceito de *The Wall*, a decisão de nomear o protagonista com o nome "Pink" e a crescente relação alienada entre a banda e os seus fãs foi resultado, em partes, dessa abordagem demasiado executiva para com a banda *Pink Floyd*. (REISCH, 2007, pp. 76-77)

O filme não pode ser encarado como um musical, pois apenas duas músicas são realmente cantadas: "Stop" e "In The Flesh" enquanto as outras são apenas versões de estúdio das músicas do álbum homônimo. Além disso, praticamente não há diálogos no filme, o que corrobora a sua aproximação ao formato álbum visual do que propriamente a de um filme narrativo e do gênero musical. Trazendo, novamente, ecos da linguagem videoclíptica, este "filme" é fortemente influenciado, na realidade, pelas mudanças que ocorriam no cenário pop fonográfico da época. Pink Floyd assumiu, portanto, um papel de vanguarda visionária ao arriscar-se em um formato ainda não consolidado e em pleno nascimento. Num cenário em que o videoclipe despontava

no horizonte como uma ferramenta mercadológica e estética em plena ascensão, fazer um filme tendo como ponto de partida um álbum musical inteiro foi um movimento ousado promovido pela banda britânica. Pink Floyd se importou mais em realizar um grande trabalho conceitual do que promover sua obra em fragmentos videoclipticos. Nesse sentido, o que Pink Floyd fez - abrindo profundos precedentes para o álbum visual - foi promover e vender um conceito expansivo, muito mais do que promover, nos moldes clássicos, um álbum fonográfico clássico e unicamente sonoro. A banda britânica quebrou barreiras, ressignificou o seu álbum de músicas e construiu as bases de um formato inovador, interessante e pulsante, que não demoraria a inserir-se nas indústrias do entretenimento pós-moderno.

Outra proposta audiovisual que surpreendeu na década de 80 foi o sexto álbum de estúdio do cantor e compositor norte-americano Prince, intitulado *Purple Rain*⁸. Ele escreveu todas as músicas do disco, juntamente com a sua banda, e, no mesmo ano de lançamento do álbum fonográfico, um filme homônimo - a partir do álbum - foi lançado através da Warner Bros Pictures, com Prince na pele do aspirante e talentoso músico de Minneapolis, The Kid.

Escrito por Magnoli e William Blinn, e dirigido por Albert Magnoli, o filme foi desenvolvido basicamente para mostrar os talentos musicais de Prince, que figura no papel de protagonista do longa-metragem. Apesar de ser considerado um marco importante para a história dos álbuns visuais, *Purple Rain* possui a estrutura de um filme musical narrativo - diferindo, portanto, da proposta conceitual de *The Wall*.

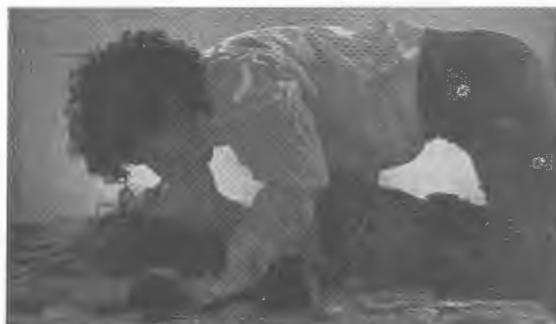
As marcas estético-narrativas são essencialmente cinematográficas, o que o aproxima de um diálogo maior com o gênero musical na indústria do cinema. No entanto, é importante frisar que o filme foi lançado no mesmo ano em que o álbum de estúdio, aproximadamente um mês depois do lançamento do disco homônimo de Prince. Isso significa que o filme baseado no álbum fora pensado, desde sempre, como uma coisa só: um filme-álbum-conceitual baseado biograficamente na vida do cantor - uma vez que seria impossível a produção de um filme musical inteiro em menos de um mês. Portanto, esta característica específica possibilita pensarmos uma aproximação conceitual à ideia do álbum visual, tendo em vista que o filme fora concebido como uma expansão estética do álbum fonográfico produzido concomitantemente.

⁸ Considerado um dos melhores álbuns pop da história da música, sendo legitimado pela revista *Times* como o décimo quinto melhor álbum da história em 1993 e pela revista *Rolling Stone* como o segundo melhor álbum dos anos oitenta.

Figura 10 – O protagonista, The Kid, no meio de um concerto



Figura 11 – The Kid e o seu interesse romântico



Fonte: *Purple Rain*. Diretor: Albert Magnolli. Robert Cavallo, Steven Fargnoli, Joseph Ruffalo. EUA: Warner Bros, 2000, DVD.

No ano de 1983, Prince, sua banda e sua equipe montaram e organizaram toda a produção do filme, ao mesmo tempo em que o álbum homônimo era finalizado em estúdio. (...) *Purple Rain* não foi apenas uma viagem *widescreen* do um ego artístico; foi o espetáculo de um famoso artista consciente de sua imagem, introduzindo-se ao *mainstream* como um homem frágil e ocasionalmente cruel – e isso poderia ter matado a sua carreira em ascensão. (...) *Purple Rain* pode não ser uma autobiografia, mas pode ser o mais próximo que nós conseguiremos chegar da verdadeira história de Prince.

Alan Leeds (antigo gerente da sua turnê): Duas músicas de sucesso não significam que você é uma estrela de cinema. E isso era antes da MTV ter alguma significância, particularmente entre a *black music*. Mas eu não sei como descrever a sua obsessão (a de Prince). Sempre foi mais do que confiança. Não chegava nem a ser arrogância. Era destino, e das duas uma: ou você embarcava nessa ou perdia a oportunidade.

William Blinn (roteirista): Ele tinha ideias definidas sobre o que ele queria fazer – uma história geral, um rascunho inicial. A história não era a vida de Prince, mas era *sobre* a sua vida. Não que o filme fosse inteiramente um docu-drama, mas ele sabia da onde aquelas situações vinham, e ele queria que o filmes refletisse essas situações. (RAFTERY, 2016, p. 01, tradução nossa)⁹

Até mesmo o material promocional da obra cinematográfica destaca com grande veemência o fato do cantor estrear o longa-metragem, trazendo-o para o ponto central de toda a produção filmica - dimensões fictícia e real se misturam em uma narrativa que conta a história de The Kid, mas que, em essência, busca contar uma história conceitual e autobiográfica do próprio cantor e compositor Prince - fazendo inúmeras referências estéticas e narrativas a aspectos próprios da vida do cantor. Portanto, apesar de estar inserido em uma estrutura marcadamente cinematográfica, este produto opera uma lógica comercial e mercadológica de exaltação de uma persona popular e talentosa. *Purple Rain* acaba sendo, por excelência, um filme criado conceitualmente por Prince e sua banda - parte de uma expansão do universo criado a partir do álbum de estúdio homônimo - e que, juntamente com os produtos culturais anteriormente lançados, tais como *A Hard Day's Night* e *The Wall*, ampliam conceitos pré-

⁹ <http://www.spin.com/2016/04/prince-the-oral-history-of-purple-rain-brian-raftery/>

estabelecidos na cultura pop e jogam com a própria lógica da indústria do entretenimento, afim de executarem projetos revolucionários e transformadores para a cultura pop da época.

No decorrer da década de 80, a televisão passou a exercer um papel fundamental na ascensão dos vídeos musicais ao *mainstream* e possibilitou a sua posterior consolidação no mercado do entretenimento. Videoclipes foram, portanto, produtos intimamente conectados com a lógica de promoção e venda de álbuns fonográficos, *singles* e artistas como ídolos pop, cuja imagem também foi se tornando cada vez mais comercializável. A MTV (*Music Television*) foi um dos mais importantes meios de consolidação da cultura pop e se consolidou como o principal palco midiático para a circulação de videoclipes. No que diz respeito a esta trajetória histórica, Soares destaca (2012, pp. 25-26):

Em 1981, o serviço Nickelodeon do canal a cabo da Warner - que já exibia um programa dedicado a vídeos musicais chamado *Popclips* - adquiriu a capacidade de exibição na TV em som estéreo, o que proporcionou um território propício à exibição de clipes vinte e quatro horas por dia. Foi assim que, segundo J. Wyver, nasceu a Music Television (MTV), que oficialmente começou a operar em primeiro de agosto de 1981 (...) Em 1983, o videoclipe adquiriu um novo *status* como divulgador de um produto que não era o disco de determinado artista. Depois que Adrian Lyne finalizou seu então novo filme *Flashdance*, o próprio diretor fez um clipe de três minutos que serviu de “material de divulgação” da obra, inaugurando, assim, uma nova técnica de mercado: promoção de um filme “casado” com um videoclipe, disco, livro, etc. Os anos 80 se delinearam, assim, como profundamente importantes num ordenamento das relações entre a indústria fonográfica, cinematográfica e televisiva. Ainda em 1983, foi produzido o clipe *Thriller*, dirigido por John Landis para canção do artista Michael Jackson, que reforçava a independência da imagem sobre a canção (o tempo de duração do vídeo é maior que o tempo de duração da música).

Portanto, a MTV estabeleceu importantes paradigmas para a época e remodelou a forma como as pessoas passaram a consumir música e audiovisual. As relações de produção, promoção e circulação desses produtos passaram por definitivas transformações durante a década de 80: os produtos culturais pop tornavam-se cada vez mais híbridos à medida em que se diversificavam os modelos nas esferas produtivas. Um álbum fonográfico acabava por circular entre as esferas cinematográficas, televisivas e videoclípticas, redefinindo o próprio conceito de música e transformando os modos de consumo de entretenimento. Os artistas começavam a prezar por uma experiência conceitual-musical-visual, quebrando as barreiras dos formatos pré-estabelecidos e produzindo obras cujo objetivo era também refletir sobre o papel do artista na indústria pop. De acordo com Barreto (2009, p. 23):

Sem dúvida, tal estreitamento da relação entre a indústria musical e os canais televisivos preparou terreno para firmar a televisão como o espaço privilegiado de veiculação dos formatos audiovisuais promocionais das gravadoras. Esteticamente, como afirmou John Mundy, esses produtos audiovisuais ampliaram o "limitado conjunto de códigos e convenções que a televisão tinha desenvolvido em sua tentativa de oferecer representação visual à música popular e seus performers" (MUNDY, 1999: 208). Uma motivação econômica adicional favoreceu ainda mais as diferenças estéticas com relação à convencional performance televisiva ao vivo, estimulando, surpreendentemente, o viés artístico desses produtos. Trata-se da substituição economicamente vantajosa da película pelo vídeo como suporte para esse tipo de estratégia promocional.

Um dos artistas mais importantes para este momento transformador na indústria da música e pioneiro na reconfiguração dos formatos pré-existentes na esfera audiovisual foi Michael Jackson - artista que abriu importantes precedentes ao formato álbum visual tal qual o conhecemos nos dias atuais.

Michael Jackson foi um dos grandes responsáveis por transformar a maneira como os videoclipes eram produzidos na época. Seus videoclipes - conhecidos por serem mais longos do que a duração da música - caracterizam-se pelas marcas fortemente narrativas e por funcionarem quase como curtas-metragens temáticos baseados nas músicas lançadas. Uma das suas obras mais relevantes para a época foi *Thriller*. Lançado em 1982, *Thriller* foi o sexto álbum de estúdio de Michael Jackson; aclamado pelo público e pela crítica, o álbum se consolidou como um dos melhores álbuns pop da história, vencendo um total de 8 *Grammy Awards* em 1984, incluindo a categoria mais importante da premiação, a de Álbum do Ano. Com *Thriller*, o cantor quebrou preconceitos e barreiras raciais na música *pop* com suas apresentações na MTV: o disco foi o primeiro a ter vídeos musicais como materiais de divulgação bem-sucedidos; os videoclipes correspondentes de "Billie Jean", "Beat It" e "Thriller" eram constantemente transmitidos na televisão, sendo que o vídeo musical da última citada é frequentemente citado como o "melhor vídeo musical de todos os tempos. O álbum foi incluído no *National Recording Registry* da Biblioteca do Congresso dos Estados Unidos e o vídeo musical da faixa homônima compõe o *National Film Registry* da *Preservation Board*, que compila os filmes mais historicamente, culturalmente ou esteticamente significativos da história.

Figura 12 – Michael Jackson assiste a um filme no cinema



Figura 13 – Sequência de dança com zumbis



Fonte: michaeljacksonVEVO. Michael Jackson – Thriller (Official Video). Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=sOnqkJTMAA>> Acesso em 22 de setembro de 2016.

O vídeo musical de 13 minutos para a música *Thriller* foi dirigido por John Landis, que também escreveu o roteiro juntamente com Michael Jackson, e foi lançado mundialmente pelo canal de televisão MTV em dezembro de 1983. "Votado como o videoclipe mais influente de todos os tempos (CELIZIC, 2008, p. 01, tradução nossa)¹⁰, *Thriller* provou ter um profundo impacto na cultura popular (2008, tradução nossa)¹¹, e foi nomeado o momento divisor de águas para a indústria musical, por sua união sem precedentes entre as indústrias do cinema e da música (2008, tradução nossa)¹². Gil Kaufman, ex-jornalista do canal de televisão MTV, descreve o vídeo de *Thriller* como sendo algo icônico, um dos legados mais duradouros de Jackson. Kaufman também notou que o videoclipe foi o mini-filme que revolucionou os videoclipes e cimentou o *status* de Michael Jackson como um dos mais ambiciosos e inovadores *pop stars* de todos os tempos. (2009, tradução nossa)¹³

Com o vídeo musical de *Thriller*, e os outros retirados do mesmo álbum, "Jackson transformou vídeos musicais em arte e em ferramentas de divulgação através do uso de histórias complexas, rotinas de dança, efeitos especiais e aparições de personalidades conhecidas. (STEVE, tradução nossa)¹⁴ Nelson George (2004, p. 24), autor, crítico musical e jornalista, escreveu: "É difícil ouvir as músicas de *Thriller* e esquecer de seus vídeos. Para a maioria de nós, as imagens definem as músicas. Na verdade, pode-se argumentar que Michael é o primeiro

¹⁰ <http://www.today.com/popculture/thriller-video-remains-classic-25-years-later-wbna24282347>

¹¹ <http://www.manchestereveningnews.co.uk/news/greater-manchester-news/a-farewell-to-the-king-of-pop922849>

¹² <http://www.today.com/popculture/thriller-video-remains-classic-25-years-later-wbna24282347>

¹³ <http://www.mtv.com/news/1628945/michael-jacksons-thriller-added-to-national-film-registry/>

¹⁴ <http://www.allmusic.com/artist/michael-jackson-mn0000467203/biography>

artista da era da MTV a ter um álbum inteiro intimamente ligado à imaginação do público com à sua própria."

Com o seu sétimo álbum de estúdio, *Bad* - não tão aclamado criticamente quanto *Thriller* - lançado em 1987, Michael Jackson continuou em suas experimentações com música e audiovisual, desta vez lançando outro videoclipe-curta-metragem para a faixa-título, dirigido por Martin Scorsese e tendo 18 minutos de duração. Depois deste curta-metragem, Jackson produziu outros 8 videoclipes para as faixas do álbum, que se tornaram, posteriormente, parte de um longa-metragem musical lançado pelo cantor em 1988 chamado *Moonwalker*. *Leave Me Alone*. Um dos videoclipes lançados na era *Bad* ganhou um Grammy pelos seus efeitos especiais inovadores para a época. Continuando o sucesso experimental feito pelo álbum antecessor, Michael Jackson seguiu revolucionando os terrenos do pop e quebrando cada vez mais as barreiras da indústria fonográfica, afim de alçar novos níveis de influência no meio.

Em algum ponto no tempo (e para uma quantidade considerável de pessoas até hoje), Michael Jackson foi o artista inovador no que diz respeito a videoclipes. Foi através dele que narrativas reais começaram a fazer parte desta mídia; e ele considerava o seu próprio trabalho mais como curtas-metragens do que como qualquer outra coisa. O *single Thriller* seria o ponto de referência mais óbvio, mas o lançamento do cantor em 1987 - o álbum *Bad* - apesar de não comercializado como um, pode ser considerado, na verdade, um álbum visual, já que 10 das 11 músicas presentes no disco receberam um tratamento visual e já que a maioria delas aparece no longa *Moonwalker*, uma antologia cinematográfica lançada em 1988 para promover o disco. Embora divertido e visualmente atraente, alguns segmentos do filme retratam Jackson se transformando em um coelho e até mesmo em um carro - compreensível, já que o filme foi promovido para uma platéia jovem, mas um tanto quanto ridículo para um álbum construído sobre temas como romance, paranóia, racismo e invasão de privacidade. (ESTRELLA, 2016, tradução nossa)¹⁵

Figura 14 – Michael Jackson se apresentando em um concerto



Figura 15 – Grafismos em 2D presentes na antologia *Moonwalker*



Fonte: All Lyrics in Description. Michael Jackson – Moonwalker (Part 1). Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=VjXiDD9extk&list=RDVjXiDD9extk#t=2>> Acesso em 22 de setembro de 2016.

¹⁵ <http://cnnphilippines.com/life/entertainment/music/2016/04/26/visual-albums.html>

Apesar de *Thriller* não ser um álbum visual propriamente dito - e *Moonwalker* ser apenas um compilado de videoclipes do cantor - é inegável a sua contribuição para a história do formato. Michael Jackson revolucionou a forma como a sociedade da época consumia música pop - entregando uma obra conceitualmente potente, repleta com vídeos musicais longos e que dialogavam esteticamente com a temática do disco. Visionário, Michael Jackson apostou em uma nova forma de se vender ao mundo, conquistando, através do seu movimento vanguardista, um legado transformador para a indústria fonográfica e audiovisual contemporânea. O artista trouxe a arte cinematográfica para o pop *mainstream* e difundiu a sua visão conceitual de como um álbum fonográfico deveria ser trabalhado e promovido na indústria, redefinindo parâmetros estruturais que vão desde à concepção de um projeto até à sua divulgação performativa nas redes de televisão ao redor do mundo. Foi fundamentalmente a partir de Michael Jackson que a música fora colada à narrativa visual; e as consequências desta inovadora forma de se pensar e de se fazer álbuns pode ser percebida até a contemporaneidade pop dos dias atuais, com álbuns visuais fortemente influenciados pela linguagem estética e narratividade coesa de *Thriller*, *Beat It* e *Billie Jean*.

A *Music Television* no cenário pop mundial consolidou os videoclipes como importantes ferramentas para a promoção de artistas não só no meio musical, mas na mídia de uma maneira geral, expandindo e mesclando as indústrias criativas do entretenimento em produtos culturais híbridos. Buscar os antecedentes do formato estudado, portanto, nos trouxe desde a primeira manifestação musical-visual com os Beatles em *A Hard Day's Night*, até as primeiras experimentações contemporâneas entre vídeo, cinema, música e televisão com os trabalhos conceitualmente potentes e revolucionários trazidos por Michael Jackson. O nascimento e evolução da MTV através dos anos marca o fim de um "passado" dos álbuns visuais, e nos traz uma série de reflexões contemporâneas acerca do formato: Como ele se configura e se estabelece nos dias atuais? Quais são os principais artistas que incorporaram este legado musical e perpetuam o álbum visual em seus trabalhos? Podemos dizer que este formato possui um campo autônomo na indústria do entretenimento atual? Quais são as instâncias que o legitimam como um produto diferente do videoclipe. Estes são questionamentos que irão delinear as próximas discussões e reflexões deste presente trabalho, partindo da contemporaneidade do formato em estudo.

2.2 Contemporaneidade do Formato

A tentativa de estabelecer uma linha temporal de um formato audiovisual implica em identificar quando que o mesmo começou a se delinear em meio a outros formatos que estavam em plena ascensão no passado, e em encontrar características (estética, narrativas, produtivas e estruturais) que definam semelhanças e/ou diferenças entre os mesmos. Demonstrar, através de exemplos anteriores aos encontrados na atualidade, que os álbuns visuais já existiam há muitos anos enquanto uma possibilidade latente tanto no cinema quanto nos videoclipes, porém foram se reconfigurando através do tempo, alcançando novos níveis estilísticos, conceituais e estéticos.

Podendo ser caracterizado enquanto um produto híbrido, que habita um entre-lugar, o álbum visual ainda é, nos dias atuais, um conceito de difícil definição, principalmente no que diz respeito ao estabelecimento de parâmetros estruturais, narrativos, estéticos, estilísticos, linguísticos e sensitivos. A maioria dos álbuns visuais existentes na contemporaneidade são produtos assim definidos pelos próprios artistas que os produzem, tornando a tarefa de “catalogação” do formato ainda mais intrincada e complexa, dificultando o encontro de instâncias que legitimem o formato como produto cultural possuidor de um campo autônomo na indústria do entretenimento, em suas mais variadas relações de produção e consumo.

No entanto, através da observação empírica da cultura pop contemporânea, identificamos uma crescente adoção por este formato artístico alternativo, a despeito do valor mercadológico quase nulo do álbum visual. Diferente do vídeo musical, que possui uma lógica promocional bem definida - trabalhando em um campo autônomo composto por particularidades estruturais e estéticas próprias - o álbum visual carece de um fator determinante, que o distancia de forma fundamental do campo do videoclipe: o álbum visual não segue a lógica mercantil de vender um *single* - muito menos um artista - simplesmente porque o formato é longo demais para o mercado fragmentado do videoclipe. Enquanto os videoclipes possuem em média de 3 a 5 minutos de duração e são fragmentos exclusivos de uma obra fonográfica maior, o álbum visual possui em média cerca de 45 minutos a 1 hora de duração. Longe do caráter promocional do instante, mercadológico e vendável do videoclipe, o álbum visual busca expandir visualmente o universo conceitual e temático de um determinado disco, não se atrelando tão fortemente à lógica externa mercadológica como os videoclipes o fazem. Vale salientar, no entanto, que o álbum visual ainda sim faz parte de grandes indústrias do entretenimento, e fazendo parte dessas indústrias, é impossível separá-lo totalmente da lógica do mercado. A provocação aqui é a de que o álbum visual retém uma menor força promocional quando comparada a outras formas de

vendagem - tais como a produção de videoclipes ou lançamento de *singles* nas rádios - mas ainda sim possui a sua força intrínseca, mesmo que de forma reduzida (o artista - em qualquer ação que realize na mídia - vende, inevitavelmente, a sua própria imagem).

A proposta da reflexão diz respeito a própria constituição de dois produtos culturais - videoclipe e álbum visual - e como as relações de produção e consumo podem ser diferentes a partir do momento em que o valor externo da lógica mercantil se distancia como objetivo primário e a obra de arte se torna um fim em si mesmo. Que tipo de relações de produção e consumo se configuram em um álbum visual, quando o resultado concebido a partir de um disco pop não circula por circuitos cinematográficos, ou canais de televisão e muito menos configura entre os circuitos próprios da indústria da música?

É por isso que a crescente produção dos álbuns visuais se dá no seio de uma indústria do entretenimento que parece estar em franca transformação. Com a popularização da internet e o aumento de plataformas de redes sociais, os álbuns visuais e a *web* estabeleceram entre si profundas relações de produção, circulação e consumo, uma vez que a cultura cibernética modifica os modos de interação e de intermediações entre público consumidor e produtores. O álbum visual é compreendido, portanto, enquanto um produto híbrido, produzido pelo artista para o seu grupo de fãs de forma direta, sem intermediações externas à relação artista/consumidor, presente em outras relações na indústria cultural.

A visualização de um álbum inteiro, então, é um empreendimento criativo desafiador. Que narrativa amarra o todo? Que imagens são consistentes e esteticamente apropriadas para a música? É uma chance para os músicos e cantores provarem as suas visões criativas, explorarem as suas próprias profundidades, se conectarem com as pessoas e assumirem um completo controle sobre o que estão produzindo. (ESTRELLA, 2016, p. 01, tradução nossa)¹⁶

O álbum visual assume um caráter de possibilidade de experimentação, de conexão entre o artista e o seu público; uma forma de levar a experiência de um álbum a outros níveis de exploração artística, articulando formas estético-narrativas próprias. De diversas maneiras e em formatos um tanto quanto variados, os álbuns visuais estabelecem-se como extensões de um universo em expansão, criado pelos próprios artistas e compartilhado através da internet como forma de vínculo profundo entre artista e público. O álbum visual se torna um conceito complementar à experiência musical: o que antes era captado através de uma experiência unidimensional (através do som), agora estimula a captação dos conceitos auditivos imaginados pelo artista e reinterpretados através de símbolos imagéticos, de modo que a experiência

¹⁶ <http://cnnphilippines.com/life/entertainment/music/2016/04/26/visual-albums.html>

sinestésica dos sons e imagens oferece uma experiência bidimensional. Landon Palmer (2012, p. 01, tradução nossa)¹⁷ traz uma contribuição nesse sentido, afirmando que:

Nos últimos anos, um novo híbrido de música e vídeo tornou-se cada vez mais prevacente. O "álbum visual" continua a emergir como um meio criativo de expressão visual e (muitas vezes) como uma forma de promoção cruzada. Ao contrário dos videoclipes, um álbum visual apresenta - às vezes com interrupções - a maior parte de (senão todo) um álbum. (...) Mesmo que este formato pareça projetado para existir exclusivamente através da distribuição na *web* (álbuns visuais podem, ocasionalmente, ser muito longos, interconectados e narrativa ou estilisticamente coesos para serem analisados como um curta-metragem ou como o videoclipe de uma música individual; mas não longos o suficiente para serem longas-metragens), o álbum visual é uma declaração arriscada na era do iTunes, proclamando que álbums são obras coesivas de arte musical ao invés de serem partes convenientemente divisíveis de áudio-informações.

Álbums visuais significam maior poder dos artistas sobre o seu próprio trabalho; liberdade criativa de uma obra que, ainda que possua a interferência do capital financeiro (estúdios de cinema ou grandes corporações fonográficas), o possuem em uma escala muito menor e muito menos danosa para a força criativa de um artista; significa uma conexão mais profunda com as pessoas que consomem o seu trabalho e uma oportunidade de mostrarem o seu talento não só como musicistas, mas como artistas contemporâneos que contemplam a música em todas as suas possíveis formas de expressão. A característica sinestésica do álbum visual é um dos aspectos mais relevantes do formato, por permitir uma expansão sensorial de sentidos que afeta não apenas o ouvinte, mas sim o ouvinte-espectador da obra. Ainda, de acordo com Palmer (2012, p. 01, tradução nossa)¹⁸:

Talvez mais do que o videoclipe, o álbum visual chega em um momento de crise na música pop. Os anos 1960 nos deram *A Hard Day's Night*. Os anos 1980 nos deram *The Wall* e *Purple Rain*. Mas o gênero cinematográfico atrelado à música pop esteve ausente enquanto os videoclipes estiveram em alta (o que faz total sentido). Você pode ir até o *multiplex* mais próximo e ver um concerto em 3D do seu *pop star* adolescente favorito, mas faz um tempo desde que alguém na indústria do cinema se preocupou em ver uma conexão entre música pop e narrativa. O álbum visual preenche esta lacuna, e até mesmo abraça a sua liberdade artística sem precedentes, fruto do fato de que este formato não é sobrecarregado pelos prazos curtos e possíveis restrições dos estúdios cinematográficos. Frequentemente dirigido por um músico ou por uma banda, ao invés de um "cineasta legítimo", o álbum visual é uma promissora expressão sinestésica da criatividade musical.

Por ser um formato sinestésico e promissor no que diz respeito à expressão musical, o álbum visual começa a conquistar a sua legitimidade no mesmo espaço que recriou o formato

¹⁷ <https://filmschoolrejects.com/how-visual-albums-are-changing-the-way-we-think-of-movies-and-music-videos-db2620501765#.du2ef6wta>

¹⁸ <https://filmschoolrejects.com/how-visual-albums-are-changing-the-way-we-think-of-movies-and-music-videos-db2620501765#.du2ef6wta>

nos moldes como ele é conhecido atualmente: na internet. É nos meios digitais que os terrenos mais férteis para a construção de um campo autônomo do formato se encontram, e com um pouco de pesquisa imersiva é possível encontrar artigos em revistas e portais importantes da cultura pop que legitimam os álbuns visuais como bens simbólicos da nova era do consumo de música digital, por vezes decretando o fim dos videoclipes como forma de promoção musical nos tempos contemporâneos de consumo.

A filial filipina do portal de notícias norte-americano CNN publicou em seu website no dia 26 de Abril de 2016 um artigo de Fiel Estrella, intitulado "*A.V. club: A brief history of visual albums from the Beatles to Beyoncé*"¹⁹ no qual o autor discorre sobre o novo formato em ascensão na indústria do entretenimento, traçando um paralelo histórico desde *A Hard Day's Night* dos Beatles até o mais recente trabalho produzido por Beyoncé, o álbum visual *Lemonade*, lançado em 2016. O artigo destaca os principais álbuns visuais produzidos no decorrer do tempo, levantando indícios de que o formato sempre esteve rondando as arestas da cultura pop, ainda que não estivesse participando ativamente no núcleo da indústria do entretenimento. Além de trazer à tona *A Hard Day's Night*, Michael Jackson e *Purple Rain*, do cantor Prince, o artigo também traz alguns álbuns visuais modernos que contribuem, na contemporaneidade, para a ascensão do formato, tais como *ODDSAC*, álbum visual lançado em 2010 pela banda norte-americana experimental Animal Collective.

O álbum visual *ODDSAC* teve sua estreia mundial no *Sundance Film Festival* em Janeiro de 2010 e foi oficialmente lançado em DVD em Agosto do mesmo ano. O álbum visual, dirigido e editado por Danny Perez, é composto por visuais psicodélicos e por uma montagem descontínua, sem a presença de uma estrutura narrativa definida. Os membros da banda e o diretor Danny Perez chamaram a combinação dos 53 minutos do filme feito por Perez e da música da banda Animal Collective de um "álbum visual", no qual os visuais foram criados para refletir a música e a música fora criada para refletir as imagens. (SOLARSKI, 2008, p. 01, tradução nossa)²⁰

¹⁹ <http://cnnphilippines.com/life/entertainment/music/2016/04/26/visual-albums.html>

²⁰ <http://pitchfork.com/news/34189-hey-its-an-animal-collective-film-project-quasi-update/>

Figura 16 – Grafismos conceituais de ODDSAC



Figura 17 – Cena conceitual de um personagem derretendo-se em tinta



Fonte: Kryko. ODDSAC (Animal Collective Film). Disponível em: <<http://youtube.com/watch?v=tC-0Yvr6uSI>> Acesso em 24 de outubro de 2016.

Durante a produção do filme, os músicos e o diretor colaboraram igualmente: nem a música nem o filme foram criados independentemente; este foi o conceito por trás do projeto desde a sua concepção. Josh Dibb (membro da banda) explica: "Esse era o objetivo do que estávamos criando. Nós não queríamos que Perez criasse um vídeo para que fizéssemos a trilha sonora e muito menos que nós criássemos uma música para que ele montasse um vídeo. Então o trabalho foi e voltou de nós para Perez muitas vezes; tanto a música quanto os visuais foram construídos concomitantemente. Muitos sons criados pela banda foram inspirados diretamente pelas imagens criadas por Perez, e muito das imagens que Perez criou foi modificada em resposta aos novos sons e às novas músicas que nós criávamos." (RICH, 2011, p. 01, tradução nossa)²¹

ODDSAC, lançado em 2010, é indiscutivelmente o primeiro a ser promovido como um álbum visual, e a banda é algumas vezes reconhecida por ter cunhado o termo. Laconicamente falando, *ODDSAC* é um filme experimental feito para uma também experimentação musical. Ambos completam-se um ao outro: a música reflete o vídeo e o vídeo reflete a música. O filme é, mais especificamente, uma sobrecarga sensorial e psicodélica – luzes intermitentes, imagens distorcidas, zero narrativa e um amontoado de filmagens da banda juntamente com outros atores – com uma trilha sonora melodicamente distorcida de sons igualmente complexos. (ESTRELLA, 2016, p. 01, tradução nossa)²²

Outro trabalho experimental trazido pelo mesmo artigo de Estrella (2016) diz respeito ao álbum de estúdio *My Beautiful Dark Twisted Fantasy*, produzido pelo artista Kanye West. Lançado também em 2010, o curta-metragem *Runaway*, com aproximadamente 35 minutos de duração, foi postado diretamente na conta oficial do artista na plataforma de vídeos YouTube e traz consigo quase a totalidade das músicas do álbum de estúdio lançado pelo artista, tornando-o um álbum visual fortemente influenciado por artistas como Michael Jackson e Prince.

²¹ <http://www.cinemablend.com/new/Exclusive-Interview-Animal-Collective-ODDSAC%20DirectorDannyPerez-16856.html>

²² <http://cnnphilippines.com/life/entertainment/music/2016/04/26/visual-albums.html>

O vídeo é uma compilação de um total de 9 músicas que estão presentes no álbum *My Beautiful Dark Twisted Fantasy*, com 10 dos 35 minutos do seu tempo dedicada à sequência da música "Runway". West buscou inspiração em outros videoclipes de longo formato e em videoclipes relacionados ao cinema, tais quais *Purple Rain*, *The Wall* e *Thriller*. West também dirigiu o filme, usando como referência o diretor norte-americano Stanley Kubrick. (KAUFMAN, 2010, p. 01, tradução nossa)²³

Com inúmeras peças de dança, efeitos especiais de pós-produção, recursos estilísticos de alargamento do tempo tais como o *slow-motion* e uma forte influência que encontra ecos na estética dos videoclipes, *Runaway* é uma obra conceitual, musical e visual significativa para a consolidação do formato álbum visual na cultura pop contemporânea. O vídeo musical foi elogiado pelo jornalista Ken Tucker, da revista *Entertainment Weekly*, chamando-o "um filme de arte cuidadosamente lapidado, feito por um homem com uma missão", observando o uso de cores dominantes bem como a direção artística da obra. (2010, p. 01, tradução nossa)²⁴ Jozen Cummings, do *The Wall Street Journal*, descreve o vídeo como "o cruzamento entre um épico videoclipe e uma charmosa casa de campo *indie*", afirmando que a maior conquista do vídeo foi a forma como "trouxe a música de Kanye West à vida." (2010, p. 01, tradução nossa)²⁵

Figura 18 – Kanye West carrega a fênix nos braços

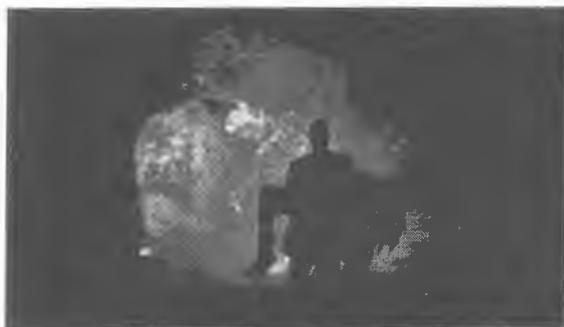


Figura 19 – A personagem-fênix explora a casa de West



Fonte: KanyeWestVEVO. Kanye West – Runway (Full-length Film). Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Jg5wkZ-dJXA&t=350s>> Acesso em 24 de outubro de 2016.

As influências de Michael Jackson e Prince são muito aparentes no curta-metragem de Kanye West, "Runway", o qual funciona como um abrangente vídeo musical para músicas de seu álbum "My Beautiful Dark Twisted Fantasy". West se utiliza de um realismo mágico para contar a história de um romance condenado entre um homem (West, também diretor do vídeo) e uma mulher que é metade fênix. Visualmente atrente, "Runway" combina imagens que vão desde um carro explodindo, até uma festa de carnaval, bailarinas dançando, estrelas no céu e, claro, a fênix-protagonista. Todas essas cenas unidas descrevem gráficamente a surrealidade da música de West

²³ <http://www.mtv.com/news/1649493/kanye-west-screens-runaway-in-london/>

²⁴ <http://ew.com/article/2010/10/23/kanye-west-runaway-mtv-bet/>

²⁵ <http://blogs.wsj.com/speakeasy/2010/10/22/kanye-wests-runaway-film-an-early-look/>

que, por mais frenética e dispersa que seja, faz justiça ao nome do disco. (ESTRELLA, 2016, p. 01, tradução nossa)²⁶

Fazendo companhia à *ODDSAC* e à *Runway*, encontramos também o trabalho conceitual-visual da banda inglesa *Noah and the Whale* que, em 2009, lançou o seu segundo álbum de estúdio - também um álbum visual - denominado *The First Days of Spring*. O álbum difere notadamente do primeiro disco da banda, "Peaceful, the World Lays Me Down" pela presença de uma narrativa descrevendo o término de um relacionamento e pela ausência de vocais femininos. A versão *deluxe* do álbum inclui o filme, que também é chamado *The First Days of Spring*.

Em 2013, o grupo inglês lançou outro álbum visual (o que também foi o último trabalho da banda), no qual os músicos criaram uma temática distópica e estabeleceram um cenário misantropo para falar sobre assuntos profundos, tais como a passagem do tempo e a perda da inocência:

Heart of Nowhere foi concebido quando Fink (vocalista e guitarrista da banda) retornou para casa depois de uma turnê e descobriu que um de seus amigos tinha ficado noivo. O sentimento de desconexão o levou a escrever músicas sobre a juventude, a passagem do tempo e a perda da inocência. Elas são acompanhadas por um filme de 40 minutos de duração, de mesmo nome, sobre uma ilha distópica aonde adolescentes são despojados de suas memórias para integrarem-se à sociedade, com o enredo focando no último show de uma jovem banda. "Heart of Nowhere" é mais sólido e com uma mensagem mais "clara" do que o seu antecessor. Apenas duas músicas do álbum figuram inteiramente no filme, enquanto o resto das músicas são desconstruídas para se tornarem parte da trilha sonora; mas as emoções que Fink queria evocar aparecem no filme com força total, e os visuais – mixando ambientes excêntricos e indefinidos da cidade com os tons suaves e iridescentes do abandono juvenil – refletem a dureza e a pungência desses sentimentos. (ESTRELLA, 2016, p. 01, tradução nossa)²⁷

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

²⁷ <http://cnnphilippines.com/life/entertainment/music/2016/04/26/visual-albums.html>

Figura 20 – Jovens chegam na ilha altamente protegida



Figura 21 – Plano fechado do rosto de um dos jovens



Fonte: Charlie Fink. Heart of Nowhere – A Film by Noah and the Whale. Disponível em: <<http://vimeo.com/82374590>> Acesso em 24 de outubro de 2016.

Alguns anos antes do artigo de Fiel Estrella, no portal de notícias CNN, outros portais de conteúdo na internet já conversavam com o público sobre a ascensão dos álbuns visuais na cultura pop contemporânea, bradando aos quatro ventos sobre a derrocada dos videoclipes como formatos obsoletos de arte e o surgimento de um novo modo de consumir música - e, por consequência, audiovisual - na era dos meios digitais.

Landon Palmer, PhD em Comunicação e Cultura pela Universidade de Indiana, nos Estados Unidos, escreveu um artigo em 2012 sobre o advento dos álbuns visuais no cenário contemporâneo, discutindo como este novo formato de consumo está alterando os modos como pensamos o entrelaçamento das indústrias cinematográfica e fonográfica e de que forma consumimos os produtos híbridos oriundos desta miscigenação peculiar. O artigo publicado no site *FilmSchoolRejects* (site sobre conteúdos cinematográficos e sobre cultura pop em geral) "How Visual Albums Are Changing the Way We Think of Movies and Music Videos" também apresenta - assim como o artigo da CNN - alguns álbuns visuais contemporâneos, discorrendo sobre o impacto destas obras para a consolidação do novo formato no *mainstream*.

Entre os exemplos trazidos no artigo de Estrella estão os já citados anteriormente, além de *Hi Custodian*, álbum visual lançado pela banda norte americana Dirty Projectors em 2012, diretamente no canal oficial do grupo no YouTube. O filme - o qual traz músicas do seu mais recente álbum, *Swing Lo Magellan* - indica que o álbum visual está se tornando um formato sólido como uma nova forma de se fundir músicas com imagens. David Longstreth, líder da banda, escutou/viu *Purple Rain* e *Runway* e os utilizou como inspiração para buscar a sua música dentro deste formato: parte narrativo, parte videoclíptico, parte filme-arte: um híbrido de conceitos visuais e performances musicais.

Apesar de conter um teor negativo sobre a "morte" da era dos videoclipes no começo do texto, o artigo é bastante interessante ao trazer conceitos novos sobre os álbuns visuais e por corroborar reflexões já levantadas por outros artigos sobre o assunto na internet. O texto é bastante incisivo ao afirmar que este novo formato é promissor e está em ascensão na cultura pop, além de destacar que possui todas as características necessárias para se firmar na indústria do entretenimento como um novo conceito no que tange o consumo digital de música, vídeo e arte como uma experiência contemporânea de fruição sinestésica.

No portal de conteúdo voltado à indústria musical na internet - Cuepoint²⁸ - podemos encontrar outro artigo sobre o assunto, publicado pelo usuário Dalton Vogler. No artigo denominado "See The Music: The Evolution of Visual Albums", Vogler também se preocupa em estabelecer uma linha temporal do formato, elencando todos os principais álbuns visuais lançados na história, desde *A Hard Day's Night* até o aclamado álbum visual *Lemonade*, da cantora Beyoncé, lançado em 2016. Junto com uma pequena análise estrutural e estética de cada álbum visual, o artigo também carrega uma questão bastante pertinente quando falamos sobre os lugares em que este formato é legitimado socialmente.

Além dos artigos e textos sobre o assunto retirados da internet - já apresentados no decorrer deste trabalho - outra instância de reconhecimento dos álbuns visuais na cultura pop e na indústria fonográfica diz respeito àquela que o conduz para o cerne da indústria cultural contemporânea possibilitando o alcance de categorias passíveis de premiação: o *MTV Video Music Awards* - cerimônia que premia os melhores videoclipes de cada categoria musical inserida na indústria fonográfica. No ano de 2016, pela primeira vez na história da premiação tivemos a categoria "Breakthrough Long Form Video". Esta categoria criada em uma premiação de tamanha envergadura na cultura pop como o VMA representa uma instância de consagração extremamente relevante para a quebra de barreiras na indústria e para a consolidação definitiva do álbum visual como um formato categorizado e com parâmetros específicos que o definem como uma obra caracterizada pelas suas próprias estruturas de construção, descolados do formato videoclíptico ou do formato longa-metragem.

Semana passada a MTV anunciou os indicados ao VMA 2016 e com este anúncio veio a chance de legitimar os álbuns visuais como os sucessores naturais dos videoclipes. (...) Músicas hoje em dia entendem a necessidade de criar "eventos" ao redor dos seus álbuns, capturando o nosso "medo de não fazer parte" no digital e nos dando razões para interagir. É por isso que estamos tentos lidar com exaustivos álbuns surpresas, os quais os artistas nos obrigam a prestar atenção, pelo menor por enquanto.

Mas Beyoncé mudou a conversa ao fazer do seu último álbum um evento, o qual nós "precisamos ver", além de apenas um "precisamos ouvir". Isso pode parecer óbvio,

²⁸ <https://medium.com/cuepoint/the-history-and-evolution-of-visual-albums-77592e14304#.bgk7r0eqf>

mas é uma distinção importante. Embora álbuns visuais tenham existido conceitualmente desde a metade do século passado, nós nunca definimos do que esses álbuns consistem realmente. A nova categoria criada pelo VMA - "Breakthrough Long Form Video" – é um testemunho do impacto cultural do álbum *Lemonade*, e nos dá uma oportunidade de entender e apreciar como os álbuns visuais evoluíram ao longo do tempo. (VOGLER, 2016, p. 01, tradução nossa)²⁹

Dentre os indicados na categoria em 2016, estavam quatro álbuns visuais e um curta-metragem realizado a partir de três músicas do álbum de estúdio *Blue Neighborhood*, do cantor australiano Troye Sivan. Os quatro álbuns visuais que estavam concorrendo: *Purpose: The Movement*, do cantor canadense Justin Bieber; *Royalty*, do rapper Chris Brown; *The Odyssey*, da banda norte-americana Florence + The Machine e o álbum visual ganhador da categoria em 2016, *Lemonade*, da cantora norte-americana Beyoncé Knowles.

Figura 22 – Indicados ao 2016 MTV Video Music Awards para o prêmio "Breakthrough Long Form Video"



Fonte: richard cuyar. MTV Video Music Awards 2016 – Breakthrough Long Form Video Nominees. Disponível em: <<http://youtube.com/watch?v=gPMqUKwqgtm>> Acesso em 14 de janeiro de 2017.

Lançado em Abril de 2016, *Lemonade* é o sexto álbum de estúdio e o segundo álbum visual da carreira de Beyoncé. A cantora já havia quebrado barreiras ao lançar de surpresa para o público - através da plataforma de vendas iTunes - o primeiro álbum visual de sua carreira, o

²⁹ <https://medium.com/cuepoint/the-history-and-evolution-of-visual-albums-77592e14304#.7yyhwmvx5> - 24/10/2016

autointitulado *Beyoncé*, em dezembro de 2013. Na época, o movimento em torno do formato na cultura pop ainda era tímido, e o papel da cantora no resgate e reconfiguração do álbum visual como forma de se consumir música na era digital fora indiscutivelmente marcante. Beyoncé trouxe o formato para o *mainstream* e o reapresentou ao seu público da forma mais pop que se poderia apresentar um trabalho conceitual de tal envergadura.

Beyoncé lançou um disco homônimo que se destacou por motivos relacionados à nossa reflexão de fundo, de todas as produções já feitas durante os quase 12 anos de sua carreira. Trata-se de uma iniciativa que materializa sua intenção de provocar a indústria fonográfica e os fãs com uma proposta expandida de disco, onde se quer “ver a música” e dar vazão a uma concepção de imagem que nos intriga, provoca e que já vinha sendo trabalhada pela artista em eventos e produções específicas. Este disco visual, como foi chamado pela própria artista e pela mídia (G1³⁰), reúne uma coleção de 14 produções sonoras e 17 videoclipes gravados em diversos lugares do mundo, incluindo o Brasil, e que foram vendidos exclusivamente pelo iTunes, sem nenhum tipo de aviso prévio ou algum filtro de divulgação, pelo menos nos moldes em que costumamos identificar como uma campanha publicitária de lançamento, por exemplo. Em pouco mais de três horas disponível, o disco já tinha alcançado a marca de mais de 80.000 vendas e os vídeos já estavam sendo um dos assuntos mais comentados nas redes sociais. (...) A proposta deste álbum audiovisual é ser uma experiência imersiva, na qual o indivíduo tem a chance de experimentar uma produção que foi pensada além do *single*³¹ e que oferece um universo de sensações criado pelo som e imagem, trabalhando juntos. (FISCHER, FERREIRA, 2016, p. 125-126)

Beyoncé – através das 14 faixas musicais e dos 17 videoclipes que acompanham o álbum - narra, visualmente, a jornada da cantora através do seu autoconhecimento como artista negra, mulher, mãe e grande ícone pop contemporâneo. Apesar de não ser apresentado como um filme só, os dezessete videoclipes podem ser pensados como uma série narrativa dividida em episódios, uma vez que podemos constatar a existência de um eixo narrativo central que perpassa todos os vídeos musicais. Elementos narrativos ou objetos simbólicos aparecem e reaparecem em mais de um vídeo, e transitam pelos planos, sequências e videoclipes como se fossem pertencentes ao todo. Todos os videoclipes compartilham de uma mesma estrutura narrativa simbólico-política e, portanto, podem ser entendidos como fragmentos de um projeto visual e conceitual coeso, do início ao fim.

“É mais do que posso ouvir. Quando estou ligada a algo, imediatamente vejo uma imagem ou uma série de imagens que estão ligadas a um sentimento ou uma emoção, uma lembrança de quando era pequena, pensamentos sobre a vida, meus sonhos e fantasias. E todos estão ligados à música”. Essa declaração, presente na matéria “Nova álbum de Beyoncé vende 80.000 cópias em três horas”, do Jornal *El País*³², foi

³⁰ Dados retirados da matéria “Álbum visual de Beyoncé é ousadia comercial e artística; conheça clipes” publicada no site G1: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/12/album-visual-de-beyoncee-ousadia-comerciale-artistica-conheca-clipes.html>

³¹ *Single* é a música de trabalho de um artista, escolhida dentre todas as faixas do álbum a ser lançada por sua potência comercial, de venda e de alcance.

³² http://brasil.elpais.com/brasil/2013/12/13/cultura/1386948429_982528.html

feita pela cantora americana Beyoncé Knowles no documentário *Self Titled* (2013), produção feita por meio de uma compilação de vídeos capturados ao longo da turnê mundial Mrs. Carters Show, nos quais, a cantora e sua equipe de produtores, diretores e convidados, comentam o conceito do disco e a fase da vida profissional e pessoal da artista. (FISCHER, FERREIRA, 2016, p. 125)

É interessante observar - neste caso - o caráter fragmentário das narrativas seriadas com o qual o álbum visual pode compartilhar a sua estrutura; outros casos em que o álbum visual compartilha deste esqueleto estrutural se encontra em trabalhos como os de Chris Brown em *Royalty* ou em *Electra Heart*, da artista e compositora galesa *Marina and the Diamonds*. Este último exemplo é bastante interessante ao empregar o mesmo modelo do álbum *Beyoncé*, compartilhando de sua essência seriada e fragmentada. *Electra Heart* é o segundo álbum de estúdio de *Marina and the Diamonds* e se destaca por trazer 11 videoclipes que funcionam como 11 "partes" ou 11 "capítulos" de uma mesma história inspirada no alter-ego criado pela artista para o trabalho.

Assim sendo, ainda é demasiado complexo definir se o álbum visual possui, de fato, um campo autônomo na esfera da indústria cultural. O formato carrega marcas próprias de constituição, produção e estruturas mais ou menos consolidadas em algumas instâncias de reconhecimento e legitimação, bem como traços estilísticos e estéticos próprios que os diferenciam de outras obras. Há que se ter em mente que estamos pensando o campo autônomo segundo os pressupostos teóricos de Pierre Bourdieu, para quem compreende que:

"Microcosmos sociais" (BOURDIEU, 2005: 60) (que) têm suas particularidades reveladas pelo conjunto de temas, noções ou objetos neles disputados e ainda pela definição - historicamente variável - dos recursos, habilidades e estratégias necessários para a maior desenvoltura possível de atuação de seus participantes. Agentes, grupos e instituições interagem - associando-se ou concorrendo entre si - em espaços "relativamente autônomos" (BOURDIEU, 2005: 85), cuja denominação costuma seguir os aspectos conceituais e/ou profissionais neles prevalentes, daí, campo econômico, político, religioso, esportivo, jornalístico, literário, artístico etc (...) Para Bourdieu, o campo - por meio da instituição de leis específicas - refrata (como um prisma), isto é, redireciona ou recontextualiza a influência da sociedade e de outros campos sociais (BOURDIEU, 2005: 61). (BARRETO, 2009, p. 28)

Nesse sentido, podemos dizer que o álbum visual possui um campo que está em constante construção. Trata-se de um tipo de obra em plena ascensão no cenário contemporâneo e que congrega dimensões estruturais complexas que ainda estão sendo delineadas. Podemos pensar, portanto, que o conjunto de álbuns visuais lançados até hoje, como vimos anteriormente neste trabalho, compartilham de noções conceituais sinestésicas semelhantes, estruturas narrativas que dialogam com as propostas das músicas do álbum, linguagens visuais específicas que transitam pelo cinema, pela televisão, pelo vídeo, e modos de circulação e consumo específicos e intrínsecos ao formato que encontra no fã a figura ideal. O formato refrata, redireciona,

recontextualiza e reconfigura a sociedade na qual está inserida a partir do momento em que se torna peça fundamental de uma cultura pop em que o espaço dos fãs aumenta exponencialmente. Os álbuns visuais estão transformando as relações de produção nas indústrias culturais, miscigenando estruturas e hibridizando formas de expressão artística em conceitos estéticos de projetos visuais, ressignificando as camadas dimensionais das obras audiovisuais na cultura pop.

A partir de todos os pressupostos levantados neste trabalho sobre o nascimento e expansão do álbum visual no seio da cultura pop contemporânea, tratarei de conceitualizar e definir características mais ou menos fundamentais sobre este objeto de estudo no próximo capítulo tendo como objeto empírico o álbum visual *Lemonade*. Ganhador do prêmio *Video Music Awards 2016 de Breakthrough Long Form Video*, o álbum visual *Lemonade*, da artista Beyoncé Knowles, servirá de corpus para análise acerca das características estruturais: elementos essenciais do formato (levando em consideração a trajetória histórica e os álbuns visuais produzidos antes de 2016); aspectos conceituais referentes à estrutura narrativa; símbolos estéticos e estilísticos presentes nos ecos videoclípticos do álbum *Lemonade*; dimensões de produção, circulação e consumo deste álbum nas plataformas online; recepção e reconhecimento do público e da crítica especializada; concepção artística, musical e visual de Beyoncé e dos seus principais parceiros na produção artística da obra; de que forma o projeto foi abordado nos inúmeros artigos e portais da internet; as temáticas feministas e raciais significativas trazidas pelo projeto; de que modo *Lemonade* reconfigurou a forma como o álbum visual se consolidou no cenário contemporâneo; referências político-sociais trazidas nos visuais concebidos por Beyoncé. Por fim, farei uma contextualização histórico-político-social deste projeto e de que forma o seu impacto cultural foi sentido pelas esferas de produção, circulação e consumo na indústria pop contemporânea.

Capítulo 3

Analisando o Álbum Visual: *Lemonade* e Beyoncé

3.1 Metodologia

Realizar uma análise que dê conta das características plásticas e estéticas de *Lemonade*, levando em consideração aspectos referentes ao contexto de produção e circulação da obra não é uma tarefa simples. Primeiramente, porque trata-se da obra de uma artista que alcançou um *status quo* quase supremo na indústria musical, cujo nome é sinônimo de reconhecimento internacional e referência artística no que diz respeito às características e estilos próprios que trouxeram à tona formatos de consumo inovadores ao *mainstream* da cultura pop. Em segundo lugar, porque *Lemonade* não é um simples álbum fonográfico clássico (o que não retiraria a dificuldade em se analisar tal objeto); ou seja, estamos tratando de um álbum cujas dimensões sonoras, visuais e conceituais envolveram uma equipe de produção por detrás dos ímpetus artísticos empregados por Beyoncé. E, por último, porque os métodos analíticos que abarcam esse tipo de análise demandam uma articulação teórico-metodológica que dê conta de aspectos referentes à internalidade da obra (elementos plásticos e estéticos), bem como questões de ordem externa (reflexões acerca da esfera da produção e circulação da obra/artista). Portanto, este é um objeto complexo de ser dissecado, porém muito interessante e pertinente, pois colocará o leitor (e até mesmo a mim, o autor que analisa a obra) em uma posição de constante descoberta acerca do objeto de estudo.

Antes de entrarmos, de fato, na análise de um contexto mais amplo do álbum em questão, teremos que caminhar um pouco pelos métodos de análise que serão empregados para dialogar esteticamente com o álbum *Lemonade*. Trazendo os autores Thiago Soares (2005, 2006, 2007, 2008, 2012, 2015) e Jeder Janotti (2006, 2008, 2015) como alicerces teórico-metodológicos, vou explorar alguns conceitos com intuito de elucidar como compus a análise.

Vale salientar que o arcabouço de teorizações da qual retirei os conceitos que serão utilizados neste trabalho nascem da perspectiva dos autores mencionados acima, cujas análises recaem sobre a "canção-videoclipe" e o percurso natural de construção de um produto ao outro. É claro que as hierarquias aqui podem se alterar - principalmente por estarmos falando de um álbum visual - e o percurso pode ser tanto o da canção para o visual quanto do visual para a canção. Pensando nos produtos híbridos - onde canção e conceito visual se misturam para formar um produto outro - é importante deixar claro que alguns conceitos de Thiago Soares e Jeder Janotti serão "transpostos" para a realidade e contexto de produção e consumo do álbum

visual, produto cultural nascido de bases parecidas com as do videoclipe, porém com outro desenvolvimento estético, de circulação e de consumo, que o coloca em um lugar diferente daquele ocupado pelo videoclipe, pelo menos até o final da década de 90.

Apesar de estarmos considerando o álbum *Lemonade* como a obra que impulsiona este trabalho, a aplicação dos conceitos de modo analítico não irá abarcar o álbum visual na sua integralidade. Ao invés de dialogarmos com o álbum visual como um todo, a análise será composta pelo recorte de um *corpus*, composto pelos dois *singles* lançados por Beyoncé na promoção do álbum visual: "Sorry" e "Hold Up". Após realizarmos uma análise plástica, estilística e estética sobre os singles (canções/videoclipes), iremos problematizar a questão deles serem "retirados" do álbum visual, na tentativa de estabelecer uma reflexão sobre a conexão narrativa e estética dos *singles* com o restante do álbum visual lançado. Ou seja: quais são os pontos de intersecção entre os singles e o álbum inteiro? De que forma os videoclipes/singles podem ser "descolados" da narrativa do álbum, ao mesmo tempo em que fazem parte intrínseca para o funcionamento do todo? Como os videoclipes podem ser independentes e interdependentes na mesma proporção? Como que *Lemonade* não perde o seu caráter global como produto audiovisual *long length*, mas pode, ao mesmo tempo, ser fragmentado para responder comercialmente à indústria que o consome? Estas são algumas questões que orientam as reflexões levantadas posteriormente neste capítulo. Por ora, caminharemos um pouco sobre a metodologia de análise desses videoclipes, descortinando alguns conceitos importantes para a compreensão da complexa rede de significados e sentidos possíveis trazidos pelo álbum *Lemonade*.

Para Thiago Soares (2006, 2008), há a existência de um percurso analítico próprio quando falamos em canção e videoclipe, e que precisa ser respeitado para que possamos empreender de forma satisfatória a totalidade das características e elementos estéticos presentes em ambos os produtos culturais. Portanto, ele parte do pressuposto de que a canção seria o produto primeiro, ponto de partida para a construção imagética que seria encontrada posteriormente no videoclipe. O autor defende a ideia de que, na esfera de produção, a canção viria como a base simbólica e estética para a confecção do tecido visual da música: traços como a letra, as modulações de voz, os instrumentos tocados, o ritmo e a harmonia são os horizontes que permeiam os conceitos que serão traduzidos imageticamente para o público. Para Feinaman e Reiss (*apud* SOARES, 2006, p. 01),

Partir do material sonoro (do que chamamos canção popular massiva) para debater o clipe não significa ignorar os meandros conceituais da imagem que se “associa” ao som. É, antes, a “inversão” de um ponto de partida para os questionamentos analíticos: ao invés de começarmos interrogando o videoclipe a partir de suas imagens (planos, edições, efeitos de pós-produção), damos início ao trajeto analítico interrogando os sons do clipe (arranjo da canção, voz do artista, instrumental, efeitos de produção sonora) e tentamos problematizar de que forma se empreendem as relações entre som e imagem. Trata-se da demarcação de um ponto de origem mais usual para os questionamentos acerca da concepção deste audiovisual, compreendendo que a trajetória de criação de um videoclipe parte da canção e é gerada dentro dos sistemas de produção da indústria fonográfica

Dessa maneira, percebemos a ideia de um percurso analítico que parte da canção popular massiva para, posteriormente, investigar os elementos visuais do videoclipe originado a partir da canção. No entanto, é interessante notar que, uma vez analisados - e uma vez que os produtos entram em circulação nas esferas de recepção da indústria - ambos os produtos ganham corpo único no videoclipe, e o autor defende que o ato de assistir ao videoclipe não pressupõe uma leitura em separado, senão como produto único e visto/ouvido na mesma intensidade e sem hierarquias de importância. Isto é,

Levar em consideração a lógica do que chamamos de áudio-imagem é pensar que, no terreno do videoclipe, os espectadores ouvem/vêem este produto numa ação simultânea, sendo o ato de assistir a um clipe uma experiência que não prevê um “assistir primeiro” e “ouvir em seguida”, não havendo nem a possibilidade de um desnível perceptivo do momento de ver e, depois, de “ouvir” uma determinada imagem audiovisual. (CHION *apud* SOARES, 2006, p. 02)

Nesta mesma linha de raciocínio, o autor chama a atenção para as exceções, casos em que a tessitura imagética não corresponde diretamente ao que está na canção; em alguns casos até mesmo em que existe apenas o elemento visual e não o sonoro. Por isso, dizer que o percurso parte da canção popular massiva significa dizer que o videoclipe parte de lógicas de produção, circulação e consumo que nascem nas esferas da indústria fonográfica como mercado. As estratégias de promoção e circulação potencializadas pelo videoclipe vem, em primeiro lugar, de um cenário musical pop que se expande não apenas na música, mas em produtos outros que gravitam em torno da canção original. Ora,

Sabemos que videoclipes nem sempre terão suas imagens “coladas” ou “em sincronia” com o som da canção que o origina; (...) que os tecidos sonoros dos videoclipes podem seguir trilhas distanciáveis dos tecidos imagéticos; no entanto (...) quando nos referimos ao ponto de partida do videoclipe ser a canção popular massiva, em sua acepção sonora e visual, tomamos como referência as lógicas produtivas da indústria fonográfica - que leva em consideração tanto os aspectos sonoros dos seus produtos mas, sobretudo, empreende a embalagem e o endereçamento desses produtos a partir de conceitos, rótulos e estratégias de geração de consumo. (SOARES, 2006, p. 02)

Estes pressupostos teóricos nos ajudam a entender o conceito de "contrato audiovisual" (CHION *apud* SOARES, 2006). Este contrato audiovisual se caracteriza por uma série de cláusulas que tem como premissa o percurso iniciado na canção popular massiva para a desconstrução do videoclipe em seus elementos mais fundamentais. É neste contrato que estão inscritos os subsídios necessários para uma análise videoclíptica a partir dos elementos sonoros anteriormente inscritos na canção. Nesse sentido, o conceito delinea um dado percurso para as análises e nos ajuda a compreender o álbum visual como um produto complexo, mas que tem como um possível ponto de partida a canção popular massiva. Desse modo,

1) É preciso estar atento às projeções do som na imagem como forma de identificar quem agrega valor a quem; 2) Entender que esta forma de "contrato" aponta para a visualização de linhas de forças nas relações audiovisuais; 3) Pensar o contrato audiovisual é, sobretudo, desenvolver a ideia de que há uma cena audiovisual, entendendo a cena como um contexto limitado pelo plano e onde se apresentam recursos dispostos a fim de uma determinada produção de sentido; 4) Desvelar o contrato audiovisual significa desenvolver modos de escuta que poderão localizar, no objeto empírico, fontes sonoras que tendem a ser problematizadas quando interrogadas pelo analista. (CHION *apud* SOARES, 2006, p. 04)

As linhas de forças trazidas pelo conceito de contrato audiovisual podem ser estendidas para além das forças sonoras e imagéticas, mas também sobre forças externas aos aspectos plásticos da canção/videoclipe. Para uma análise profunda deste produtos culturais, é preciso ter uma visão macro do contexto de produção e consumo destes produtos; das estratégias de endereçamento e circulação na mídia; sobre as instâncias de reconhecimento e legitimação na indústria cultural e até mesmo deve-se realizar uma aproximação detalhada dos produtos com a/o artista intérprete da canção e do videoclipe, como forma de ler em sua performance artística e/ou midiática características que agreguem valor à análise empreendida. Construindo uma análise tanto plástica quando contextual, o audiovisual sobre o qual a análise está debruçada será muito mais rica em elementos e detalhes que ajudarão o leitor a perceber as minuciosas construções socioculturais presentes neste produto de circulação global. Uma vez que,

Compreender esta dinâmica em consonância com as configurações plásticas internas de canções e clipes significa relacionar aspectos que localizem - no campo das mediações - as estratégias inscritas nos próprios produtos. É neste sentido que percebemos ser de fundamental relevância a aproximação das ferramentas analíticas da Semiótica da Canção aos conceitos dos Estudos Culturais: tal aproximação visa identificar ou problematizar as constituições dos produtos da cultura mediática, fazendo com que o contexto e as dinâmicas de circulação destes objetos possam ser fruto de uma análise que se proponha a estabelecer uma interface entre texto e contexto, signo e entorno. (SOARES, 2006, p. 08)

Partindo desta visão macro, é importante trazer à tona as reflexões propostas por Jader Janotti (2006), que fala justamente sobre a análise dos produtos como um todo: desde sua

concepção sonora, passando pela sua constituição plástica e visual no videoclipe, até aspectos de gênero e performance inscritas e corporificadas no intérprete/artista. O autor defende que a análise não pode ser descolada de um contexto. Este contexto ultrapassa aspectos estéticos, implicando esferas da produção, circulação, promoção e consumo destes produtos no seio da indústria cultural e fonográfica. Assim, a análise do videoclipe (ou neste caso do álbum visual) que parte da análise da canção popular massiva está inevitavelmente inscrita em uma lógica de mercado, regida por instâncias econômicas, midiáticas e de consumo, que tornam a própria constituição do produto audiovisual uma constituição galgada na interpretação de múltiplos valores agregados, necessários para uma problematização detalhada e uma reflexão complexa sobre as relações estéticas, de produção e de consumo na indústria.

Desse modo, a metodologia aqui pressuposta parte do princípio de que música popular massiva não está relacionada somente às esferas do campo da produção ou dos aspectos exclusivos da linguagem musical. Antes de mais nada, deve-se localizar a interdependência entre as estratégias plásticas, econômicas e midiáticas que envolvem o ambiente chamado música popular massiva. A produção de sentido da canção popular massiva está atrelada a uma história social dos usos e interpretações que podem ser relacionadas às performances em suas manifestações corporais, de suas características técnicas e econômicas, bem como à especificidade das vozes, dos timbres, dos ritmos e dos cenários musicais presentes na música contemporânea. (JANOTTI, 2006, p. 13)

Pensando na construção do videoclipe a partir de um percurso que se inicia com a canção popular massiva e culmina nos visuais trazidos pelo videoclipe, outros dois conceitos relevantes para se discutir quais elementos presentes na música traçam paralelos estéticos com os conceitos presentes nos audiovisuais, dizem respeito aos "versos gancho" (VERNALLIS *apud* SOARES, 2006) e "ganchos visuais" (GOODWIN *apud* SOARES, 2006).

"Versos gancho", termo cunhado por Carol Vernallis (*apud* SOARES, 2006), traz à tona a letra da canção como gancho para as imagens apresentadas no audiovisual. Há que se realizar uma análise detalhada da letra da canção para encontrar nela indícios de construções plásticas ao visual, ou seja, encontrar ganchos nos versos da música para que a análise visual de uma obra seja de certa maneira coerente com a canção. Trata-se de identificar, portanto "o trecho que mais evidentemente se projeta como imagem ou que cristaliza um ponto de vista sobre a letra, que, na maioria das vezes, está relacionada ao título da canção". (VERNALLIS *apud* SOARES, 2006, p. 06) De uma maneira geral, o "verso gancho" estará no refrão da canção, como uma espécie de síntese. Desse modo, podemos dizer que

(...) o "verso gancho" é colocado em destaque – tanto verbalmente quanto musicalmente – e sua importância é, de antemão, indiscutível. O registro visual deste gancho musical se transforma numa maneira simples de fazer com que, ambos, canção e clipe, se tornem de fácil memorização e, por isso, marcantes. (VERNALLIS *apud* SOARES, 2006, p. 06)

Por outro lado, Andrew Goodwin (*apud* SOARES, 2006) propõe a busca dos "ganchos visuais", conceito que irá partir de uma perspectiva imagética. Para o autor, os ganchos visuais seriam características plásticas presentes no videoclipe que trariam inscritos em seus mecanismos constitutivos esferas da publicidade, da mídia global e da lógica promocional presente na indústria fonográfica. Este gancho nada mais seria do que estratégias produtivas para manter o espectador investido no videoclipe, assim como os refrões repetitivos e cíclicos são estratégias da esfera musical para manter o ouvinte investido na canção que escuta. Isto é,

Goodwin considera que a resolução estrutural dos vídeos está intimamente ligada a estratégias promocionais da música. Dessa forma, o videoclipe, em sua grande maioria, a partir de referências e imagens que se repetem, que se sobrepõem a outras e que formam um todo que desafia o entendimento a partir da apreensão da lógica cinematográfica, deve ser entendido a partir da perspectiva da canção popular massiva e de suas "amarrações" feitas diante de versos e refrões, bem como frente a uma repetição estrutural (...) Partindo da noção de refrão como "gancho", Andrew Goodwin estende a perspectiva para a compreensão do que chama de "gancho visual", ou seja, uma espécie de localização, na imagem, de uma estratégia utilizada para manter o espectador assistindo ao clipe – tais quais as ferramentas para manter o ouvinte na canção, empreendidas nos refrões. (SOARES, 2006, p. 08)

Esta perspectiva trazida pelo conceito de gancho visual, de certa forma, nos lembra de que, por mais que o videoclipe inicie o seu percurso na canção popular massiva, o audiovisual possui sua própria estrutura de composição e seus próprios elementos sógnicos, que fazem com que o áudio-imagem se hibridize nas esferas de circulação, recepção e consumo das indústrias culturais, abolindo hierarquias de importância e trazendo reflexões compósitas que só produtos híbridos podem proporcionar. Estes pressupostos caracterizam a ideia de um "refrão visual":

Dessa forma, podemos inferir que o videoclipe, inúmeras vezes, foge da imposição do refrão da canção e cria o que chamamos de "refrão visual", ou seja, um momento em que se demarca de maneira mais evidente a necessidade de pertencimento do clipe ao espectador. O "refrão visual" no clipe está articulado à convocação de um "estar junto" (um desdobramento do "cantar junto" da canção), traduzindo tal efeito em marcações visuais que acentuam o estreitamento e a projeção da imagética do clipe em direção a seu espectador. Assim, o "refrão visual", em geral, está determinado por uma procura retórica da imagem em pertencer ao espectador, em estar em consonância com as satisfações desse espectador no âmbito da música pop. (JANOTTI, SOARES, 2008, p. 05)

Portanto, analisar qualquer produto cultural - em especial as canções populares massivas e a consequente construção de um videoclipe ou de um álbum visual - requer uma atenção

múltipla, sejam às particularidades plásticas e sonoras da canção, ao entorno midiático e mercadológico característico da indústria fonográfica, bem como aos aspectos exclusivamente visuais do videoclipe construídos a partir da canção. Ao mesmo tempo, é preciso estar atento ao contexto sociocultural do cenário em que determinado audiovisual é lançado, e pensar nas esferas de circulação, recepção e consumo como também determinantes para uma análise coerente e satisfatória do objeto de estudo.

O objeto empírico deste presente trabalho está sedimentado no álbum visual *Lemonade*, e por esta razão, todo o contexto de lançamento deste produto será analisado: desde seus mecanismos de produção até suas estratégias de circulação e consumo. O *corpus* do trabalho, como mencionado anteriormente, será focado nos dois *singles* retirados da obra - "Sorry" e "Hold Up" - e ambos serão analisados mais detalhadamente à luz da metodologia de análise apresentada nesta seção do trabalho, levando-se em conta as interconexões que os *singles* possuem com a estrutura narrativa integral do álbum visual *Lemonade*.

3.2 Mapas Contextuais

Para uma análise plástica e estética dos audiovisuais nos *singles* "Sorry" e "Hold Up", primeiramente precisamos estabelecer um contexto de produção, de circulação e de consumo que gravita em torno do lançamento do álbum visual *Lemonade*, do qual os vídeos anteriormente citados se originam. Delimitar quais estratégias de produção são utilizadas no seio da indústria cultural é de extrema importância para a posterior análise, tendo em vista de que os *singles* estão sempre em consonância com uma série de camadas anteriores ao seu lançamento no mercado, especialmente quando falamos sobre um produto como o álbum visual *Lemonade*³³ - cuja natureza híbrida de constituição requer análise de especificidades inerentes a este tipo de produto. Por este motivo é que a análise contextual do objeto empírico como um "todo sonoro-visual" o qual ele se propõe precisa ser descortinado antes de partirmos para as análises internas dos audiovisuais *singles* que integram o *corpus* deste trabalho.

Lemonade é o sexto álbum fonográfico de estúdio de Beyoncé Knowles e o segundo álbum visual da artista, produzido inteiramente pela sua própria gravadora: a *Parkwood Entertainment*. Sucessor do aclamado álbum visual autointitulado *Beyoncé*, lançado em 2013, *Lemonade* estabeleceu novos parâmetros para a indústria do entretenimento ao não utilizar métodos clássicos para ser promovido e mesmo assim se tornar um sucesso comercial e de crítica em larga escala. Apesar de ser classificado como álbum visual, *Beyoncé* não apresenta experimentações artísticas tão expressivas quando comparadas ao trabalho visual e sonoro empreendidos em *Lemonade*. O álbum antecessor era composto por quatorze faixas musicais e dezessete videoclipes, lançados todos ao mesmo tempo, exclusivamente na plataforma online iTunes, em dezembro de 2013, sem nenhum tipo de promoção prévia. O sucesso de *Beyoncé* foi estrondoso, vendendo 80 mil cópias do álbum visual em apenas três horas do seu lançamento, nos Estados Unidos. A partir do dia 20 de dezembro, as versões físicas do álbum visual – que continham um disco fonográfico e um DVD com todos os videoclipes – começaram a ser comercializadas nas lojas ao redor do mundo. Esse reconhecimento mercadológico começava a desenhar o horizonte de Beyoncé como uma artista de vanguarda no atual cenário das produções de álbuns visuais.

³³ O título do álbum foi inspirado pela avó de Beyoncé, Agnès Deréon, bem como pela avó do seu marido, Hattie White. No final da faixa "Freedom", em um áudio gravado na festa de aniversário de 90 anos de Hattie White, podemos ouvi-la falando com os seus convidados. Durante o seu discurso, Hattie diz "Eu tive meus altos e baixos, mas sempre encontrei a força interior para me reerguer. Serviram-me limões, mas eu fiz uma limonada."

Figura 23 – Capa do álbum visual
Lemonade



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

Flertando de maneira discreta com o formato de álbum visual, ainda não muito bem estabelecido em *Beyoncé* (2013), a produção se assemelha, em muitos aspectos, ao trabalho visual de *Marina and the Diamonds*, com *Electra Heart* (2012), no qual foram produzidos videoclipes para todas as faixas do álbum sonoro - sem contar os vídeos-*interludes* - como forma de criar uma experiência visual para o álbum fonográfico de mesmo nome. Entretanto, aspectos narrativos não parecem ser tão bem amarrados como em *Lemonade*, cuja experiência de álbum visual apresenta uma narrativa mais bem delineada e organizada em torno de um eixo temático que se desdobra por todo o conteúdo. Desta forma, acredito que as experimentações iniciadas em *Beyoncé* (2013) se consolidam em um movimento artístico próprio, com estruturas conceituais sedimentadas através de *Lemonade*, proporcionando um terreno sólido na esfera da indústria musical pop, o qual é sempre entendido como bastante movediço.

Em *Lemonade*, Beyoncé nos narra - através de diferentes atos (em estrutura similar à apresentada pelo diretor francês Jean Luc-Godard em seu filme *Vivre Sa Vie*³⁴) - as fases de luto por conta de um relacionamento em declínio. O motivo deste declínio é uma traição que

³⁴ *Lemonade* lembra a estrutura do filme *Vivre Sa Vie*, do diretor francês Jean-Luc Godard - o qual é dividido em 12 contos sobre a vida de Nana (interpretada por Anna Karina). Nana eventualmente cai na prostituição, mas *Vivre Sa Vie* pode ser lida também como uma história de independência feminina; de deixar um homem para viver a sua própria vida. (EDELMAN, 2016, p. 01, tradução nossa; disponível em: <http://www.vulture.com/2016/04/beyonce-lemonade-recap.html>)

vai sendo descoberta aos poucos, em cada ato, na medida em que caminhamos junto com a artista pelos meandros das sensações e sentimentos de decepção, ira e apatia. Em *Lemonade* somos apresentados a uma faceta e/ou performance de uma Beyoncé vulnerável, irritadiça, independente, livre, porém desconfiada com a possibilidade de um casamento falido e fadado à um desfecho irreversível. Entendido como um dos trabalhos mais pessoais e conceitualmente dramáticos de Beyoncé - cantora conhecida na indústria por ser uma mulher no controle de todos os aspectos de sua vida - *Lemonade* nos entrega uma espécie de epopéia³⁵ conceitual, visual e sonora; uma obra constituída para um consumo na sua integralidade (e não em partes), característica essencial do álbum visual.

Lemonade – álbum visual com cerca de 60 minutos de duração – é dividido em 11 atos³⁶ organizados na seguinte ordem cronológica: Intuição, Negação, Ira, Apatia, Vazio, Prestação de Contas, Reforma, Perdão, Ressurreição, Esperança e Redenção.

Figura 24 – Título do primeiro capítulo (Intuição)



Fonte: BEYONCÉ. *Lemonade*. Parkwood Entertainment: 2016. CD, DVD.

Figura 25 – Título do segundo capítulo (Negação)



Fonte: BEYONCÉ. *Lemonade*. Parkwood Entertainment: 2016. CD, DVD.

³⁵ **Epopéia** é um poema épico - heróico narrativo e extenso; uma coleção de feitos, de fatos históricos, de um ou de vários indivíduos, reais, lendários ou mitológicos. A epopéia eterniza lendas seculares e tradições ancestrais, preservadas ao longo dos tempos pela tradição oral ou escrita. A epopéia pertence ao gênero épico, mas embora tenha fundamentos históricos, não representa os acontecimentos com fidelidade, geralmente reveste os acontecimentos relatados com conceitos morais e atos exemplares que funcionam como modelos de comportamento. (THIAGO, 2010, p. 01; disponível em: <http://www.dicionarioinformal.com.br/epop%C3%A9ia/>)

³⁶ Uma referência clara ao modelo de Kübler-Ross, mais conhecido como "Os Cinco Estágios do Luto". Em 1960, a psiquiatra suíça Elisabeth Kübler-Ross estabeleceu as experiências pelas quais a maioria das pessoas passam quando estão em luto, nomeando os cinco estágios: Negação, Ira, Barganha, Depressão e Aceitação. (PERRING, 2016, p. 01; disponível em: <http://www.uky.edu/~cperring/kr.htm>)

Figura 26 – Título do terceiro capítulo
(Ira)



Figura 27 – Título do quarto capítulo
(Apatia)



Figura 28 – Título do quinto capítulo
(Vazio)



Figura 29 – Título do sexto capítulo
(Prestação de Contas)



Figura 30 – Título do sétimo capítulo
(Reformação)



Figura 31 – Título do oitavo capítulo
(Perdão)



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood
Records: 2016. CD, DVD.

Figura 32 – Título do nono capítulo
(Ressurreição)



Figura 33 – Título do décimo capítulo
(Esperança)



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

O álbum visual se utiliza dos escritos e poemas - de forma adaptada - da poeta somaliana Warsan Shire para compor as *interludes* que ligam os capítulos entre si. O álbum visual também conta com a participação de personalidades-famosas, tais como: os duos musicais Ibeyi e Chloe x Halle, a artista e musicista Laolu Senbanjo, as atrizes Amandla Stenberg, Quvenzhané Wallis e Zendaya e a tenista Serena Williams. As mães de Trayvon Martin (Sybrina Fulton), Michael Brown (Lesley McFadden), and Eric Garner (Gwen Carr) aparecem no álbum visual segurando as fotos dos seus falecidos filhos, numa clara referência à violência policial norte-americana contra os negros nos Estados Unidos. *Lemonade* também traz um excerto do discurso "Who Taught You to Hate Yourself" proferido por Malcom X³⁷. Dentre os diretores responsáveis criativamente pela direção visual do álbum estão nomes importantes da indústria, tais como:

³⁷ Malcom X foi um grande defensor dos direitos afro-americanos, conseguindo mobilizar brancos e negros na conscientização sobre os crimes cometidos contra a população negra americana.

Khalil Joseph³⁸, Melina Matsoukas³⁹, Todd Tourso⁴⁰ (diretor que já trabalhou com Beyoncé em seu álbum antecessor e autointitulado *Beyoncé*), Dikayl Rimmasch⁴¹, Jonas Akerlund⁴² e Mark Romanek⁴³. A equipe de diretores assume a autoria coletiva de obra, não havendo especificidades com relação a quais diretores dirigiram quais atos narrativos.

Figura 35 – Tela de créditos do álbum visual, no qual mostra os diretores criativos de *Lemonade*



Fonte: BEYONCÉ. *Lemonade*. Parkwood Entertainment: 2016. CD, DVD.

Lemonade é uma fábula sobre percorrer uma jornada de autoconhecimento e cura, com o qual todas as mulheres do mundo podem se identificar; ao mesmo tempo em que aborda as complexidades das mulheres afro-americanas com um foco direto nas dificuldades enfrentadas pela própria cantora. (...) A ode de Beyoncé à arte e às culturas negras não estão, no entanto, limitadas a traduções da história negra na América e nos desafios que essas pessoas - ainda marginalizadas - enfrentam nos dias atuais. As influências do tribalismo e das práticas culturais africanas - que Beyoncé,

³⁸ O diretor não é estranho no campo dos álbuns visuais, tendo atuado em vários projetos visuais tais como "Until The Quite Comes", curta-metragem do músico Flying Lotus e em "m.A.A.d.", curta-metragem do rapper Kendrick Lamar. (disponível em: <http://www.indiewire.com/2016/04/who-directed-lemonade-the-7-filmmakers-behind-beyonces-visual-album-289339/>)

³⁹ Matsoukas é uma diretora americana de videoclipes e comerciais. Ela é mais conhecida por seu Grammy pelo videoclipe "We Found Love", estrelado pela cantora Rihanna.

⁴⁰ Como diretor criativo de Beyoncé, Tourso ajudou a cantora a trazer os visuais do seu álbum visual antecessor. Em uma entrevista ao Hypetrack (portal de notícias sobre música, arte e *design*), ele lembra a loucura que foi trabalhar com a cantora: "Nossa equipe inteira estava completamente consumida por esse projeto e nós ficamos em um completo estado criativo por 6 meses"; possivelmente esta é uma pista do porque o ícone pop o convidou para participar de *Lemonade*. (disponível em: <http://www.indiewire.com/2016/04/who-directed-lemonade-the-7-filmmakers-behind-beyonces-visual-album-289339/>)

⁴¹ O currículo de Rimmasch está repleto de projetos relacionados à Beyoncé; desde o *teaser* da *Formation Tour*, até o curta-metragem "Bang Bang" para a turnê *On The Run Pt 2*, o diretor americano tem experimentado captar diferentes facetas da cantora. (disponível em: <http://www.indiewire.com/2016/04/who-directed-lemonade-the-7-filmmakers-behind-beyonces-visual-album-289339/>)

⁴² O diretor trabalhou com Beyoncé nos vídeos de "Haunted" e "Superpower", ambos retirados do seu álbum antecessor auto-intitulado; bem como trabalhou com a cantora e com Jay Z no documentário "On the Run". Em um vídeo "por detrás das cenas" no YouTube, Akerlund diz: "Se você está procurando por um vídeo comum, eu provavelmente não sou o seu cara." (disponível em <http://www.indiewire.com/2016/04/who-directed-lemonade-the-7-filmmakers-behind-beyonces-visual-album-289339/>)

⁴³ Romanek é um diretor norte americano, notável pela direção dos videoclipes "Bedtime Story", de Madonna e de "Scream", de Michael e Janet Jackson. O diretor já ganhou 20 prêmios MTV Video Music Awards e 3 prêmios Grammy.

em última instância, celebra – também são temas proeminentes em *Lemonade*. (OKOROAFOR, 2016, p.01, tradução nossa)⁴⁴

Outro aspecto fundamental para o sucesso do álbum visual se dá pelo fato de que ele é um grande manifesto político da cantora ao se “descobrir” mulher e negra, inserida em uma sociedade cuja indústria é comandada por uma hegemonia branca e machista. Beyoncé trouxe inúmeros elementos sonoros característicos da negritude, enquanto que no aspecto visual explora com amplitude o feminismo através de planos, enquadramentos, fusões, elementos, personagens, atrizes, cores e referências históricas às mulheres negras e a sua importância no cenário político contemporâneo. A força narrativa do álbum reside justamente na complexa rede que se constrói através de símbolos e signos visuais e sonoros, cujos sentidos políticos, sociais, culturais e pessoais explodem em sinergia incandescente. Portanto, narrativamente e tematicamente, *Lemonade* é um grito rasgado, que se fragmenta em múltiplas direções, desvelando desde o (possível) relacionamento conturbado de Beyoncé com o marido, até elementos que nos remetem à (possível) família da cantora e o impacto da mesma sobre a sua carreira. Além disso, *Lemonade* explora temáticas políticas sobre a negritude americana em geral, a liberdade feminina na atualidade e o empoderamento das mulheres no seio da sociedade hegemonicamente machista em que vivemos.

Abaixo seguem alguns comentários da crítica especializada acerca do álbum visual *Lemonade*:

Alexis Petridis, do respeitado jornal norte americano *The Guardian*, escreve que o álbum "parece um sucesso" e que Beyoncé soa "genuinamente imperiosa"⁴⁵. O escritor do jornal britânico *The Daily Telegraph*, Jonathan Bernstein, sente que *Lemonade* foi o mais forte trabalho da cantora até hoje e “prova que há uma linha tênue entre o amor e o ódio”⁴⁶. Nekesa Moody, jornalista do portal *Business Insider* descreveu o álbum como "uma ousada declaração social e política, ainda que profundamente pessoal"⁴⁷. Escrevendo para o jornal *The New York Times*, Jon Pareles elogiou os vocais de Beyoncé e a sua coragem para falar sobre assuntos que afetam tantas pessoas, e notou que "o álbum não é configurado para os padrões radiofônicos, muito menos pré-vendido por um *single*"⁴⁸. Criticando o álbum visual, o jornalista Everett True, do *The Independent*, escreveu que *Lemonade* "é ardente, insurgente, ferozmente orgulhoso,

⁴⁴ <https://venturesafrica.com/features/the-african-influences-in-beyonces-lemonade-album-explained/>

⁴⁵ <https://www.theguardian.com/music/2016/apr/24/beyonce-lemonade-review-a-woman-not-to-be-messed-with>

⁴⁶ <http://www.telegraph.co.uk/music/what-to-listen-to/lemonade-is-beyonc-at-her-most-profane-political-and-personal/>

⁴⁷ <http://www.businessinsider.com/ap-review-beyonce-again-proves-to-be-center-of-pop-universe-2016-4>

⁴⁸ https://www.nytimes.com/2016/04/25/arts/music/beyonce-lemonade.html?_r=0

extenso e fortemente focado em sua própria insatisfação"⁴⁹. Ray Rahman, escrevendo para a mundialmente famosa revista sobre entretenimento *Entertainment Weekly*, diz que Beyoncé está "ocupada demais lançando o seu melhor, mais ousado e mais ambicioso álbum até agora"⁵⁰. Rob Sheffield, escrevendo para a revista *Rolling Stone*, disse que a cantora afirmou seu "status de super-heroína" com o seu último álbum. Shahzaib Hussain, escrevendo para a revista sobre música *Clash*, declarou: "*Lemonade* é a mais benevolente e a mais pura versão de Beyoncé, tratando a sua negritude não como um sofrimento, mas como uma celebração de luz"⁵¹. Sal Cinquemani, da revista especializada em reviews *Slant*, escreveu que o álbum "é o seu trabalho mais lírico e tematicamente coerente até agora"⁵². Jamie Milton, da revista online sobre música e cultura pop *DIY Magazine* escreveu que "há muito mais do que uma história apaixonante neste trabalho", no qual "Beyoncé pode contar com si mesma ao arriscar-se em um terreno novo, lá no alto, juntamente com os mais corajosos da indústria"⁵³. Mark Savage, do portal de notícias BBC, notou que Beyoncé se tornou uma artista-álbum, com um alcance que se estende para além do sucesso radiofônico: "em *Lemonade*, a cantora encontra-se irritada, desafiada, perdida, vingativa e, finalmente, reconciliada com o seu marido. Mais uma vez, é um álbum com um arco narrativo complexo; um álbum que precisa ser ouvido de uma vez só; um álbum sem um *single* claramente definido"⁵⁴.

⁴⁹ <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/music/reviews/beyonc-lemonade-review-fiery-insurgent-fiercely-proud-sprawling-and-sharply-focused-a7001291.html>

⁵⁰ <http://ew.com/article/2016/04/27/beyonce-lemonade-ew-review/>

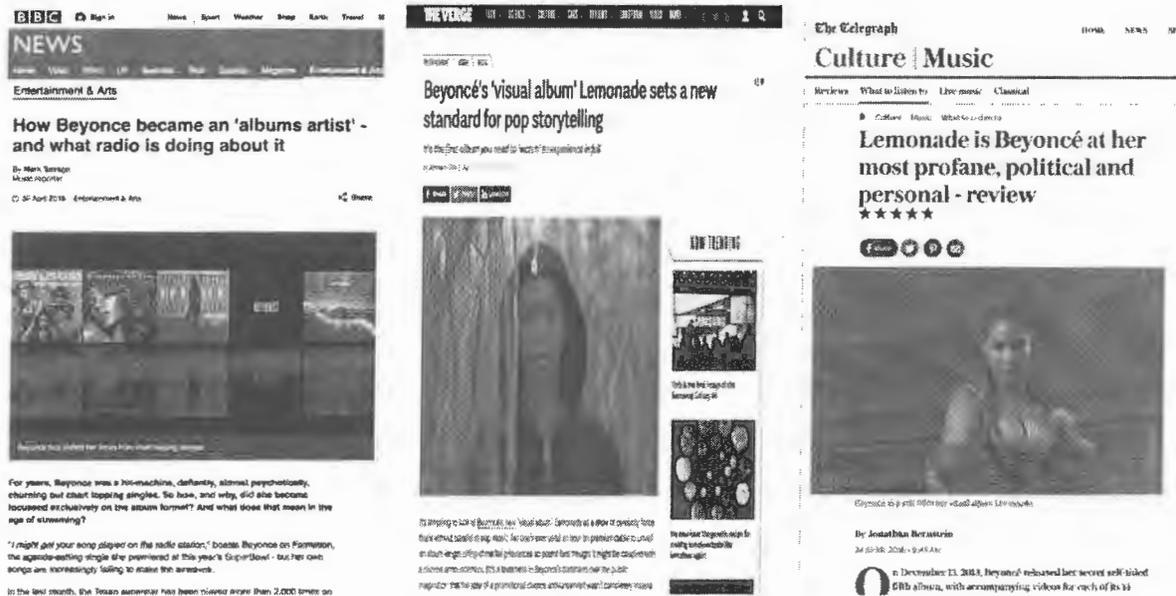
⁵¹ <http://www.clashmusic.com/reviews/beyonc%C3%A9-lemonade>

⁵² <http://www.slantmagazine.com/music/review/beyonce-lemonade>

⁵³ <http://diymag.com/2016/04/27/beyonce-lemonade-album-review>

⁵⁴ <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-36160506>

Figura 36 – Manchetes de jornais e portais de notícia *online* enaltecendo o disco visual e a figura de Beyoncé



Fonte: Disponível em:

- <<http://www.telegraph.co.uk/music/what-to-listen-to/lemonade-is-beyonc-at-her-most-profane-political-and-personal/>> Acesso em 19 de novembro de 2016;
- <<http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-36160506>> Acesso em 19 de novembro de 2016;
- <<http://www.theverge.com/2016/4/25/11503124/beyonce-lemonade-visual-album-format-bjork-rihanna>> Acesso em 20 de novembro de 2016.

É inegável que a força icônica de Beyoncé foi algo conquistado ao longo de sua trajetória social na indústria e no campo da música. Essa expressividade, aliada ao seu poder de criação artística acumulado no percurso da carreira, se consolida em um dos álbuns visuais mais reconhecidos e aclamados mundialmente, seja pelos fãs ou pela crítica especializada. Detentora de um notável capital cultural e simbólico, o reconhecimento de *Lemonade* estampa a maior parte das *reviews* do álbum nos portais da internet, os quais descrevem a cantora como “uma verdadeira artista de vanguarda”; “inovadora”; como alguém que “vem quebrando paradigmas atrás de paradigmas estabelecidos na indústria, como forma de grito político contra a maneira com que a música está sendo consumida pela sociedade”. Já consolidada nas instâncias de consagração do pop, Beyoncé é uma “cantora-marca”.

Em 2008 – após romper com seu pai e ex-empresário Mathew Knowles - Beyoncé Knowles fundou a *Parkwood Entertainment*, uma companhia norte-americana de entretenimento e gestão de carreiras localizada na cidade de Nova Iorque. A empresa trabalha no desenvolvimento e produção de produtos que envolvem a cantora e marca Beyoncé: produções musicais, filmes em longa-metragem, especiais para a televisão, videoclipes, álbuns

visuais, dentre outros produtos. A cantora, a partir de então, passa a gerenciar a sua própria carreira e conta com uma equipe criativa especializada na indústria do entretenimento por detrás de todas as suas produções musicais e visuais. Nas palavras de Beyoncé:

“Eu comecei a minha própria companhia quando eu decidi gerenciar a mim mesma. Foi imprescindível a minha decisão de não ir a uma grande companhia, porque eu sentia que precisava seguir os passos de Madonna e ser um centro de poder e ter o meu próprio império; isso mostra para outras mulheres que, quando você chega nesse ponto em sua carreira, você não precisa assinar um contrato com outra pessoa e compartilhar o seu dinheiro e sucesso: faça o que quiser por você mesma.” (2013, tradução nossa)⁵⁵

Pelo fato de Beyoncé ter fundado a sua própria companhia e ter toda uma equipe de pessoas sob o seu comando, podemos inferir que a cantora possui grande autonomia no que diz respeito à sua carreira e aos produtos que lança na indústria, tendo um grande poder de decisão sobre os rumos e direcionamentos que deseja tomar. No começo de 2016, a artista reformulou a sua equipe, trazendo novas pessoas para dentro da *Parkwood Entertainment*, dentre elas: Steve Pamon⁵⁶, Peter Thea⁵⁷ e Dan Ghosh-Roy⁵⁸.

Ao pisar nos terrenos movediços da indústria, Beyoncé ganhou espaço e conquistou o seu lugar no estrelato, sabendo criar uma marca em torno de si e agregando valor à sua imagem, tornando-se a mulher símbolo do empoderamento feminino e artístico que conhecemos hoje. A cantora, portanto, se tornou uma imagem culturalmente e socialmente construída em muitos aspectos por influência dela mesma. *Lemonade* talvez seja o ápice do reflexo libertário que Beyoncé conquistou com o passar dos anos em sua carreira na indústria musical.

Lemonade teve sua estreia mundial no canal pago de TV HBO, no dia 23 de abril de 2016, tendo sido promovido durante a semana anterior à sua estreia como um especial para a televisão. No mesmo dia de sua estreia, o álbum visual foi para a plataforma de *streaming online* Tidal, da qual Beyoncé é coproprietária, e dois dias depois o álbum foi lançado em outras plataformas de compra, tais como a Amazon e o iTunes. *Lemonade* foi mundialmente aclamado pela crítica como sendo o mais ousado e o mais bem executado trabalho de Beyoncé até o momento,

⁵⁵ Disponível em: <http://www.billboard.com/biz/articles/news/legal-and-management/5847820/beyonce-on-self-management-following-madonnas>

⁵⁶ Palmon foi diretor de *marketing* dos setores de esporte e entretenimento no banco norte-americano JP Morgan Chase e foi quem comandou as negociações para o patrocínio do banco para a *On the Run Tour*, de Beyoncé e Jay Z. (disponível em: <http://pagesix.com/2016/02/03/beyonce-shakes-up-her-management-team/>)

⁵⁷ Ex-executivo das gravadoras Universal Republic and Island Def Jam Records. (disponível em: <http://pagesix.com/2016/02/03/beyonce-shakes-up-her-management-team/>)

⁵⁸ Encarregado das operações digitais da Parkwood Entertainment. Foi responsável pelo plano estratégico e execução dos lançamentos da *Formation Tour* e do álbum visual *Lemonade*. (disponível em: <http://pagesix.com/2016/02/03/beyonce-shakes-up-her-management-team/>)

fazendo o disco debutar em primeiro lugar no *US Billboard 200*⁵⁹. A venda de 485.000 cópias em sua primeira semana no mercado fez com que Beyoncé tivesse o seu sexto álbum consecutivo na primeira posição de vendas nos EUA. Com *Lemonade*, Beyoncé - que já havia se consolidado como ícone musical com o lançamento de seu disco antecessor autointitulado - ganha um espaço ainda maior na indústria do entretenimento, se tornando referência musical, comercial, visual, política e *fashionista* para outros artistas da indústria.

Antes do lançamento do álbum visual, Beyoncé lançou o videoclipe para a música "Formation" em sua conta oficial na plataforma de vídeos YouTube, no dia 6 de fevereiro de 2016, sem qualquer tipo de promoção prévia – recorrendo à divulgação surpresa como ocorrido em trabalhos anteriores de sua carreira. Ao lançar o videoclipe em seu canal, a cantora restringiu o acesso público dos usuários, podendo acessá-lo apenas as pessoas que tivessem o *link* direto para o vídeo. Utilizando-se de uma estratégia promocional ambiciosa, a cantora deixou que o trabalho de divulgação se desse espontaneamente através do seu grande e fiel grupo de fãs, que rapidamente tratou de viralizar o videoclipe na internet, levando-o ao conhecimento público de forma meteórica e tornando o material um estrondoso sucesso.

Após a apresentação da música no *Super Bowl's Halftime Show*, no dia 7 de fevereiro de 2016, um comercial foi transmitido nos canais de televisão norte-americanos divulgando a notícia de que a cantora sairia em turnê a partir do dia 27 de abril, sem nem ao menos divulgar a notícia de que qualquer novo álbum estava para ser lançado em breve. No dia 24 de abril, portanto, pouco tempo antes de iniciar a sua turnê, Beyoncé lançou o álbum visual *Lemonade* no mercado mundial, primeiramente como um especial de televisão transmitido pela HBO e, posteriormente, nas mais variadas plataformas de música online. Semelhante à estratégia de Beyoncé, lançado de surpresa em 2013, a cantora lançou *Lemonade* quase que de surpresa também, e a sua aparente despreocupação com a promoção do disco reforça a ideia de que a cantora não se preocupa em promover exaustivamente suas obras, quando, ao invés disso, ela se utiliza da estratégia de promoção da sua própria imagem-marca.

Beyoncé não é a única *pop star* recente a perceber que a sua personalidade é poderosa o suficiente para servir como um coagulante estético e não é a única artista que se utiliza da sua complexa vida pessoal como material para uma arte crua e específica. Aonde se encontra o seu gênio artístico? Ela casa aquelas estas duas características e funde elas em um componente visual igualmente essencial, garantindo que tudo seja entregue em um só pacote bem amarrado. É a combinação do pensamento visionário e da atenção aos detalhes que faz *Lemonade* ser um ponto de inflexão para uma lenta mudança em direção a álbuns pop mais coerentes e centrados no artista – um ponto de inflexão que se iniciou no lançamento do seu álbum auto-intitulado no final de 2013.

⁵⁹ O *US Billboard 200* é um *ranking* dos 200 álbuns mais populares dos Estados Unidos, publicado semanalmente pela revista especializada em música *Billboard*.

(...)

Se você quer uma prova de que *Lemonade* é um revolucionário passo adiante, você só precisa dar uma olhada nos que as pessoas estão escrevendo sobre ele. Críticos estão escrevendo sobre a primeira vez em que eles "assistiram" a um álbum, onde antes eles poderiam apenas escrever sobre "ouvir" a um álbum; outros estão forçando a si mesmos a escrever sobre a música e sobre os visuais em separado. Nenhum outro álbum recente justificou este tipo de delimitação, e esse é o aspecto mais emocionante sobre *Lemonade*: **ele está estabelecendo um novo padrão para uma narrativa pop em sua mais alta escala.** (COX, 2016, p. 01, tradução nossa)⁶⁰

Lemonade é o tipo de álbum que uma estrela do porte de Beyoncé pode lançar na era dos *streamings* porque ela já garantiu a sua atenção através de cada auto-afirmação em sua carreira. O álbum não segue os padrões radiofônicos, nem é pré-promovido por um *single*; fãs são convidados a explorar o álbum completo, escutando cada faixa e ouvindo – através de uma banda de músicos com forte influência *blues-rock* e *avant-R&B* – o quão longe Beyoncé está disposta a chegar. Como fez em 2013, a cantora também fundiu as músicas com um vídeo em formato longo, que expande e aprofunda o seu impacto. Por conta própria, as canções podem ser tomadas como dramas domésticos e pessoais da estrela na iminência de serem minados pelos tablóides. Mas com o vídeo, o álbum testemunha as situações e emoções que tantas mulheres ao redor do mundo sofrem. (PARELES, 2016, p. 01, tradução nossa)⁶¹

É a partir destes pressupostos que é possível constatar que, para Beyoncé, lançar um álbum visual - formato que pouco fomenta a promoção e venda do disco no mercado - significa expandir-se em outros terrenos, sem a preocupação latente de "não fazer sucesso" ou "não ganhar dinheiro". A cantora, ao ter se empenhado ao longo de sua trajetória em construir cultural e socialmente a sua imagem, já fez este trabalho. A sua música e os seus visuais são expressões artísticas de uma mulher empoderada, reconhecida internacionalmente em várias instâncias de legitimação e consolidada como uma das estrelas de música pop de maior sucesso do mundo contemporâneo.

Para além da indústria fonográfica, o capital simbólico de de Beyoncé atinge a indústria do entretenimento e vai delineando novos rumos e escalas estruturais no terreno dos artistas pop *mainstream*. Em constante busca de ultrapassar patamares já alcançados, Beyoncé proporciona com *Lemonade* uma experiência não apenas pop, mas sonoramente eclética e repleta de influências musicais múltiplas: predominantemente enraizado no R&B, o álbum traz elementos de *pop*, *reggae*, *blues*, *rock*, *hip hop*, *soul*, *funk*, *country* e *eletrônico*, que se misturam no decorrer da narrativa sonora do disco. Abaixo podemos ver alguns comentários da crítica

⁶⁰ <http://www.theverge.com/2016/4/25/11503124/beyonce-lemonade-visual-album-format-bjork-rihanna>

⁶¹ <https://www.nytimes.com/2016/04/25/arts/music/beyonce-lemonade.html>

especializada de diferentes fontes, como *Chicago Tribune*, *Washington Post* e *The Guardian*, acerca dos elementos sonoro-musicais empregados no álbum:

O jornal *Chicago Tribune* descreveu o álbum como não apenas uma mera junção de elementos da música popular dominante, mas um retrospecto que permite os ouvintes explorarem as circunstâncias pessoais e musicais de Beyoncé, com tons vindos da região sul dos Estados Unidos que retornam às suas raízes texanas. (KOT, 2016, p. 01)⁶² De acordo com o portal especializado em cultura pop *The A.V. Club*, as faixas "abarcam e interpolam elementos de *R&B*, *rock*, *soul*, *hip-hop*, *pop* e *blues*, mesclando eras e referências com certa impunidade marcante." (ZALESKI, 2016, p. 01)⁶³ O jornal *Washington Post* descreve o álbum como "um surpreendente e furioso ciclo musical sobre infidelidade e vingança", referenciando os gêneros musicais clássicos que tem como expoentes Schumann, Schubert e Brahms. (RICHARDS, 2016, p. 01)⁶⁴

É claro que o trabalho por detrás de *Lemonade* não recai apenas sobre a figura de Beyoncé, apesar da artista encabeçar criativamente inúmeros aspectos dos seus projetos. Este leque de referências que permeiam os sons e as imagens da obra contam com a colaboração de outros artistas de renome na indústria musical. *Lemonade* contém participações vocais de cantores como James Blake, Kendrick Lamar, The Weeknd e Jack White; além de articular vários *samples* e interpolações sonoras advindas de diversas músicas dos gêneros *rock* e *hip hop*. Beyoncé caminha bem por entre esses caminhos, trazendo, é claro, sempre fortes influências do R&B e do pop, gêneros que a trouxeram ao estrelato no cenário pop *mainstream*.

O sucesso de *Lemonade* é sentido em muitas e diversas instâncias de legitimação, tais como portais de notícias, portais de conteúdo musical, *reviews* feitos pelos principais sites da indústria do entretenimento e até mesmo pelos fãs, no sentido de que o desempenho comercial do disco foi um dos melhores já registrados na história, quebrando recordes e consolidando Beyoncé como uma das mais importantes artistas mulher do cenário musical atual. Se fazer relevante como mulher negra no *mainstream* é tarefa difícil, tendo em vista a hegemonia de homens brancos que comandam a indústria do entretenimento. É reconfortante perceber que Beyoncé - ícone musical da atualidade - utiliza-se deste argumento como forma de discurso político e social, visando contribuir para a construção de uma sociedade mais igualitária e mais justa, em que todas as expressões artísticas são válidas - principalmente àquelas advindas de

⁶² <http://www.chicagotribune.com/entertainment/music/kot/ct-beyonce-lemonade-album-review-20160424-column.html>

⁶³ <http://www.avclub.com/review/beyonces-lemonade-pushes-pop-music-smarter-deeper--235819>

⁶⁴ https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/beyonces-lemonade-turns-lifes-lemons-into-furious-pop/2016/04/24/cce58aec-0a4d-11e6-8ab8-9ad050f76d7d_story.html?tid=sm_tw&utm_term=.df77c5822fa5

minorias marginalizadas pelo *mainstream* hegemônico branco, heteronormativo e masculino da sociedade de consumo contemporânea.

Abaixo seguem as principais premiações internacionais nas quais *Lemonade* foi indicado e/ou venceu:

O especial de TV exibido pela HBO foi indicado a 4 prêmios *68th Primetime Emmy Awards*, incluindo “Outstanding Variety Special” e “Outstanding Directing for a Variety Special” – das quatro categorias, Beyoncé foi indicada pelas duas categorias mencionadas⁶⁵. O álbum visual recebeu 11 indicações ao prêmio *MTV Video Music Awards*, em 2016: “Breakthrough Long Form Video” para *Lemonade*, “Video of the Year”, “Best Pop Video”, “Best Direction”, “Best Editing” e “Best Cinematography” para o videoclipe da música *Formation*; “Best Female Video” e “Best Art Direction” para o videoclipe de *Hold Up* e “Best Choreography” pelos vídeos de *Sorry* e *Formation*⁶⁶. A cantora ganhou 8 das 11 nomeações, incluindo “Video of the Year” e “Breakthrough Long Form Video”⁶⁷. *Lemonade* ganhou “Best TV Show – Special or Limited Series” no *African American Film Critics Association*⁶⁸ e recebeu 3 indicações ao *59th Annual Grammy Awards*: “Album of the Year”, “Best Urban Contemporary Album” e “Best Music Film”⁶⁹.

Depois de contextualizar o objeto de estudo empírico deste trabalho, discorrendo sobre os processos de produção, recepção, consumo e circulação da obra pelos meios midiáticos da indústria do entretenimento, partiremos para uma análise plástica e estilística das características inerentes ao formato estudado e as suas implicações para a possível construção de um campo autônomo dos álbuns visuais.

⁶⁵ <http://www.emmys.com/sites/default/files/Downloads/68th-nominations-list-v2.pdf>

⁶⁶ <http://www.billboard.com/articles/events/vma/7453279/beyonce-adele-lead-nominees-2016-mtv-video-music-awards>

⁶⁷ <http://www.billboard.com/articles/events/vma/7487873/vmas-2016-winners-list>

⁶⁸ <http://www.hollywoodreporter.com/news/moonlight-named-best-picture-by-african-american-film-critics-association-955250>

⁶⁹ <https://www.grammy.com/files/59thpresslist12072016.pdf>

3.3 Análise de *Hold Up* e *Sorry*

Tendo desvelado os contextos de produção e circulação do álbum visual *Lemonade* no âmbito da indústria cultural, partimos para a análise plástica e estética dos vídeos referentes às duas músicas lançadas como *singles* no mercado fonográfico: "Hold Up" e "Sorry" (após meses do lançamento do álbum completo) e as correlações delas com o restante da narrativa empreendida por *Lemonade*. Como mencionado anteriormente, o álbum como objeto empírico nos proporciona as bases para a análise mais aprofundada do corpus selecionado. Apesar de "Formation" ter sido lançado como *single* antes mesmo do lançamento do álbum, a música não figurará como corpus do trabalho pois ela é a única canção que não dialoga formalmente com a narrativa audiovisual empreendida por Beyoncé em *Lemonade*. "Formation" parece ser a única música descolada da narrativa completa do álbum visual, sendo apresentada apenas após os créditos finais do mesmo, e não tendo qualquer correspondência com a história contada pela artista. Portanto, pelo fato de "Formation" estar descolada da narrativa e por ser uma canção facilmente consumida unicamente como *single*, fora da experiência imersiva proposta pelo álbum visual, a análise empreendida aqui focará nos *singles* lançados posteriormente, e que dialogam de maneira mais contundente com a estrutura narrativa deste objeto empírico.

A estrutura geral de *Lemonade* pode ser compreendida através de 11 atos narrativos que se interconectam narrativamente. Para cada ato temos uma música correspondente, como podemos visualizar na tabela abaixo (a única canção que não corresponde a nenhum ato narrativo é "Formation", pois, como mencionado anteriormente, esta música não está inserida na narrativa compreendida entre os 11 atos):

ATO NARRATIVO	MÚSICA CORRESPONDENTE
Intuição	"Pray You Catch Me"
Negação	"Hold Up"
Ira	"Don't Hurt Yourself"
Apatia	"Sorry"
Vazio	"6 Inch"
Prestação de Contas	"Daddy Lessons"
Renovação	"Love Drought"
Perdão	"Sandcastles"
Ressurreição	"Forward"
Esperança	"Freedom"
Redenção	"All Night"

No caso de *Lemonade*, a ordem com que as músicas são apresentadas é de extrema importância para a compreensão da narrativa, pois um capítulo se conecta ao outro à medida

em que Beyoncé passa pelas fases do luto de um relacionamento, em decorrência de uma traição sofrida. Por isso, iniciarei a análise pela canção "Hold Up", uma vez que esta música nos é apresentada no álbum visual antes de "Sorry".

Hold Up surge na sequência da melancólica primeira canção "Pray You Catch Me", na qual Beyoncé canta sobre as suas intuições mais profundas sobre a possibilidade de estar sendo enganada pelo marido. É no ato narrativo da intuição que Beyoncé começa a se questionar sobre o que está acontecendo em seu casamento, pois sente que segredos rondam o relacionamento outrora seguro. Em um tom sussurrado e melancólico, Beyoncé nos canta que "consegue sentir a desonestidade no hálito" do marido, e reza ininterruptamente para que ele "a pegue escutando-o atrás das portas"; só assim as dúvidas sobre a possibilidade da traição podem vir à tona e os segredos, enfim, desvelados. Ela veste um casaco preto com um capuz, escondendo os traços marcantes do seu corpo e do seu rosto e intensificando a sensação de que um segredo caminha pelos pensamentos da cantora. No fim do capítulo, Beyoncé é mostrada no topo de um prédio, prestes a se lançar no abismo abaixo, enquanto a música entra em declínio sonoro junto com a queda de Beyoncé edifício abaixo. Por um momento de suspensão vimos o corpo da cantora mergulhar em queda livre em direção à estrada; a respiração foge dos pulmões enquanto vimos Beyoncé tentar o suicídio simbólico da intuição e da dúvida.

Figura 37 – Beyoncé esconde-se sob um casaco



Figura 38 – Beyoncé se lança do alto de um prédio



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

O mergulho de Beyoncé termina com o seu corpo submergindo em um salão completamente cheio de água, enquanto o título do capítulo seguinte é mostrado no centro da tela.

Figura 39 – Beyoncé mergulha logo após jogar-se do alto de um prédio



Figura 40 – Título que apresenta o capítulo da Negação



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

A fase da "Negação", a qual corresponde a música *Hold Up*, se inicia com a cantora mergulhando fundo em algum tipo de piscina ou mar, ao que posteriormente descobrimos ser um quarto suntuosamente decorado e completamente inundado. É interessante observar que Beyoncé simbolicamente lança-se no abismo das intuições, dúvidas e segredos em que se encontrava para mergulhar no interior do sentimento líquido e pesado representado pela negação. A cantora, aqui, retira o casaco preto com capuz que utilizava (roupa esta que a deixava sem silhueta aparente ou sem os traços característicos de sua personalidade) e podemos vislumbrar o seu corpo mais proeminente em uma roupa mais justa, bem como o seu cabelo volumoso a balançar no ritmo vagaroso da água. Nadando próximo ao teto, Beyoncé olha para a cama de dossel e vê a si mesma, dormindo silenciosamente abaixo, quase como em uma experiência extra corporal.

Figura 41 – Beyoncé despe-se do casaco preto, flutuando em um quarto repleto de água



Figura 42 – Beyoncé olha para si mesma deitada na cama



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

Olhando-se de cima, ouvimos em *voice-over* a voz de Beyoncé, em tom de clemência, declamando frases sobre as suas tentativas de negar o sentimento de traição que sabia ser real. Os trechos recitados são adaptações de vários poemas da escritora poeta inglesa-queniana Warsan Shire⁷⁰. Enquanto ouvimos em *voice-over* Beyoncé experienciar o sentimento de negação, o corpo que estava dormindo silenciosamente na cama desperta e, soltando-se - a Beyoncé deitada segurava firmemente as barras da cama - a cantora flutua para cima, deixando-se invadir pelo turbilhão de sensações que perpassam os momentos de dúvida anteriores à descoberta da traição. No *voice-over* Beyoncé diz tentar ser "menos alerta"; "mais bonita" e "vestir roupas brancas", a fim de que o marido revelasse a verdade que a inquietava. Revestido de um tom lúgubre, o texto segue mais doloroso a cada frase, enquanto a experiência da dúvida se torna mais intensa e mais dolorosa. Dentre as imagens que ilustram o texto proferido, vemos Beyoncé a flutuar no quarto inundado, respirando forte com bolhas grossas de ar subindo para o teto - como se estivesse sufocando ante o peso compressor da negação - e prostrada em posição religiosa, rezando a Deus para que o sofrimento cessasse.

⁷⁰ "Eu tentei mudar. Fechar a boca. Tentei ser mais suave, mais bonita - menos alerta. Jejeuei por 60 dias; Vesti branco; Abstida dos espelhos; Abstida do sexo, aos poucos não proferindo mais nenhuma palavra. Naquele tempo, meu cabelo cresceu perto dos meus tornozelos. [...] Chicoteei minhas próprias costas e pedi por dominação a seus pés. Me joguei em um vulcão. Pele grossa cresceu sob os meus pés, me banhei em alvejante [...], mas dentro de mim, escondido no fundo, eu precisava saber... Você está me traindo? Traindo? Você está me traindo?" (tradução livre).

Figura 43 – A Beyoncé que está deitada liberta-se da cama e flutua



Figura 44 – Beyoncé reza



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

Em rápidos segundos vemos Beyoncé se contorcer no amplo espaço, mostrando-nos uma expressão de raiva ao gritar silenciosamente para o nada, enquanto continua a rezar, suplicando por salvação. Elementos simbólicos como a Bíblia Sagrada, Deus e o Diabo aparecem no texto, aproximando os sentimentos latentes em Beyoncé com os sentimentos de tentação e jejum experienciados por Jesus na narrativa bíblica dos quarenta dias no deserto em contato direto com o Diabo. O paralelo estabelecido entre Beyoncé e Jesus sinalizam um esvaziamento do seu próprio eu e de suas próprias vontades em prol de algo maior: se no caso de Jesus podemos inferir acerca de um projeto do Reino de Deus; para Beyoncé, as renúncias aos desejos e tentações se dão em prol do seu casamento.

Figura 45 – Beyoncé grita silenciosamente



Figura 46 – Plano-detulhe de uma bíblia flutuando no recinto



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

Nessa *interlude*, que antecede o começo da música *Hold Up*, ouvimos Beyoncé, em um tom sussurrante e doloroso, perguntar ao marido: "você está me traindo?", enquanto ecos da

pergunta se projetam no espaço através das sobreposições de vozes umas sobre as outras, todas de Beyoncé. Os tons de voz que se sobrepõem possuem entonações diferentes, e simbolizam a tortura mental pela qual a cantora está passando para descobrir a resposta para a pergunta que a impulsiona. Sem resposta, quase sufocando sob o próprio peso líquido da água, Beyoncé flutua em direção à saída, deixando para trás o jejum pelo qual passou e começando a entender que muito provavelmente - e verdadeiramente - está sendo traída pelo marido.

Figura 47 – Beyoncé reza



Figura 48 – Beyoncé flutua em direção à saída



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

Esta *interlude* não aparece na gravação sonora presente no álbum fonográfico, apenas no álbum visual, mas é um ponto de conexão importante entre o primeiro e o segundo capítulo. São estes visuais e a forma com que o texto é declamado que estabelecem as bases para a próxima fase do luto: a negação. Beyoncé, após sair de um momento perturbador e sufocante, abre as portas do local em que estava submergida e deixa a água sair, saindo ela também para a realidade antecipada pelas suas intuições. A imagem de Beyoncé – que aparece com um vestido volumoso e amarelo no alto da escadaria – faz referências à religião Iorubá⁷¹, representando Oshun, a deusa da fertilidade, do amor, das águas e da sensualidade⁷², traçando um poderoso paralelo entre a divindade de Oshun e a sua própria divindade como mulher

⁷¹ <http://mashable.com/2016/04/24/beyonce-lemonade-review/#uBBAmDJ7Gqb>

⁷² Oshun foi a única divindade feminina enviada por Olodumare (uma das três manifestações do Deus Supremo na religião Iorubá) para organizar o mundo terreno. As outras divindades masculinas foram enviadas para começar o trabalho e ignoraram a deusa. Oshun, então, reuniu as mulheres do mundo e protestou contra este desrespeito gritante, formando um grupo de mulheres dotadas de poderes especiais, denominado Iyami Aje. Os deuses masculinos falharam miseravelmente em sua tarefa na terra e, quando foram questionar Olodumare sobre o porque de eles não estarem obtendo êxito, Olodumare informou-lhes de que nada poderia ser feito sem a presença de Oshun; qualquer coisa que tentassem fazer sem as mulheres iria falhar. Os deuses masculinos, então, imploraram para que Oshun se juntasse a eles. Oshun é associada com as cores ouro ou amarelo intenso. (KUMARI, 2014)

lutando contra o patriarcado estabelecido na sociedade e em seu casamento iminentemente falido.

Figura 49 – Beyoncé abre as portas e expulsa toda a água do interior



Figura 50 – Beyoncé desce as escadas



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

Conforme os primeiros acordes da canção "Hold Up" começam, Beyoncé desce as escadas encharcadas pelos litros de água que escorreram do lugar onde se encontrava anteriormente, caminhando em direção a um lugar perdido no tempo e no espaço. "A música não tem peso, não tem lugar, não tem tempo – é um caleidoscópico sonho ouvido através das paredes e através das gerações." (DOMBAL, 2016, p. 01, tradução nossa)⁷³ Os acordes que acompanham a caminhada triunfal de Beyoncé são provenientes de um *sample*, reutilizados a partir da música "Can't Get Used to Losing You", escrito por Doc Pomus e Mort Shuman. As batidas compassadas do sample estabelecem a atmosfera geral do visual que será apresentado: acordes rítmicos e alegres direcionam o visual colorido da música, apesar de soarem propositalmente irônicos se levarmos em conta o conteúdo desvelado pela letra.

Em um plano médio e em câmera lenta, Beyoncé caminha com o seu vestido gritantemente amarelo a esvoaçar em harmonia quase divina, a cantora se assemelha a uma deusa que - no limiar da ira - carrega uma expressão de incredulidade no rosto. A voz de Beyoncé começa a cantar, mostrando em seu tom de voz aspectos de serenidade e ironia, o oposto do que provavelmente ela estaria sentindo no momento.

⁷³ <http://pitchfork.com/reviews/tracks/18207-beyonce-hold-up/>

Figura 51 – Beyoncé caminha pela cidade cinematográfica



Figura 52 – Beyoncé caminha pela cidade cinematográfica



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

É interessante observar aqui um nítido contraste entre o visual alegre e colorido construído em torno da música, embalados pelo ritmo também alegre e compassado da canção, em oposição às emoções conturbadas desveladas pelo conteúdo da composição. Em compasso com o ritmo da canção, Beyoncé canta: "*Hold up, they don't love you like I love you; Slow down, they don't love you like I love you; Back up, they don't love you like I love you; Step down, they don't love you like I love you; Can't you see there's no other man above you?; What a wicked way to treat the girl that loves you.*" Aqui podemos relembrar os conceitos trazidos na primeira parte deste capítulo referentes aos "versos gancho" (VERNALLIS *apud* SOARES, 2016) e "ganchos visuais" (GOODWIN *apud* SOARES, 2016). Os versos cantados de maneira rítmica e compassada harmonizam-se com o audiovisual de maneira também cíclica (as roupas em camadas repetidas e semelhantes entre si; o movimento circular do bastão de beisebol; o caminhar compassado da cantora), na mesma medida em que o visual – aparentemente alegre e colorido - se conecta com a letra (também aparentemente inofensiva, mas que carrega em si significados simbolicamente fortes)

Essa sensação de ironia ganha aspectos gritantes a partir do momento em que Beyoncé passa a carregar um bastão de beisebol nas mãos, com os dizeres gravados na madeira "Hot Sauce" (que fazem alusão à letra de "Formation", no qual a cantora canta que carrega "a hot sauce" na sua bolsa, para onde quer que vá). É neste momento em que podemos perceber a ira tomando conta do seu corpo e todos os sentimentos de dúvida, intuição e dor antes internalizadas, agora explodem em seu olhar ainda sereno de ironia combustiva.

Logo depois de tomar o bastão de beisebol em suas mãos, Beyoncé começa a destruir elementos do cenário ao redor, tais como janelas e latarias de carros, vitrines de lojas, câmeras de vigilância e etc, enquanto canta sobre a sua intuição de que "algo não parece certo; porque não está certo". De acordo com Jocelyn Silver (2016)⁷⁴, essas cenas lembram conceitualmente a vídeo-instalação *Ever Is Over All*⁷⁵, realizada pela artista suíça Pipilotti Rist. Na instalação, a artista caminha por uma rua europeia em um bonito vestido, destruindo um carro à la Beyoncé em *Hold Up*. Como Mark Joseph escreveu no portal de notícias *Slate*⁷⁶:

A exuberante manifestação de poder feminino – a justaposição entre o comportamento alegre e as ações violentas de Rist – é ao mesmo tempo chamoso e enigmático. Tudo isso faz um perfeito ponto de referência para Beyoncé, cujo trabalho frequentemente traça uma intersecção entre o poder feminino e a sua sexualidade. (tradução nossa)

Figura 53 – Comparação entre as cenas de destruição performadas por Beyoncé em “Hold Up” e as performadas pela artista suíça Pipilotti Rist em sua vídeo-instalação “Ever is Over All”



⁷⁴ <https://milk.xyz/articles/the-most-artful-references-in-beyonces-lemonade/>

⁷⁵ A artista suíça Pipilotti Rist é conhecida por sua vídeo instalação *Ever is Over* – que majoritariamente toca em questões feministas – ou pelo menos na experiência da mulher no mundo.

⁷⁶ http://www.slate.com/blogs/browbeat/2016/04/25/is_beyonce_s_car_destroying_stroll_in_lemonade_based_on_this_pipilotti_rist.html



Fonte: Iesya Shats. Ever is overall Pipiloti. 12 de maio de 2014. Disponível em: <<http://youtube.com/watch?v=-gd06ukX-rU>> Acesso em 14 de janeiro de 2017



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

É interessante observar neste visual a forma como os planos são alongados e na maioria das vezes em câmera lenta. Trata-se de um uso plástico e estético que proporcionam uma dimensão quase divina às expressões faciais da cantora e ao seu caminhar irônico. O dilema de saber ser uma mulher poderosa, mas que está, ao mesmo tempo, vulnerável diante do homem que ama se fazem presentes aqui, quando os rápidos lampejos de ira se mesclam com o caminhar tranquilo e o sorriso sereno de Beyoncé. Ora, temos a expressão do limiar entre a “descoberta” da traição e momento anterior às consequências dessa “descoberta”, “quando as regras da gravidade, da moralidade e da empatia não mais se aplicam. Para Beyoncé, esse momento significa descer a rua com um bastão de beisebol chamado *Hot Sauce*, enquanto o mundo explode em bolas de fogo atrás de si. (DOMBAL, 2016, p. 01, tradução nossa)⁷⁷

“Hold Up” pode ser entendido como um vídeo autenticamente hollywoodiano, no sentido de que identificamos o cenário como um perfeito estúdio de gravação em que a disposição dos objetos é feita de acordo com o percurso da caminhada realizada por Beyoncé. Ao longo desse percurso vamos acompanhando a destruição gradual do cenário artificialmente construído, tecendo uma espécie de paródia da indústria hollywoodiana, galgada na “fachada perfeita” que esconde os seus principais defeitos e ignora as suas principais problemáticas.

⁷⁷ <http://pitchfork.com/reviews/tracks/18207-beyonce-hold-up/>

Figura 54 – Beyoncé com uma expressão intensa, enquanto explosões ocorrem em suas costas



Figura 55 – Beyoncé destruindo uma vitrine com o seu bastão, enquanto explosões ocorrem em suas costas



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

Características como o ritmo das batidas e o compasso dos acordes se tornam visuais conforme o movimento do vestido segue os movimentos cíclicos do bastão e da própria cantora, que gira em torno do seu próprio eixo abrindo os braços e fazendo esvoaçar os cabelos volumosos que emolduram o seu rosto. Conforme a canção avança, podemos perceber elementos e interpolações advindas de outras canções, bem como referências de gênero bastante presentes no som de Hold Up⁷⁸.

Com relação às características da estrutura musical, o crítico especializado do portal Idolator⁷⁹, Mike Wass, salienta que "o ritmo e o tom esquentam em "Hold Up", um número musical comovente e com matizes trazidas do *reggae*, que soa como uma mistura de Amy Winehouse em seu álbum *Frank* com a cantora jamaicana Lady Shaw. Há uma tranquilidade característica na canção, o que causa espanto quando consideramos que ela carrega não apenas um, mas três *samples* diferentes." "Hold Up", portanto, carrega um traço percebido em todo o álbum: a hibridização de inúmeros estilos, gêneros, versos e ritmos musicais que se misturam para compor a expressão artística marcante de Beyoncé em *Lemonade*, o tornando uma obra eclética, rica e repleta de signos musicais múltiplos.

⁷⁸ "Hold Up" foi escrita por Diplo, Ezra Koenig, Beyoncé, Emile Hayne, Joshua Tillman, MNEK e Sean "Melo-X" Rhoden; contém o *sample* de "Can't Get Used to Losing You", escrito por Doc Pomus e Mort Shuman; uma interpolação de "Maps", da banda Yeah Yeah Yeah e escrito por Brian Chase, Karen O. e Nick Zinner; e uma interpolação de "Turn My Swang On", escrito por Soulja Boy, Antonio Ranpolph e Kevin McConnell.

⁷⁹ www.idolator.com - Website controlado pelo grupo Hive Media, um parceiro da Billboard Music, que por sua vez é uma divisão da Billboard-Hollywood Reporter Media Group.

O fim da primeira ponte e início do refrão, caracterizado pelo ritmo compassado dos versos cantados no início da música, explodem visualmente quando Beyoncé golpeia um hidrante, fazendo-o com que "chova" no meio da rua por onde caminha. Esse é mais um dos momentos em que a cantora ganha dimensões de deusa ao encarnar novamente Oshun em seu vestido amarelo rodado e com água a cair do céu em celebração e ode ao seu momento de "loucura liberta".

Figura 56 – Beyoncé golpeando um hidrante com o seu bastão



Figura 57 – Beyoncé dançando sob a chuva



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

Logo em seguida, num corte para um *close* que evidencia o seu rosto banhado pelo sol (quase funcionando aqui como uma auréola de luz a iluminar os seus cabelos), Beyoncé canta em um formato que lembra o hip hop (gênero musical que remete ao seu marido, Jay-Z, rapper famoso na indústria): "*Let's imagine for a moment that you never made a name for yourself; Or mastered wealth, they had you labeled as a king; Never made it out the cage, still out there moving in them streets; Never had the baddest woman in the game up in your sheets.*" Estes versos parecem referenciar uma ferida real, tendo em vista que muitos elementos no conteúdo desta parte da letra remetem diretamente ao modo como o casal Beyoncé e Jay-Z são percebidos pela indústria do entretenimento: ela, uma mulher poderosa, extremamente sensual e talentosa; e ele, o "rei" da indústria musical, rico e com a vida aparentemente "perfeita".

Figura 58 – Beyoncé canta em direção à câmera



Figura 59 – Beyoncé canta em direção à câmera



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

O visual continua, enquanto Beyoncé permanece caminhando pelas ruas, destruindo elementos do cenário ao redor com direito a explosões que iluminam em cores quentes os planos do clipe. Planos gerais interpelam-se com planos médios e *closes*, acompanhando o aparente sadismo de Beyoncé enquanto ela continua a cantar sobre as aparências: "*What's worst, looking jealous or crazy? Jealous and crazy; Or like being walked all over lately, walked all over lately; I'd rather be crazy*", afirmando que prefere ser considerada louca ao invés de ter o seu valor como mulher pisoteado pelo amor da sua vida. Nas palavras de Britt Julious⁸⁰,

O ritmo leve do piano e o quase harmonioso som de uma corneta soam arrancados de uma canção mais suave. O instrumental – tal qual Beyoncé – puxam os ouvintes através de sons mais fáceis de digerir; distrações que escondem uma narrativa mais densa. Nesta faixa, ela canta que prefere ser considerada louca do que ser pisoteada, com a ideia de que prefere confiar nos seus sentimentos do que ser desconsiderada ou feita de idiota. (JULIOUS, 2016, p. 01)

Ainda com relação a *Hold Up*, Adriane Pontecorvo⁸¹ e Evan Sawdey⁸² tecem observações pertinentes acerca dos significados implicados entre a narrativa e as escolhas estéticas e visuais do vídeo:

De todas as faixas presentes em *Lemonade*, nenhuma representa melhor a transição entre a mulher desprezada e a mulher que "fará você sofrer por ter lhe feito mal" do que "Hold Up". Beyoncé começa submersa, flutuando livre nas águas da sua insegurança, puxando-nos para um dos seus mais traumáticos momentos através de uma íntima recitação de versos. Ela termina destruindo carros com um bastão de beisebol. A música justapõe sons leves e um suave refrão cantarolado com versos

⁸⁰ Britt Julious é uma colunista do Chicago Tribune. Ela também escreve para *Esquire*, *Vice* e *Pitchfork*.

⁸¹ É uma ex-programadora de música da rádio WFHB de Indiana (USA). Atualmente é colaboradora da Revista *Digital Independent PopMatters* (<http://www.popmatters.com/>)

⁸² Evan Sawdey é colaborador da Revista *Digital PopMatters* desde 2005. Seu trabalho como crítico musical também apareceu em publicações da *SLUG Magazine*, *The Metro (U.K.)*, *Soundvenue Magazine (Dinamarca)* e *Daily Dot*. Evan também já foi convidado da *HuffPost Live*, *RevoltTV's "Revolt Live!"* e *WNYC's Soundcheck* (uma afiliada da NPR).

rápidos: tudo para lembrar a você de que apenas um idiota trairia Beyoncé. Sem o vídeo, é uma canção muito simples, mas "Hold Up" nunca foi pensada como uma grudenta canção bidimensional. Ao invés disso, é um pedaço de arte que envolve ambos os sentidos - o visual e o sonoro - e é lindo.⁸³ (2016, tradução nossa)

"O que é pior, parecer ciumenta ou louca?", Beyoncé pergunta ao seu homem, e este verso, sozinho, é uma sentença: não é tanto sobre as suas emoções - que de fato ela carregará sempre dentro dela - mas como apresentar estes sentimentos. Esse é o problema. Este cara já está queimado, não importa o que ele diga; então ela está em uma situação inevitável, tentando administrar de que modo as pessoas irão encarar este golpe. Quando você para para analisar a música é sobre controle - e mesmo quando há a ausência dele - ela irá fazer tudo o que está ao seu alcance para suavizar a situação. É aí que mora o seu poder e seu brilhantismo: é um intenso drama psicopata, mas você também pode dançar ao som da canção.⁸⁴ (2016, tradução nossa)

O último plano do videoclipe mostra Beyoncé caminhando em direção à câmera que a filma, rodando em círculos o bastão nas mãos. Podemos trazer à tona aspectos de um "contrato visual" entre canção e audiovisual, percebendo que o movimento cíclico do bastão dá ritmo aos últimos versos da música. Podemos perceber, também, a presença dos "versos gancho" nos versos: "*I hop up out the bed and get my swag on; I look in the mirror, say: What's up? What's up, what's up, what's up?*", no qual Beyoncé olha para a câmera com uma expressão de ira misturada com poder e ironia, antecipando a fase do luto que virá logo em seguida. Com um movimento em câmera lenta, a cantora levanta o bastão e golpeia a câmera, fazendo com que ela caia no chão. Ela então solta o bastão no chão e caminha em direção a um carro enorme, com o intuito de triturar diversos carros alinhados um ao lado do outro, simbolizando, dessa forma, o movimento de esmagar a mistura de sentimentos representada por *Hold Up* e mergulhar de vez na realidade da traição sofrida.

Figura 60 – Beyoncé prestes a destruir a câmera que filma



Figura 61 – Beyoncé passa por cima de vários carros enquanto dirige



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

⁸³ <http://www.popmatters.com/post/beyonce-hold-up-singles-going-steady/>

⁸⁴ <http://www.popmatters.com/post/beyonce-hold-up-singles-going-steady/>

A jornada através da experiência da traição continua, e a fase que vem logo após a "Negação" se caracteriza pela "Ira". Com uma voz rasgada e adulterada na pós-produção, Beyoncé canta sobre a descoberta da traição e a consequente ira que a consome após se perceber impotente diante do ocorrido. "Don't Hurt Yourself" é a canção que embala este capítulo, e é perceptível como os elementos sonoros e visuais gritam em fúria os sentimentos soterrados por ela, que agora ganham a superfície do corpo e explodem em vermelho fogo ao redor do relacionamento partido em dois. A explosão de fúria empreendida em "Don't Hurt Yourself" rapidamente dá espaço ao próximo capítulo de *Lemonade*.

Em um corte seco, vemos o plano do teto de um ônibus com pequenas luzes que dançam em espiral sobre ele. No centro do quadro aparece o título do capítulo: "Apatia", ao som de uma caixinha de música que toca o tema de Lago dos Cisnes, de Tchaikovsky. Apatia e desprezo são os sentimentos que emergem desta fase, mostrando uma Beyoncé engolfada por um vazio de sentimentos com relação ao relacionamento que tinha. Silenciosamente sentada no banco de um ônibus, ouvimos um novo *voice over* da cantora que recita outro trecho retirado de um dos poemas de Warsan Shire⁸⁵, enquanto ela olha para o exterior pela janela. O ônibus que corre pelas ruas de uma cidade irreconhecível (devido à alta exposição de luz) faz referência a uma possível transição espiritual pós vida⁸⁶, representando, aqui, a dolorosa transformação experienciada pela cantora ao descobrir-se apática diante da situação vivida.

Figura 62 – Título que introduz o capítulo da Apatia

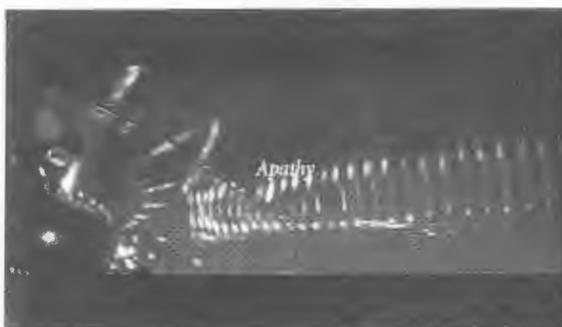


Figura 63 – Beyoncé observa o exterior de dentro do ônibus



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

⁸⁵ "O que você irá dizer no meu funeral agora que me matastes? "Aqui jaz o corpo do meu verdadeiro amor, cujo coração parti sem que me forçassem a isso; aqui jaz a mãe dos meus filhos, ambos vivos e mortos. Descanse em paz meu verdadeiro amor, a quem eu não dei o devido valor; àquela que não dormia por minha causa. Sua mortalha é a solidão. Seu deus, a escuta. Seu paraíso será um amor sem traição. Das cinzas às cinzas. Do pó às amantes." (tradução livre)

⁸⁶ <https://venturesafrica.com/features/the-african-influences-in-beyonces-lemonade-album-explained/>

O vídeo é apresentado em preto e branco, monocromático, evidenciando plasticamente as sensações vivenciadas pela cantora neste ato narrativo. Planos gerais, planos detalhes e planos médios se entrecruzam para mostrar o espaço interior do ônibus em que Beyoncé está. Mulheres negras com pinturas tribais⁸⁷ no corpo, sentadas, movem-se delicadamente em uma dança singular em que os movimentos se limitam ao tronco, à cabeça e às mãos. As mulheres, aqui - bem como em vários momentos do vídeo - representam a força da mulher negra em sua glória artística. O senso de união feminina serve como um muro que pode proteger Beyoncé do que está lá fora; este exterior abarca múltiplos significados, desde a própria traição até aspectos sociais e políticos, tais como o machismo enraizado na sociedade ou a hegemonia branca que silencia a negritude norte-americana, experimentada, igualmente, por Beyoncé.

Figura 64 – Mulheres com pinturas tribais africanas dançam no interior do ônibus



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

Os ecos musicais da caixinha de música continuam, enquanto visualmente viajamos através do espaço até vislumbrarmos os terrenos de uma mansão tipicamente americano-sulista. Árvores carregadas de limões emolduram a entrada da mansão, enquanto a câmera avança silenciosamente para dentro do casarão. Com um corte seco na montagem, a batida de "Sorry"⁸⁸ se inicia, enquanto a câmera percorre a varanda do casarão. A câmera se infiltra no recinto e começa a percorrer os corredores, ao passo em que dançarinas surjem sentadas em cadeiras no

⁸⁷ As pinturas corporais das dançarinas presentes em "Sorry" foram inspiradas na religião Iorubá, e possuem significados espirituais e ritualísticos. A pintura corporal é chamada "A Arte Sagrada de Ori", criada pelo artista nigeriano Laolu Senbajo. As pinturas servem como uma conexão entre Beyoncé e o seu marido; entre a África e a América; entre a música pop e a música clássica; entre o corpo e o espírito. (disponível em: <http://www.okayafrika.com/culture-2/beyonce-lemonade-laolu-senbanjo-sacred-art-of-the-ori/>)

⁸⁸ "Sorry" foi escrita e produzida por Wynter Gordon, Sean "Melo-X" Rhoden e Beyoncé, com Hit-Boy participando como co-produtor e Stuart White como produtor adicional. Enquanto concebia a faixa, "Melo-X" tentou incorporar influências da *dancehall*, algo que é parte da sua cultura como jamaicano. Ele descreve a ideia de "Sorry" como "algo muito simples": "Nós fizemos apenas alguns arranjos legais e algumas batidas padronizadas, depois começamos a trabalhar nas ideias de letra e vocais". Depois, Hit-Boy contribuiu com a canção, adicionando vários sons e várias outras camadas a ela.

interior da casa. Podemos vislumbrar a jogadora de tênis Serena Williams descendo as escadas vagarosamente, enquanto a introdução característica da música continua.

Figura 65 – Plano frontal da mansão sulista, com limoeiros nos lados



Figura 66 – Plano da varanda da mansão



Figura 67 – Mulheres sentadas no interior da mansão



Figura 68 – Serena Williams desce as escadas



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

Segundo Mikael Wood, do jornal *Los Angeles Times*, "Sorry é uma faixa eletrônico/R&B/*uptempo* com uma esmagadora e adormecida batida." (2016, p. 01)⁸⁹ O escritor Giuseppe Zevoli, do portal de notícias sobre música *Drowned in Sound*, chamou a canção "uma emulação do R&B do início dos anos 2000." (2016, p. 01)⁹⁰ Samantha O'Connor, da revista online *405*, descreveu a música como uma faixa "emocionantemente eletrônica". (2016, p. 01)⁹¹. As batidas sintetizadas eletronicamente dançam na introdução da música, estabelecendo o ritmo e a harmonia do todo. Essas batidas cíclicas e repetitivas fazem com que a densidade da harmonia seja a estrutura principal da canção, e sobre a qual os versos irão inscrever-se em seguida. É interessante observar os ecos de vozes sobrepostas e alteradas digitalmente que se

⁸⁹ <http://www.latimes.com/entertainment/music/posts/la-et-ms-beyonce-lemonade-review-20160424-story.html>

⁹⁰ <http://drownedinsound.com/releases/19408/reviews/4150017>

⁹¹ <https://www.thefourohfive.com/music/review/beyonce-lemonade-146>

sobressaem na introdução lembrando a palavra "you" cantarolada no ritmo da canção. Tal qual um "gancho visual", as batidas do início se presentificam plasticamente no caminhar despreocupado e firme de Serena Williams⁹², enquanto a câmera lenta a acompanha pela mansão.

O caminhar de Williams culmina em uma Beyoncé sentada em uma cadeira semelhante a uma poltrona, entoando os primeiros versos da canção - que também se caracterizam por serem os versos do refrão. Enquanto vislumbramos a cantora sentada de forma despreocupada em seu "trono", os versos: "Sorry; I ain't sorry" iniciam, trazendo mais uma camada rítmica ao som - a espinha dorsal e estrutural da letra - que se presentifica plasticamente ao longo do videoclipe, trazendo em sua constituição o conceito de "versos gancho" - que faz a montagem entrar em harmonia com as batidas musicais.

Figura 69 – Williams dança nos corredores da mansão



Figura 70 – Beyoncé canta sentada em uma poltrona



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

A expressão de Beyoncé aqui é de apatia em relação ao seu relacionamento e à traição que sofreu. Tendo liberado sua ira e seu sofrimento nos capítulos anteriores, aqui vemos uma mulher despreocupada com as consequências de uma possível separação: "*Headed to the club (I ain't sorry); I ain't thinking 'bout you (I ain't sorry); Me and my ladies sip my D'USSÉ cup (sorry, I ain't sorry); I don't give a fuck, chucking my deuces up; Suck on my balls, pause, I had enough (sorry, I ain't sorry); I ain't thinking 'bout you*". Os conceitos de "versos gancho" e "ganchos visuais" se tornam mais uma vez evidentes aqui, uma vez que os versos se estendem

⁹² Beyoncé quis incluí-la em *Lemonade* por que, para ela, Serena representava a "personificação da força feminina"; Enquanto filmavam, Beyoncé disse a Williams: "Seja livre e apenas dance como se ninguém estivesse olhando pra você." (disponível em: <http://hiphopdx.com/news/id.38750/title.beyonce-gave-serena-williams-pointers-for-sorry-video>)

visualmente em imagens interpoladas, mostrando uma Beyoncé libertando-se do sofrimento e da dor, dançando com outras mulheres a sua ode à liberdade. Beyoncé canta sobre "sair com as suas garotas", fazendo alusão ao fato de que possivelmente são as suas amigas que estarão presentes - como sempre estiveram - quando tudo acabar; quando o homem que ama tiver partido o seu coração. Visualmente o videoclipe segue a entonação leve na voz da cantora, enquanto transforma a letra da canção em audiovisual na medida em que vai e volta da mansão sulista para o ônibus, traçando um paralelo com o "sair" para a noite sem qualquer tipo de arrependimento que a prenda ao passado.

Logo antes do refrão, Beyoncé canta: "*Middle fingers up, put them hands high; Wave it in his face, tell him: boy, bye*", o que pode ser caracterizado não apenas como um grito contra a traição do marido, mas também um grito contra a própria figura masculina. O ato de levantar os dedos do meio seria com o intuito de mostrá-los aos homens; como se fosse um grito de empoderamento das mulheres contra toda uma narrativa que as coloca como vítimas vulneráveis da figura masculina. Aqui, Beyoncé novamente explicita uma declaração política contra o machismo, convidando as mulheres a exercerem a sua independência e se tornarem visíveis e presentes na sociedade.

Na segunda metade do videoclipe há um gancho visual bastante interessante: o ônibus/festa denominado "Boy Bye" - faz alusão aos versos cantados na ponte presente antes do refrão, transformando em audiovisualidade um dos versos mais repetidos na canção, criando esteticamente um espaço na imagem a partir de um dos versos da composição. Este ônibus está estacionado em um terreno baldio com os faróis ligados enquanto Beyoncé e as dançarinas dançam ao som das batidas rítmicas de "Sorry". O videoclipe segue em uma montagem rápida e alternada (característica marcante da linguagem videoclíptica), mostrando as três cenas paralelamente: ora a mansão sulista em que a cantora dança com Serena Williams; ora o ônibus em movimento através da cidade com as dançarinas em pinturas tribais; ora o ônibus estacionado, sendo usado como "palco" para a performance corporal de Beyoncé. É nesse momento em que a cantora se desprende de suas amarras e personifica definitivamente a ideia de libertação, cantando em um tom de voz risível que evidencia o divertimento misturado com a apatia acerca da situação em que se encontra o seu relacionamento.

Figura 71 – Beyoncé performando a música em um terreno abandonado



Figura 72 – Beyoncé e as suas dançarinas com ornamentos africanos



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

Um das estrofes mais diretas, que pode estar associada ao seu relacionamento na vida real com Jay-Z, aparece minutos antes do fim: no momento em que o videoclipe muda visualmente junto com o ritmo e a harmonia da canção, trazendo batidas mais velozes e sincopadas, em uma estrutura totalmente diferente da anterior. Essa quebra na canção introduz o ouvinte para uma das estrofes mais cruas e diretas cantadas pela cantora ao marido.

Na nova cena, uma Beyoncé revestida por uma camada de tinta prata e vestindo apenas um sutiã é mostrada sentada ao chão, com os braços escondidos nas costas, lembrando em muitos aspectos o famoso busto⁹³ da rainha egípcia Nefertiti⁹⁴. É interessante o paralelo que podemos traçar aqui, uma vez que a rainha é conhecida como a "grande esposa do rei" (numa possível alusão ao casamento de Beyoncé com Jay-Z) e a "senhora de todas as mulheres" (estabelecendo clara alusão à bandeira de empoderamento feminino que a cantora carrega). Beyoncé se tornou um dos grandes canais de ativismo feminista negro na indústria do entretenimento contemporâneo. Além disso, não se pode esquecer do fato de que o casal Beyoncé e Jay-Z prosperou em conjunto na indústria fonográfica, de modo que hoje representam, não apenas simbolicamente, mas economicamente, o sucesso. Essas relações com o contexto da vida real da artista trazem à tona sentidos e significados presentes em *Lemonade*

⁹³ O busto de Nefertiti é um busto feito de calcário com cerca de 3.400 anos de idade e 50 cm de altura, uma das obras de arte mais imitadas do Antigo Egito. Devido à obra, Nefertiti tornou-se uma das mulheres mais célebres da Antiguidade, bem como um ícone da beleza feminina. Acredita-se que tenha sido feito em 1345 a.C., pelo escultor Tutmés. Atualmente está em exposição no Neues Museum, em Berlim.

⁹⁴ Nefertiti foi uma rainha da XVIII dinastia do Antigo Egito, casada com o faraó Amenófis IV. Ambos são conhecidos por terem realizado a revolução religiosa no Egito - no qual passaram a adorar apenas um deus, Áton (ou o disco solar) - além de terem governado em um dos períodos mais prósperos do Antigo Egito. Nefertiti teve muitos títulos, dentre eles: Princesa Hereditária; Senhora das Graças; Doce do Amor; Senhora das Duas Terras; Grande Esposa do Rei, sua amada; Senhora de Todas as Mulheres e Senhora do Alto e do Baixo Egito.

que não conseguem escapar das especulações sobre o que diz respeito a própria história do casal ou não.

Figura 73 – Busto da rainha egípcia Nefertiti



Fonte: O busto de Nefertiti é capturado em uma conferência de imprensa nos 100 anos de sua descoberta, no Museu Neues em Berlim, na Alemanha, em 05 de dezembro de 2012. Disponível em: <<http://portal.picture-alliance.com>> Acesso em 14 de janeiro de 2017.

Figura 74 – Beyoncé faz referência à Nefertiti



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

Há, porém, um contraste entre som e imagem nesta cena. No momento do plano de Beyoncé semelhante à Nefertiti, o conteúdo da letra é cantado em um tom de voz apático, aproximando-se de um tom de voz cansado de "mentiras". Aqui a narrativa coloca a cantora sob a linha tênue do divórcio e da reconciliação - o oposto da prosperidade e do casamento perfeito apregoados no Egito Antigo por Nefertiti e Amenófis. Beyoncé canta: "*I left a note in the hallway; By the time you read it, I'll be far away; But I ain't fucking with nobody; Let's have a toast to the good life; Suicide before you see this tear fall down my eyes*"⁹⁵. Isso parece deixar claro que a canção talvez seja uma delicada "nota no hall de entrada" endereçada ao marido. A cantora aqui realiza movimentos quebradiços no espaço - quase robóticos; uma reminiscência do tom apático e desprendido empregado nas entonações de voz da cantora e no próprio tema lírico da canção.

O plano de Beyoncé à la Nefertiti é mostrado em paralelo com Beyoncé na frente de um grupo de mulheres e do ônibus *Boy Bye* mostrado anteriormente. É interessante observar que Beyoncé, nesta cena, veste roupas e ornamentos de raízes africanas⁹⁶, trazendo outra camada

⁹⁵ "Eu deixei um recado no *hall* de entrada; Quando você o ler eu já estarei longe; Mas eu não estou te traindo com ninguém; Vamos brindar pela boa vida; Eu me suicidaria antes que você visse uma lágrima caindo dos meus olhos; Eu e meu bebê vamos ficar bem, teremos uma boa vida." (tradução livre)

⁹⁶ Nos visuais das faixas "Sorry", "Daddy's Lesson", "Love Drought" e "Forward", extratos culturais das tribos Iorubá da África Ocidental, significativamente se misturam para criar os *looks* de Beyoncé. Nesses videos a cantora

de significado à plasticidade visual da canção/videoclipe. O cabelo (ou os cabelos usados por Beyoncé em "Sorry" - e em outros visuais do álbum) também são elementos importantes para a composição do todo. Como Cynthia Okoroafor (2016) escreve em seu artigo online em que analisa as referências africanas presentes em *Lemonade*⁹⁷:

Tranças e *afros* não são mais reservados apenas à população africana devido à disseminação presença negra no mundo, mas a maneira como eles compõem o estilo de Beyoncé e a do seu elenco nos visuais do álbum é inegavelmente e completamente africana, mesmo nos tempos modernos. "Sorry", por exemplo, retrata as suas dançarinas usando estilos de cabelo africanos na cena do ônibus e, lá pelo fim do mesmo vídeo, vemos a própria Beyoncé usando um penteado que lembra em muitos aspectos a antiga rainha egípcia Nefertiti. (...) Apesar do gosto pela moda vir a ser uma parte do seu trabalho, as escolhas e afirmações de Beyoncé continuam a evoluir. *Lemonade* nos mostra esta constante evolução *fashion* sob uma atmosfera marcadamente africana, largamente caracterizada pelos tecidos, pelas joias, pelos bordados e pelos padrões das roupas utilizadas nos visuais.

O videoclipe termina com um plano aberto de Beyoncé/busto de Nefertiti (desta vez com os braços e pernas alongados na frente do corpo, como se tivesse desprendido-se do passado), enquanto um *travelling out* sutil se distancia da imagem, concluindo a fase da apatia para começar o próximo passo na jornada de autodescoberta e auto-cura da cantora, expressada artisticamente no álbum visual *Lemonade*.

Figura 75 – Beyoncé performa a música juntamente com suas dançarinas



Figura 76 – Plano final de Beyoncé à la Nefertiti



Fonte: BEYONCÉ KNOWLES. *Lemonade*. Parkwood Records: 2016. CD, DVD.

se veste roupas tribais tipicamente africanas, indicando as suas raízes além das americanas. (disponível em: <https://venturesafrica.com/features/the-african-influences-in-beyonces-lemonade-album-explained/>)

⁹⁷ <https://venturesafrica.com/features/the-african-influences-in-beyonces-lemonade-album-explained/>

3.4 *Singles versus* Álbum Visual

Após construirmos uma análise que buscou dar conta de aspectos visuais e narrativos, iremos unir as dimensões de sentidos e significados expressos nos *singles* com aqueles trazidos pelo álbum visual, pensando em desvelar o modo com que as músicas em separado dialogam com a narrativa do álbum. Ou seja, queremos refletir como os *singles* podem exercer um caráter independente e, ao mesmo tempo, interdependente com o álbum visual; quais os elementos de intersecção entre os *singles* e o disco visual como um todo.

O contrato audiovisual estabelecido aqui vai de encontro ao pensamento teórico de Thiago Soares e Jader Janotti (2008). Uma vez analisados, os produtos não devem mais ser lidos em separado, como se estivessem subjugados por qualquer hierarquia de importância entre o som e imagem. Neste caso podemos alargar os sentidos do conceito, pensando que só podemos construir uma profunda análise acerca do álbum visual se o pensarmos a partir de uma visão macro, estabelecendo quais são as relações de produção, recepção e consumo deste produto na indústria cultural; inclusive sob a ótica dos *singles*, produtos que podem ser descolados da narrativa – e que, portanto, possuem o seu próprio contexto de produção e consumo – mas que fazem parte intrínseca do todo. A separação aqui empreendida entre *single versus* álbum visual faz parte de um caminho analítico que, depois de realizado, fará parte de um contrato audiovisual sem hierarquias de valor ou poder.

Podemos pensar, também, os *singles* sob a luz do conceito de "ganchos visuais" (GOODWIN *apud* SOARES, 2016), uma vez que estes produtos possuem, inscritos em seus mecanismos constitutivos, características da lógica promocional na indústria fonográfica. Os *singles*, aqui (pensados em consonância com os seus respectivos videoclipes), funcionam como ganchos para o álbum visual, cooptando a atenção de uma grande massa que usualmente não acessaria o todo, mas que, por acessar um produto de mais fácil e proeminente alcance como o videoclipe, acaba experienciado a fruição estética completa fornecida pelo álbum visual. Novamente, aqui, a dicotomia *singles versus* álbum visual assume um caráter excepcionalmente analítico, justamente para compreendermos melhor como funcionam os mecanismos de produção de sentido, recepção e consumo vivenciados pelas pessoas que entram em contato com *Lemonade* através dos videoclipes de "Sorry" e/ou "Hold Up".

Para pensarmos a profunda relação de interdependência que existe entre os *singles* e o álbum, devemos estar atentos à estrutura empregada na composição do álbum visual. Tendo em vista que se trata de uma narrativa construída em capítulos, os quais representam as fases da jornada pela qual Beyoncé passa, é possível considerarmos que as músicas quando

desconectadas do todo são capazes de elucidar uma história fechada em si mesmo, uma vez que cada uma delas possui seus próprios endereçamentos estéticos e suas próprias particulares líricas. Ao mesmo tempo em que os ouvintes/espectadores podem se identificar com a trajetória completa vivenciada pela cantora - desde a intuição até a redenção final - é igualmente possível que o público se identifique com apenas algumas fases dessa trajetória. Assim sendo, o público que assiste ao álbum frui de maneiras diferenciadas e segundo suas próprias vivências e experiências sócio-político-culturais.

Além disso, elementos como a inserção de títulos no começo de cada fase e as poesias declamadas no início de cada ato dão a nítida sensação de abertura, e contribuem na definição de uma estrutura de começo, meio e fim para cada capítulo. Outro fator importante que se acrescenta a esse modelo narrativo possível de ser lido em partes ou como um todo, são os aspectos visuais de cada fase: as representações visuais e estéticas podem ser compreendidas quando desconectadas do todo, do mesmo modo que se lidas enquanto integrantes de algo maior, seus sentidos reforçam ainda mais as relações entre os arcos narrativos. Nesse sentido, os *singles* retirados para análise se caracterizam como produtos híbridos, sejam eles entendidos como videoclipes autônomos, sejam eles compreendidos enquanto fragmentos de uma narrativa maior. Nas palavras de Evan Sawdey:

Lemonade não é um álbum fácil, e nem pretende ser. O disco visual é abençoado por detalhes e movido pela ira, inundado de política, mas ainda sim destinado para o consumo como um produto pop. É tão dançante quanto é pesado, tão flamejante quanto inspirador. Não é um álbum que pode ser resumido por uma única música, uma única sinopse ou até mesmo por uma única crítica. (...) É um trabalho profundamente pessoal, que afeta cada ouvinte em um nível também pessoal, um empreendimento arriscado no qual qualquer mínima falha pode ser perdoada devido à sua ambiciosa visão de tirar o fôlego. (2016, p. 01, tradução nossa)⁹⁸

É importante salientar o fato de que os *singles* e os álbuns visuais são dois formatos diferentes, regidos por sistemas de circulação e consumo/recepção igualmente distintos. A fruição de um *single*/videoclipe assume um caráter instantâneo, regido em muitos aspectos pelas lógicas capitalistas do consumo desenfreado, rápido, que requer o mínimo de atenção. Por outro lado, o álbum visual possui um caráter alongado, de descompressão temporal, de modo que as forças que o regem implicam uma experiência de fruição imersiva, narrativa e visualmente conectadas a um projeto de longa duração. Longe de atribuição de valores superficiais, tais como “um é mais artístico do que o outro”, precisamos entender que estamos diante de duas experiências de consumo/recepção diferentes, as quais irão abarcar, necessariamente sentidos, significados estéticos e discursos diferenciados.

⁹⁸ <http://www.popmatters.com/review/beyonce-lemonade/>

A estrutura em atos apresentado por *Lemonade* possibilita a fragmentação do todo em visuais menores, que por serem divididos não perdem a estrutura narrativa intrínseca sobre o qual o formato do videoclipe pode ser moldado. É preciso lembrar que Beyoncé, ainda que seja uma artista cujos ideais estéticos, políticos e sociais delineiam suas obras, está inserida em uma indústria comandada pela lógica do capital, e por este motivo inúmeras concessões serão sempre realizadas, a fim de que o mercado consiga lidar, aos poucos, com ideias transformadoras e/ou vanguardistas. Com o álbum visual antecessor a cantora já trabalhava a ideia da narrativa de longa duração, apesar do produto ter sido lançado em um formato mais próximo do comercialmente aceitável: dezessete videoclipes que podiam ser consumidos independentemente, com estruturas narrativas e estéticas também diferenciadas. A cantora, portanto, lançou 17 videoclipes (e não um único visual) em 2013. Há que se considerar que sua trajetória social já lhe proporcionava reconhecimento e um dado *status*, mas talvez ainda não suficientes a ponto de ir contra um sistema de promoção bastante rígido na indústria do entretenimento. As repercussões do trabalho de 2013, acrescidos de premiações e transformações na administração de sua carreira ao longo dos últimos anos, sinalizaram uma autonomia artística ainda maior. Desde o lançamento de *Beyoncé* (2013), o desejo de expressão artística apontava para um projeto que pudesse ser menos desconexo e que conseguisse operar uma coesão interna. Com *Lemonade*, a cantora deu um passo a frente e consolidou seu lugar na indústria como uma artista inovadora, estabelecendo as bases para um (possível) novo modo de se consumir música no *mainstream*.

Outro fator importante para que "Sorry" e "Hold Up" fossem descolados da narrativa maior para serem comercializados como *singles* em separado - trazendo à tona a lógica comercial - foram os seus desempenhos nas rádios e sucesso nos *charts*⁹⁹ de música ao redor do mundo. Beyoncé, no entanto, fez uma clara declaração de que o álbum visual deveria ser consumido como uma experiência sonoro-visual única. O single de "Sorry" apenas foi lançado em 3 de maio de 2016, aproximadamente duas semanas após o lançamento oficial de *Lemonade* no mercado mundial; sem que fosse realizada qualquer tipo de performance promocional da música em programas de televisão ou rádio. "Hold Up" - terceiro single de *Lemonade* - foi lançado apenas em 16 de agosto de 2016, quase três meses e meio depois do lançamento do álbum visual. Estes pressupostos reforçam a ideia de que Beyoncé concebeu *Lemonade* como uma experiência sonoro-visual que deveria ser consumida em seu formato de longa duração. Isso aponta para uma postura da cantora de distanciamento do modelo mercadológico regido

⁹⁹ Os *charts* são *rankings* de música que levam em conta a popularidade de uma canção em um determinado período de tempo. Exemplos de *charts* musicais são: *Hit Parade*, *The Billboard Hot 100* e *The Billboard Hot 40*.

pelos sistemas de circulação e consumo caracterizados pelos *singles* promocionais, pelas performances televisivas e radiofônicas, pelos videocliques, etc. Nesse sentido é que estamos considerando em *Lemonade* (e na figura de Beyoncé) aspectos vanguardistas, não apenas no que diz respeito à estrutura estético-narrativa do álbum visual, mas também, senão primordialmente, no que se refere às estratégias de produção, circulação e consumo da obra.

Para concluir o arcabouço de análises e contextualizações realizadas a partir de *Lemonade*, faço aqui referência a um artigo no qual o autor ressalta as particularidades desveladas por Beyoncé neste álbum visual, as quais considero de extrema pertinência:

Há um invisível manto de proteção em volta dela. Apesar de sabermos qual é essa proteção – negra e poderosa – Beyoncé precisa de proteção. Essa é a realidade e a fantasia de *Lemonade*: um bonito borrão de verdade e ficção, sagrado e profano, força e fraqueza, astúcia e arte, cargas herdadas e, finalmente, salvação. É a história de e para as mulheres negras que estão à margem, cuja fúria nos golpeia e nos derruba. (...) Se esta narrativa é sobre Jay Z ou Mathew Knowles (cujas traições produziram um bebê) ou se é um enredo fictício - usando a narrativa da traição como estrutura para um álbum sobre a solidariedade negra feminina – esta história é corajosa e beira a perfeição. As mentiras são o que nos liga de qualquer maneira; a ausência de confiança. Em quem acreditaremos se não em nossos próprios pais, parceiros ou em nosso próprio país no qual somos livres? (HOPE, 2016, p. 01, tradução nossa)¹⁰⁰

¹⁰⁰ <http://themuse.jezebel.com/lemonade-is-beyonces-body-and-blood-1772819494>

Considerações Finais

Chego ao final deste trabalho descobrindo o entusiasmo com uma nova perspectiva dentro do cinema: a da pesquisa. A experiência de escrever esta monografia foi de extrema importância para a minha formação, pois me vi apreciando determinadas leituras, o próprio ato de pesquisar e o momento de escritura do texto. A experiência foi tão gratificante que penso em continuar neste caminho, estudando, lendo e pesquisando academicamente sobre os temas que me inquietam e me instigam a refletir. Continuar navegando pelos temas que abordei neste trabalho seria extremamente enriquecedor para mim, abrindo-me novas possibilidades de me aventurar em outros campos que não imaginava adentrar. Este Trabalho de Conclusão de Curso vem, portanto, como um importante divisor de águas no meu percurso de graduação, incentivando-me a continuar como pesquisador e questionador assíduo da realidade que se coloca diante de mim.

Por meio das reflexões que propus ao longo do trabalho, acredito que é bastante plausível os questionamentos acerca da existência e/ou delineamento de um campo autônomo para o álbum visual. Se temos subsídios suficientes para pensar este produto como um produto passível de categorizações estético-estruturais próprias, modelos de produção específicos, bem como instâncias de reconhecimento e consagração que o legitimam enquanto formato, cabe nos indagarmos, afinal, quais são os mecanismos que estruturam esse campo em construção. Para além destes questionamentos, o trabalho também flertou com questões acerca das identidades pós-modernas e o modo como a experiência de determinados movimentos de produção, circulação, recepção e consumo dialogam com os conceitos de pós-modernidade, cultura pop e a *pop art*. Essa articulação e entrelaçamento buscou pensar em como somos afetados e em como nos deixamos afetar pelas experiências de consumo no contexto sócio-histórico e cultural da pós-modernidade.

Como questão mais específica, o estudo demonstrou que o álbum visual se caracteriza por ser um produto híbrido – que nasce da intersecção entre as indústrias fonográfica e cinematográfica e que culmina com a circulação/consumo na indústria do entretenimento, apontando um novo caminho para formas de se produzir e consumir produtos audiovisuais. Analisando primeiramente o contexto macro no qual este produto está inserido na indústria, para depois analisar características inerentes e próprias a este formato em ascensão, buscamos levantar uma reflexão sobre as formas com que nos relacionamos com estas obras híbridas, que mesclam estruturas próprias da música e do audiovisual para a construção de uma possível narrativa pop que parta especificamente do álbum como um todo.

Por meio de exemplos trazidos para análise estética, narrativa e estrutural – tais como o objeto empírico e *corpus* deste trabalho, o álbum visual *Lemonade*, de Beyoncé Knowles – busquei estabelecer parâmetros, contextos e referências que pudessem dialogar com as teorias sobre cultura pop levantadas e com as inquietações de minha parte sobre a possibilidade de um campo autônomo para o álbum visual. Por fim, acredito que este trabalho foi muito rico no levantamento e mapeamento das principais obras audiovisuais-fonográficas que pudessem abarcar as características estéticas, narrativas e de contexto cultural presentes na própria estrutura do formato.

Se há ou não um campo autônomo para o álbum visual é uma pergunta que ainda requer muitos estudos e pesquisas para ser respondida. Penso que esta monografia foi um importante e necessário passo inicial para integrar o escopo das pesquisas sobre este formato híbrido que começa a se delinear no *mainstream* da cultura pop. No entanto, devo salientar que outras perguntas ainda podem ser levantadas sobre a temática. Portanto, sigo com as reflexões e inquietações em mim - intensificadas durante a realização desta pesquisa - com o desejo latente de expandir este estudo em outros direcionamentos possíveis, a fim de que este tema seja mais amplamente discutido nas instâncias de pesquisa acadêmica e que possamos contemplar os modos de existência e funcionamento de um campo dos álbuns visuais.

Referências Bibliográficas

BARRETO, Rodrigo Ribeiro. A Fabricação do Ídolo Pop: A Análise Textual de Videoclipes e a Construção da Imagem de Madonna. 198 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

BARRETO, Rodrigo Ribeiro. Parceiros no Clipe: A atuação e os estilos autorais de diretores e artistas musicais no campo do videoclipe a partir das colaborações de Mondino/Madonna e Gondry/Björk. 230 p. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.

BELO, Rafaela. O Novo Lugar do Videoclipe: Indústria Fonográfica e Consumo Musical no Ciberespaço. INTERCOM. XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Vila Velha/ES – 22 a 24 de Maio de 2014.

BERNSTEIN, Jonathan. Lemonade is Beyoncé at her most profane, political and personal – review. 24 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.telegraph.co.uk/music/what-to-listen-to/lemonade-is-beyonc-at-her-most-profane-political-and-personal/>> Acesso em 19 de novembro de 2016.

Billboard Magazine. Beyoncé and Adele lead nominees for 2016 MTV Video Music Awards. 26 de julho de 2016. Disponível em: <<http://www.billboard.com/articles/events/vma/7453279/beyonce-adele-lead-nominees-2016-mtv-video-music-awards>> Acesso em 9 de janeiro de 2017.

Billboard Magazine. VMAs 2016: See the full list of winners. 28 de agosto de 2016. Disponível em: <<http://www.billboard.com/articles/events/vma/7487873/vmas-2016-winners-list>> Acesso em 9 de janeiro de 2017.

CASTRO, Fábio Fonseca de. Temporalidade e quotidianidade do pop. Cultura pop. Salvador: EDUFBA; Brasília : Compós, 2015. Pp. 35 – 44.

CELIZIC, Mike. "Thriller" vídeo remains a classic 25 years later. 24 de abril de 2008. Disponível em: <<http://www.today.com/popculture/thriller-video-remains-classic-25-years-later-wbna24282347>> Acesso em 26 de outubro de 2016.

CINQUEMANI, Sal. Beyoncé: *Lemonade*. 25 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.slantmagazine.com/music/review/beyonce-lemonade>> Acesso em 19 de novembro de 2016.

COELHO, Teixeira. Dicionário Crítico de Política Cultural. 2 ed. Brasil: Iluminuras, 2004. 383 p.

CONTER, Marcelo Bergamin; TELLES, Marcio; ARAUJO, André. O Revirtual: a memória da memória da cultura pop. Cultura pop. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. Pp. 93 – 108.

COX, Jamieson. Beyoncé's 'visual album' *Lemonade* sets a new standard for pop storytelling: It's the first album you need to 'watch' to experience in full. 25 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.theverge.com/2016/4/25/11503124/beyonce-lemonade-visual-album-format-bjork-rihanna>> Acesso em 20 de novembro de 2016.

CURTIS, James M. (1987). *Rock Eras: Interpretations of Music and Society, 1954–1984*. Bowling Green State University Popular Press, 1987. 363 p.

CUMMINGS, Jozen. Kanye West's 'Runaway' Film: An Early Look. 22 de outubro de 2010. Disponível em: <<http://blogs.wsj.com/speakeasy/2010/10/22/kanye-wests-runaway-film-an-early-look/>> Acesso em 16 de novembro de 2016.

DOMBAL, Ryan. Beyoncé: "Hold Up". 25 de abril de 2016. Disponível em: <<http://pitchfork.com/reviews/tracks/18207-beyonce-hold-up/>> Acesso em 20 de novembro de 2016.

DESTA, Yohana. Beyoncé's 'Lemonade' is a powerful tribute to black girls everywhere. Disponível em: <<http://mashable.com/2016/04/24/beyonce-lemonade-review/#uBBAmDJ7Gqb>> Acesso em 20 de novembro de 2016.

EDELMAN, Julia. Recap: Beyoncé's *Lemonade*. 24 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.vulture.com/2016/04/beyonce-lemonade-recap.html>> Acesso 28 de novembro de 2016.

EL PAÍS. Novo álbum de Beyoncé vende 80.000 cópias em três horas: O disco 'Beyoncé' é composto por 14 músicas e 17 vídeos gravados pelo mundo, de Nova York ao Rio de Janeiro. 6 de dezembro de 2016. Disponível em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2013/12/13/cultura/1386948429_982528.html> Acesso em 20 de janeiro de 2017.

EHRlich, David. Who Directed 'Lemonade'? The 7 Filmmakers Behind Beyoncé's Visual Album. 24 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.indiewire.com/2016/04/who-directed-lemonade-the-7-filmmakers-behind-beyonces-visual-album-289339/>> Acesso em 18 de novembro de 2016.

ERLEWINE, Stephen Thomas. Michael Jackson's Artist Biography. Disponível em: <<http://www.allmusic.com/artist/michael-jackson-mn0000467203/biography>> Acesso em 26 de outubro de 2016.

ESTRELLA, Fiel. A. V. Club: A brief history of visual albums from the Beatles to Beyoncé. 26 de abril de 2016. Disponível em: <<http://cnnphilippines.com/life/entertainment/music/2016/04/26/visual-albums.html>> Acesso em 22 de outubro de 2016.

FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de Consumo e Pós-Modernismo*. 1 ed. São Paulo: Studio Nobel Ltda., 1995. 223 p.

FERREIRA, Lorena de Risse; FISCHER, Gustavo Daudt. A audiovisualização de Beyoncé – um olhar sobre os dispositivos de passagem e as zonas de contato entre as imagens. *Revista ECO PÓS UFRJ* – v. 19, n. 3, 2016. Pp. 124 – 138.

FILHO, João Freire. Mídia, consumo cultural e estilo de vida na pós-modernidade. ECO-PÓS – v. 6, n. 1, janeiro – julho de 2003. Pp 72 – 97.

GENSLER, Andy. Beyoncé on Self-Management, Following Madonna's Footsteps, Developing Other Artists. 22 de dezembro de 2013. Disponível em: <<http://www.billboard.com/biz/articles/news/legal-and-management/5847820/beyonce-on-self-management-following-madonnas>> Acesso em 19 de novembro de 2016.

GOMES, Wilson. A Poética do Cinema e a questão do método em análise filmica.

GUIMARÃES, Claudia. O cinema e os cinemas: diálogos entre estética e tecnologia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação UFJF – v. 3, n. 2, dezembro de 2009. Juiz de Fora/MG. 11 p.

HOPE, Clover. Lemonade is Beyoncé's Body and Blood. 25 de abril de 2016. Disponível em: <<http://themuse.jezebel.com/lemonade-is-beyonces-body-and-blood-1772819494>> Acesso em 24 de novembro de 2016.

HUSSAIN, Shahzaib. Beyoncé – *Lemonade*: a sensational, enraged return from a true icon. 26 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.clashmusic.com/reviews/beyonce%C3%A9-lemonade>> Acesso em 19 de novembro de 2016.

JAMESON, Frederic. Reificação e Utopia na Cultura de Massa. 25 p.

JANOTTI JUNIOR, Jader Silveira. Cultura pop: entre o popular e a distinção. Cultura pop. Salvador: EDUFBA; Brasília : Compós, 2015. P. 45 – 56.

JANOTTI JUNIOR, Jader Silveira. Cultura pop: entre o popular e a distinção. Cultura pop. Salvador: EDUFBA; Brasília : Compós, 2015. P. 45 – 56.

JANOTTI JUNIOR, Jader Silveira. Por uma análise midiática da música popular massiva: Uma proposição metodológica para a compreensão do entorno comunicacional, das condições de produção e reconhecimento dos gêneros musicais. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Agosto de 2006. 15 p.

JANOTTI JUNIOR, Jader Silveira. Música popular massiva e gêneros musicais: produção e consumo da canção na mídia. Revista DOSSIÊ – Comunicação, Mídia e Consumo – v. 3, n. 7, julho de 2016. São Paulo/SP. Pp 31 – 47.

JANOTTI JUNIOR, Jader Silveira; SOARES, Thiago. O videoclipe como extensão da canção: apontamentos para análise. Revista Galáxia – n. 15, junho de 2008. Pp. 91 – 108.

JENKIS, Henry. Cultura da Convergência. 1 ed. Brasil: Editora Aleph, 2009. 432 p.

JOHSON, Cherise. Beyoncé gave Serena Williams pointers for "Sorry" Video. 10 de maio de 2016. Disponível em: <<http://hiphopdx.com/news/id.38750/title.beyonce-gave-serena-williams-pointers-for-sorry-video>> Acesso em 24 de novembro de 2016.

JULIOUS, Britt. Beyoncé – *Lemonade*: Raw yet polished, beautiful yet ugly, all Beyoncé. Disponível em: <<http://consequenceofsound.net/2016/04/album-review-beyonce-lemonade/>> Acesso em 20 de novembro de 2016.

KAMIS, Google Earth demonstrates how technology benefits RI's civil society, govt. 2011. Disponível em: <<http://www.antaraneews.com/en/news/71940/google-earth-demonstrates-how-technology-benefits-ris-civil-society-govt>> Acesso em 22 de setembro de 2016.

KAUFMAN, Gil. Michael Jackson's "Thriller" added to National Film Registry: Iconic Clip is the First Music Video to be Inducted into the Library of Congress. 30 de dezembro de 2010. Disponível em: <<http://www.mtv.com/news/1628945/michael-jacksons-thriller-added-to-national-film-registry/>> Acesso em 26 de outubro de 2016.

KERN, Daniela. O conceito de hibridismo ontem e hoje: ruptura e contato. MÉTIS: história & cultura – v. 3, n. 6, julho – dezembro de 2004. P. 53-70.

KOT, Greg. Beyonce's 'Lemonade' contains singer's most fully realized music yet. 24 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.chicagotribune.com/entertainment/music/kot/ct-beyonce-lemonade-album-review-20160424-column.html>> Acesso em 20 de novembro de 2016.

KLEIN, Alyssa. How Nigerian Visual Artist Laolu Senbanjo Brought His Sacred Art Of The Ori To Beyoncé's 'Lemonade'. 24 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.okayafrica.com/culture-2/beyonce-lemonade-laolu-senbanjo-sacred-art-of-the-ori/>> Acesso em 21 de novembro de 2016.

KUMARI, Ayele. Iyanifa: Women of Wisdom. USA: maat Group. 2013. p. 40

LIPPARD, Lucy. Pop Art. London: Thames and Hudson, 1998.

LOPES, Denilson. Da música pop à música como paisagem. Revista ECO PÓS UnB – v. 6, n. 2, agosto – dezembro de 2003. Pp 86 – 94.

Lista de Indicados ao 2016 EMMY Awards. Disponível em: <<http://www.emmys.com/sites/default/files/Downloads/68th-nominations-list-v2.pdf>> Acesso em 9 de janeiro de 2017.

Lista de Indicados ao 59th GRAMMY Awards. Disponível em: <<https://www.grammy.com/files/59thpresslist12072016.pdf>> Acesso em 9 de janeiro de 2017.

MANCHESTER EVENING NEWS. A farewell to the King of Pop. 12 de janeiro de 2013. Disponível em: <<http://www.manchestereveningnews.co.uk/news/greater-manchester-news/a-farewell-to-the-king-of-pop-922849>> Acesso em 26 de outubro de 2016.

MATTA, João Paulo Rodrigues. Marcos históricos da indústria cinematográfica: Hegemonia norte-americana e a convergência audiovisual. Revista do Centro de Artes, Humanidades e Letras – v. 3, n. 1, 2009. Pp 66 – 78.

MILTON, Jamie. Album review: Beyoncé – *Lemonade*: Far from just being an oh-no-he-didn't tour de force, 'Lemonade' matches context with real substance. Disponível em: <<http://diymag.com/2016/04/27/beyonce-lemonade-album-review>> Acesso em 19 de novembro de 2016.

MORGADO, Vasco Madeira. Música Pop: Audiovisualidades e Desdobramentos Contemporâneos. 144 p. Dissertação (Mestrado em Design de Comunicação e Novos Media). Faculdade de Belas Artes, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2015.

MOREIRA, Ricardo Luis de Sousa; DANTAS, Juliana Bulhões Alberto. Indústria Cultural e Música Pop: o produto Lana Del Rey. INTERCOM. XVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – 15 a 17 de maio de 2014, João Pessoa/PB.

MOODY, Nekesa Mumbi. Review: Beyonce again proves to be center of pop universe. 24 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.businessinsider.com/ap-review-beyonce-again-proves-to-be-center-of-pop-universe-2016-4>> Acesso em 19 de novembro de 2016.

NORDYKE, Kimberly. "Moonlight" named best Picture by the African American Film Critics Association. 12 de dezembro de 2016. Disponível em: <<http://www.hollywoodreporter.com/news/moonlight-named-best-picture-by-african-american-film-critics-association-955250>> Acesso em 9 de janeiro de 2017.

O'CONNOR, Samantha. Beyoncé: Lemonade. 25 de abril de 2016. Disponível em: <<https://www.thefourohfive.com/music/review/beyonce-lemonade-146>> Acesso em 21 de novembro de 2016.

OKOROAFOR, Cynthia. All the african influences in Beyoncé's visual álbum, *Lemonade*, explained. 26 de abril de 2016. Disponível em: <<https://venturesafrica.com/features/the-african-influences-in-beyonces-lemonade-album-explained/>> Acesso em 18 de novembro de 2016.

PARELES, Jon. Review: Beyoncé makes "Lemonade" out of a marital strife. 24 de abril de 2016. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2016/04/25/arts/music/beyonce-lemonade.html?_r=0> Acesso em 19 de novembro de 2016.

PALMER, Landon. How Visual Albums Are Changing the Way We Think of Movies and Music Videos. 21 de agosto de 2012. Disponível em: <<https://filmschoolrejects.com/how-visual-albums-are-changing-the-way-we-think-of-movies-and-music-videosdb2620501765#.ao2poqvq6>> Acesso em 15 de novembro de 2016.

PEDRAZZA, Danilo; KURTZ, Adriana Schryver. Mídia e Feminismo Pop no Disco visual "Beyoncé". INTERCOM. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Curitiba/PR – 26 a 28 de maio de 2016.

PERRING, Christian. PHI 350 – Death, Dying and the Quality of Life. Disponível em: <<http://www.uky.edu/~cperring/phi350.htm>> Acesso em 13 de Janeiro de 2017.

PETRIDIS, Alexis. 'Beyoncé is not a woman to be messed with' – *Lemonade* review. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/music/2016/apr/24/beyonce-lemonade-review-a-woman-not-to-be-messed-with>> Acesso em 19 de novembro de 2016.

PORTAL POPMATTERS. Beyoncé's – "Hold Up" (Singles going steady). 21 de setembro de 2016. Disponível em: <<http://www.popmatters.com/post/beyonce-hold-up-singles-going-steady/>> Acesso em 20 de novembro de 2016.

RAFTERY, Brian. Prince: The Oral History of "Purple Rain": A look back at the making of Prince's 1984 masterpiece. 22 de abril de 2016. Disponível em:

<<http://www.spin.com/2016/04/prince-the-oral-history-of-purple-rain-brian-raftery/>> Acesso em 25 de outubro de 2016.

RAHMAN, Ray. Beyoncé's "Lemonade": EW Review. 27 de abril de 2016. Disponível em: <<http://ew.com/article/2016/04/27/beyonce-lemonade-ew-review/>> Acesso em 19 de novembro de 2016.

REISCH, George A. Pink Floyd and Philosophy: Careful With That Axiom, Eugene! Open Court Publishing Company, 2007. 288 p.

RICH, Katey. Exclusive Interview: Animal Collective And ODDSAC Director Danny Perez. 2011. Disponível em: < <http://www.cinemablend.com/new/Exclusive-Interview-Animal-Collective-ODDSAC%20DirectorDannyPerez-16856.html>> Acesso em 15 de novembro de 2016.

RÜDIGER, Francisco. A Escola de Frankfurt e a trajetória da crítica à indústria cultural. Estudos de Sociologia – n. 4. UNESP – FCL, 1998. Pp. 17 – 29.

SAVAGE, Mark. How Beyoncé became an 'albums artist' - and what radio is doing about it. 30 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-36160506>> Acesso em 19 de novembro de 2016.

SAWDEY, Evan. Beyoncé: Lemonade. 28 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.popmatters.com/review/beyonce-lemonade/>> Acesso em 24 de novembro de 2016.

SILVER, Jocelyn. The most artful references in Beyoncé's "Lemonade". Disponível em: <<https://milk.xyz/articles/the-most-artful-references-in-beyonces-lemonade/>> Acesso em 20 de novembro de 2016.

SMITH, Emily; GREER, Carlos. Beyoncé shakes up her management team. 3 de fevereiro de 2016. Disponível em: <<http://pagesix.com/2016/02/03/beyonce-shakes-up-her-management-team/>> Acesso em 20 de janeiro de 2017.

SOARES, Thiago. Videoclipe: o elogio da desarmonia. 1 ed. João Pessoa: Marca da Fantasia, 2012. 141 p.

SOARES, Thiago. Percursos para estudos sobre música pop. Cultura pop. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. Pp. 19 – 34.

SOARES, Thiago. O videoclipe no horizonte de expectativas do gênero musical. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Dezembro de 2015. 18 p.

SOARES, Thiago. Estratégias de produção de sentido nos videoclipes: A canção popular massiva e os "ganchos visuais" na atividade analítica. INTERCOM. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 6 a 9 de setembro de 2016, Brasília/DF.

SOARES, Thiago. O videoclipe como articulador dos gêneros televisivo e musical. INTERCOM. IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Norte – Salvador/BA.

SOARES, Thiago. Por uma metodologia de análise mediática dos videoclipes: Contribuições da Semiótica da Canção e dos Estudos Culturais. UNIrevista – v. 1, n. 3, julho de 2006. 11 p.

SOUSA CUNHA, Úrsula Nascimento de. Cibercultura e as identidades líquidas: reflexão sobre a cultura na era das novas tecnologias. Linguagens, identidades e letramentos - v. 2, n. 2, julho – dezembro de 2012. P. 167.

SOLARSKI, Matthew. Hey, It's an Animal Collective Film Project Quasi-Update. 4 de dezembro de 2008. Disponível em: <<http://pitchfork.com/news/34189-hey-its-an-animal-collective-film-project-quasi-update/>> Acesso em 15 de novembro de 2016.

STERN, Mark Joseph. Is Beyoncé's windshield-destroying stroll in *Lemonade* based on this '90s art film? 25 de abril de 2016. Disponível em: <http://www.slate.com/blogs/browbeat/2016/04/25/is_beyonce_s_car_destroying_stroll_in_lemonade_based_on_this_pipilotti_riist.html> Acesso em 20 de novembro de 2016.

THIAGO. Significado do gênero "epopéia". 14 de julho de 2010. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/epop%C3%A9ia/>> Acesso em 13 de Janeiro de 2017.

TRUE, Everett. Beyoncé, *Lemonade* review: Fiery, insurgent, fiercely proud, sprawling and sharply focused: sometimes it feels like Beyoncé is determined to pick up the mantles of both Prince and Nina Simone. 26 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/music/reviews/beyonc-lemonade-review-fiery-insurgent-fiercely-proud-sprawling-and-sharply-focused-a7001291.html>> Acesso em 19 de novembro de 2016.

TROTTA, Felipe. Música e mercado: a força das classificações. Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura – v. 3, n. 2, julho – dezembro de 2005. Pp. 181 – 196.

TUCKER, Ken. Kanye West and 'Runaway' music film, a review: Arty, sweet, shrewd, sexy. Good music, too. 23 de outubro de 2010. Disponível em: <<http://ew.com/article/2010/10/23/kanye-west-runaway-mtv-bet/>> Acesso em 16 de novembro de 2016.

VLADI, Nadja. Música 2.0 – do fonógrafo ao MP3, as relações entre criação, consumo cultural e tecnologia musical. Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Música Popular: Abordagens interdisciplinares na pesquisa em música popular: arte, mercado e sociedade. 26 a 28 de Maio de 2010 - Campus do Bancanga - São Luis/MA.

VOGLER, Dalton. See the Music: The Evolution of Visual Albums – From Beatles to Beyoncé, longform music videos provide a powerful canvas. 29 de julho de 2016. Disponível em: <<https://medium.com/cuepoint/the-history-and-evolution-of-visual-albums-77592e14304#7yyhwmvxv5>> Acesso em 22 de outubro de 2016.

WASS, Mike. Beyoncé's "Lemonade" track-by-track álbum review. 25 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.idolator.com/7631046/beyonce-lemonade-album-review>> Acesso em 20 de novembro de 2016.

WALTENBERG, Lucas. Novas configurações do álbum de música na cultura digital: o caso do aplicativo "Biophilia". Revista Crítica de Ciências Sociais (Online) – v. 109, maio de 2016. Pp 185 – 202.

WOOD, Mikael. Review: fierce Beyoncé puts Jaz Z on final notice, then turns bitterness into "Lemonade". 26 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.latimes.com/entertainment/music/posts/la-et-ms-beyonce-lemonade-review-20160424-story.html>> Acesso em 21 de novembro de 2016.

ZALESKI, Annie. Beyoncé's *Lemonade* pushes pop music into smarter, deeper places. 25 de abril de 2016. Disponível em: <<http://www.avclub.com/review/beyonces-lemonade-pushes-pop-music-smarter-deeper--235819>> Acesso em 20 de novembro de 2016.

ZEVOLLI, Giuseppe. Beyoncé: Lemonade. 3 de maio de 2016. Disponível em: <<http://drownedinsound.com/releases/19408/reviews/4150017>> Acesso em 21 de novembro de 2016.