

---

## O universo narrativo de *Danger Days*: uma análise dos videoclipes *Na na na* e *Sing* do *My Chemical Romance*<sup>1</sup>

Ana Carolina BASTOS<sup>2</sup>

Daiana SIGILIANO<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar videoclipes *Na na na* e *Sing* da banda norte-americana *My Chemical Romance* à luz da proposta teórico metodológica desenvolvida no âmbito do *Observatório da Qualidade no Audiovisual* (OBSERVATÓRIO DA QUALIDADE NO AUDIOVISUAL, 2023; SIGILIANO; BORGES; GUIDA, 2022), levantando questões acerca de como identidades são retratadas nos videoclipes. O trabalho ainda destaca a forma que os elementos da narrativa do cinema clássico norte-americano, dividido em três atos, refletem na construção da história desenvolvida pelos objetos de análise.

**PALAVRAS-CHAVE:** videoclipe; análise; audiovisual; my chemical romance.

### INTRODUÇÃO

Estima-se que o videoclipe (ou *music video*) tenha a sua origem atrelada ao cinema e seja uma mistura de muitas das possibilidades visuais da sétima arte (PONTES, 2003). A partir da década de 50, a indústria fonográfica investiu em números musicais da TV e do cinema, o movimento foi marcado pelos filmes musicais de Elvis Presley. Em 1958, a rede de televisão britânica BBC lança o programa “6’5 Special”, cuja programação só exibia apresentações musicais. Em meados da década de 60, a banda britânica The Beatles começou a substituir suas performances ao vivo na televisão por gravações de seus números musicais, os chamados “promos”, uma abreviatura para promocional, além de lançar os filmes *A Hard Day’s Night* (1964) e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Júnior – IJ04 – Comunicação Audiovisual do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 7º período em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Membro do Observatório da Qualidade no Audiovisual. E-mail: [anacarolinabastosm@gmail.com](mailto:anacarolinabastosm@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Doutoranda e mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Arte e Literacia Midiática (UFJF) e do Observatório da Qualidade no Audiovisual. Vice-coordenadora da Equipe UFJF da Rede Obitel Brasil e Editora associada da Revista Lumina. E-mail: [daianasigiliano@gmail.com](mailto:daianasigiliano@gmail.com).

---

*Help!* (1965), cujas trilhas sonoras saíram em álbuns homônimos. Richard Lester, diretor de ambas as produções, foi considerado “pai do videoclipe” pelo canal estadunidense Music Television (MTV). Todavia, apesar do fundo musical, os filmes dos Beatles visavam o compromisso com a tela do cinema, um propulsor propagandístico de estrelas do rock na época. Por outro lado, os vídeos promo objetivavam as aparições da banda na televisão.

Os primeiros vídeos com compromisso com a música, de fato, teriam surgido a partir do experimentalismo do compositor e videasta coreano Nam June Paik (BARRETO, 1995) e o movimento vídeo-arte. Pontes (2003, p. 1) define o videoclipe como “um pequeno filme, um curta metragem, cuja duração está atrelada (mas não restrita) ao início e fim ao som de uma única música.”. Segundo Goodwin (1992), Holzbach (2016) e Soares (2013), foi a chegada da MTV em 1981 que tornou o videoclipe um gênero audiovisual de relevância e notoriedade pública. No contexto da cultura da convergência a produção de videoclipes passou a contar com a possibilidade de construção de narrativas transmidiáticas (BEZERRA; COVALESKI, 2016).

No âmbito do consumo, o videoclipe se tornou imprescindível na produção musical, uma vez que o público passou a consumir conteúdo audiovisual para além da televisão (BRANDINI, 2006; BEZERRA; COVALESKI, 2016). Frente a esta reflexão, entende-se que o videoclipe é parte importante da análise e discussão de produtos midiáticos. A partir deste contexto, o presente artigo tem como objetivo analisar os videoclipes *Na na na* e *Sing*, lançados em 2010 pela banda de rock norte-americana *My Chemical Romance*, refletindo sobre os recursos técnico-estéticos, elementos narrativos e questões identitárias que compõem estes conteúdos. Para a análise, será utilizado o percurso metodológico de videoclipe e identidade discutidos por Sigiliano, Guida e Borges (2022) e desenvolvido em pesquisas do Observatório da Qualidade no Audiovisual<sup>4</sup>. Além disso, pretende-se discutir de que modo *Danger Days*, álbum ao qual as músicas dos determinados videoclipes pertencem, constrói um universo transmidiático a partir de músicas, videoclipes e histórias em quadrinhos, estimulando o público a consumir diferentes formatos de mídia para compreender o todo da narrativa.

---

<sup>4</sup> O Observatório da Qualidade no Audiovisual é um projeto integrado ao grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Literacia Midiática da Faculdade de Comunicação da UFJF. Busca aliar ensino, pesquisa e extensão, colocando em diálogo os conceitos de qualidade audiovisual e literacia midiática. Disponível em: <https://observatoriodoaudiovisual.com.br/>. Acesso em 28 jul. 2023.

---

## O VÍDEOCLIQUE E SUAS CARACTERÍSTICAS

O termo videoclipe é derivado da palavra *clipping*, “recorte” em tradução para o português. Dessa forma, o videoclipe seria uma junção de fragmentos, uma colagem de imagens que, por meio da edição e da montagem, compõem um gênero audiovisual marcado pela ideia de velocidade (SIQUEIRA, 2019; CORRÊA, 2007). Mozdzenski (2014) observa que, na lógica de produção do videoclipe, as imagens são produzidas a partir de uma canção prévia que deve ser divulgada, enquanto, nos primórdios da história do cinema, projetava-se o acompanhamento musical a partir da imagem, como era o caso dos filmes mudos em que as músicas eram executadas ao vivo durante a exibição. Corrêa (2007) defende que o videoclipe é uma ferramenta de apelo mercadológico que surge para vender uma música e a imagem do artista que a performa.

Soares (2013) categoriza os videoclipes a partir de sua localização na indústria da música, sendo que os videoclipes localizados no centro acompanham o lançamento de um determinado álbum fonográfico, temporal e espacialmente, enquanto aqueles que estão localizados à margem da indústria, não acompanham necessariamente esta dinâmica de divulgação de singles. De fato, o videoclipe, no contexto da indústria cultural, é um produto que segue a lógica de mercado. “O videoclipe transcende, nesse sentido, as próprias barreiras do cinema, que não fica fechado somente a ser ou não narrativo, mas também pode ser uma peça para o mercado publicitário, para vender tanto o artista/banda e a música”, esclarece Siqueira (2019, p. 80).

Segundo o percurso metodológico do projeto Videoclipe e Identidade desenvolvido por Sigiliano, Guida e Borges (2022) no âmbito do *Observatório da Qualidade no Audiovisual*, os videoclipes podem ser categorizados conforme três formatos, sendo estes: 1) *narrativa*, que abarca vídeos compostos por uma série acontecimentos e apresentam elementos narrativos como personagens, clímax, enredo e etc; 2) *performance*, que se refere a vídeos em que o artista interpreta livremente a canção; e 3) *narrativa/performance*, que abrange os vídeos compostos tanto por ações encadeadas, quanto por trechos do artista performando a canção.

Corrêa (2007, p.7) trata o videoclipe como um espaço de experimentação, onde ocorre a junção de criadores com “diferentes experiências no campo audiovisual (cinema e publicidade) e outras artes (artes plásticas, teatro, cenografia, figurino)”.

---

Considerando a pluralidade do videoclipe, é controverso defini-lo apenas como a tradução visual de uma música. Pode-se dizer que os cliques são instrumentos capazes de revelar outras camadas da música, adicionando novos sentidos a esta. Mais do que apenas a performance de uma canção por seu intérprete, os videoclipes podem construir narrativas complexas com personagens e um enredo sendo desenvolvido.

Siqueira (2019) observa que muitos videoclipes de gêneros musicais diferentes seguem uma fórmula que une a música ao cinema clássico norte-americano, estruturado por um formato narrativo de três atos: o *setup* (o primeiro ato, momento em que os personagens são introduzidos, assim como seus objetivos e obstáculos/antagonistas); o desenvolvimento (segundo ato, onde são adicionadas complicações na história e os personagens enfrentam os obstáculos em suas jornadas) e a resolução (terceiro e último ato do filme, é o clímax da história e apresenta os resultados do principal conflito do enredo).

Para além da estrutura narrativa, a montagem e a edição dos videoclipes também podem sofrer influência da linguagem cinematográfica. A montagem é um elemento extremamente importante para a construção da narrativa, pois é responsável por dar continuidade a história e produzir sentidos por meio da junção de várias sequências de imagens. Siqueira (2019) destaca que os recursos de montagem paralela (montagem que mostra dois eventos ocorrendo continuamente em dois planos separados até que se encontram no clímax da história) e câmera lenta (recurso em que a imagem tem o seu ritmo diminuído) são comumente utilizados em videoclipes.

## **METODOLOGIA**

Para realizar a análise dos videoclipes *Na na na* e *Sing* da banda norte-americana My Chemical Romance, iremos adotar a proposta teórico metodológica desenvolvida no âmbito do *Observatório da Qualidade no Audiovisual* (OBSERVATÓRIO DA QUALIDADE NO AUDIOVISUAL, 2023; SIGILIANO; BORGES; GUIDA, 2022). Os parâmetros de análise foram elaborados com base nos estudos realizados por Borges (2014), além do levantamento bibliográfico e audiovisual realizado no projeto *Videoclipe e Identidade*. Neste contexto, a abordagem teórico metodológica é norteada a partir do *Plano da Expressão*, do *Plano do Conteúdo* e da *Mensagem Audiovisual*.

---

Os indicadores do *Plano na Expressão* abarcam o conteúdo audiovisual a partir dos elementos estéticos. São eles: a ambientação, os efeitos sonoros, a fotografia e a edição. Os indicadores do *Plano do Conteúdo* são pautados pelos estudos de Holzback (2016), Soares (2013), Goodwin (1992) e Bezerra e Covaleski (2016). Neste plano são considerados o tema, a intertextualidade, o estereótipo e o *storyline*. Na mensagem audiovisual (BORGES, 2014) são observados os seguintes indicadores, inovação, ou seja, “[...] em que medida o programa apresenta um formato diferenciado e ideias novas que surpreendem o público” (BORGES, 2014, p. 69), originalidade, que reflete os “[...] termos do formato, da apresentação e da abordagem do tema” (BORGES, 2014, p. 69) e a qualidade artística que sistematiza a proposta do videoclipe, presente nos códigos visuais, sonoros, sintáticos e gráficos.

## ANÁLISE DOS VIDEOCLIPES

Apesar de terem sido postadas de forma separada na plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube, as produções audiovisuais *Na na na* e *Sing* se complementam em uma só narrativa. A trama conta uma história completa por meio de duas músicas do álbum *Danger Days: The True Lives of the Fabulous Killjoys*, quarto e mais recente álbum de estúdio da banda de rock norte-americana *My Chemical Romance*. *Danger Days* é um disco conceitual que conta a história de um quarteto de rebeldes, os chamados “Killjoys”, representados pelos quatro integrantes da banda, que lutam contra a corporação maligna “Better Living Industries” (BL/ind.) em uma Califórnia distópica em 2019, temporalmente localizada nove anos após o lançamento do CD. O grupo é composto pelos personagens Party Poison (Gerard Way), Fun Ghoul (Frank Iero), Jet Star (Ray Toro) e Kobra Kid (Mikey Way), sendo guiado por um DJ de uma rádio pirata, chamado de *Dr. Death Defying* e tem a missão de proteger uma personagem chamada “Girl”, uma jovem garota que guarda um segredo.

A narrativa é percorrida ao longo das 15 faixas que integram o *Danger Days* e sintetizada nos videoclipes das músicas *Na na na* e *Sing*. Entretanto, a história deste universo não se limita aos vídeos de música ou ao álbum sonoro, mas se expande para uma série de histórias em quadrinhos (HQ’s) escritas por Gerard Way, vocalista da banda e co-diretor dos videoclipes que serão analisados. A série de HQ’s intitulada *True*

---

*Lives Of The Fabulous Killjoy*, publicada pela primeira vez em 2013 pela editora Dark Horse, é a sequência da narrativa finalizada no álbum *Danger Days*. Neste contexto, é importante destacar que o próprio disco foi inicialmente elaborado como uma história em quadrinhos por Way, no entanto se tornou o projeto fonográfico e audiovisual. Dessa forma, os videoclipes integram linguagens e elementos estéticos que lembram o estilo visual das HQ's, além de conter outras referências a filmes de ficção científica dos anos 70 e 80 e a pop art do artista estadunidense Andy Warhol.

A partir das discussões de Soares (2013), compreendemos que a banda *My Chemical Romance* é um ato musical do *mainstream* e que seus videoclipes estão localizados no centro da indústria cultural, uma vez que estes acompanham o lançamento e lógica de divulgação de um determinado álbum. Considerando as categorias de formato elaboradas por Sigiliano, Guida e Borges (2022), *Na na na* e *Sing* são videoclipes que apresentam o formato de narrativa/performance, uma vez que priorizam os acontecimentos do enredo, mas também contém partes em que a banda, principalmente o vocalista, encena as músicas.

Iniciando a análise por meio do *Plano da Expressão*, os videoclipes são ambientados em uma cidade fictícia chamada “Battery City”, localizada em uma versão distópica do estado da Califórnia nos Estados Unidos e dominada pela BL/ind. Rogério de Almeida compreende a distopia como uma faceta contrária à utopia. Enquanto a “utopia está associada ao desejo de um mundo melhor” (ARAÚJO, 2016, p. 10), a distopia é como “o pesadelo de um mundo caótico, afetado por uma guerra nuclear, pela escassez dos recursos naturais ou pelos efeitos do terrorismo” (ALMEIDA, 2018). Todavia, o mundo distópico de *Na na na* e *Sing* é cheio de cores vivas e cenários esteticamente alegres. Seguimos o grupo dos rebeldes *Killjoys* sendo perseguidos em seu carro conversível, comendo em uma lanchonete na beira da estrada, pegando armas em um posto de gasolina e lutando no meio do deserto. Os cortes são dinâmicos e rápidos em *Na na na*, principalmente, por conta do ritmo agitado da música de rock, enquanto *Sing* se apropria de cortes menos rápidos e o uso de câmera lenta nas cenas de luta e momentos dramáticos.

No clipe de *Sing*, um dos grandes momentos de tensão ocorre quando o líder BL/ind entra em confronto com Party Poison, pressionando uma arma contra o seu pescoço e culminando na morte do rebelde. Esta cena, assim como as mortes dos outros

integrantes, ocorre em câmera lenta, utilizando-se de closes na expressão de aflição de Poison e na satisfação de seu antagonista. O momento do tiro acontece devagar e o espectador acompanha a cena enquanto o corpo sem vida do herói escorrega lentamente para o chão. Siqueira (2019, p.87) explica que “a câmera lenta dramatiza a imagem, trazendo uma carga emocional” e “toda vez que esse recurso é utilizado, as expressões dos atores são valorizadas e a temporalidade é afetada”.

**Figuras 1 e 2:** Momento da morte de Party Poison



Fonte: Youtube (2010)

Uma outra escolha de edição muito significativa no clipe de *Na na na* são os frames congelados e diferentes momentos de uma só cena sequenciados de uma só vez na tela, remetendo a estética das histórias em quadrinhos, que contam com imagens estáticas e em sequência.

**Figura 3:** Frame congelado em um momento de luta



**Figura 4:** Tela dividida em uma sequência de imagens



Fonte: Youtube (2010)

As escolhas criativas relacionadas a edição e a fotografia se dão pelo fato do álbum *Danger Days* ter se originado de um projeto pensado como uma história em quadrinhos, que posteriormente foi traduzido para músicas e videoclipes. Dessa forma, desenrola-se uma tradução intersemiótica, numa lógica em que os sistemas sógnicos das HQ's são transpostos para o videoclipe.

O recurso de montagem paralela também pode ser observado nos videoclipes de *Na Na na* e *Sing*. Ao longo do desenvolvimento da narrativa, acompanhamos o desenrolar das ações dos Killjoys e da BL/ind que estão acontecendo ao mesmo tempo, mas em planos separados. Quando os heróis e os vilões se confrontam no ápice do enredo dos videoclipes, percebemos que aqueles acontecimentos levaram os personagens ao mesmo ponto. “É uma ferramenta que acrescenta camadas à narrativa, outras perspectivas e dinamicidade na história” (SIQUEIRA, 2019, p. 86).

Para análise do *Plano do Conteúdo*, podemos considerar, principalmente o *storyline*, a intertextualidade, a temática de distopia e a identidade dos grupos de guerrilha, transmitida pelos Killjoys. A questão do estereótipo não pode ser muito

---

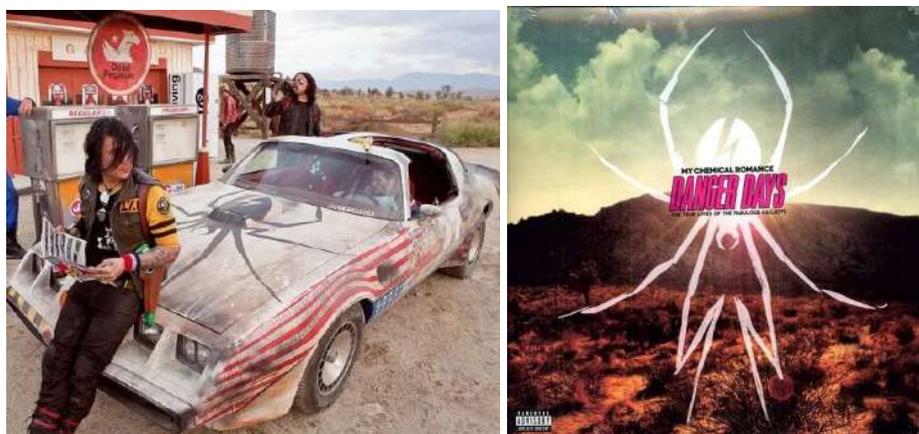
percebida nestes vídeos. Pode-se dizer que *Na na na* constitui o *setup* e o desenvolvimento da narrativa, enquanto *Sing* é o terceiro ato de resolução. Em *Na na na* todos os personagens da trama são apresentados, o radialista *Dr. Death Defying* realiza a abertura do videoclipe com um monólogo e logo em seguida os *Killjoys* e a *Girl* aparecem para dar prosseguimento ao enredo principal. Os *Killjoys* tentam protegê-la durante sequências de fuga e um confronto contra os capangas da BL/ind e seu chefe. Por fim, os vilões ganham a luta e *Girl* é levada pelos integrantes da corporação. A narrativa é acompanhada pela música, que contribui para contar a história: “E bem aqui, agora mesmo por todo o caminho em *Battery City*. As criancinhas levantam suas mãos imundas abertas como pequenas adagas apontadas para o céu” (NA NA NA, 2010).

Para além do acontecimentos do storyline, toda a simbologia que permeia a história e as temáticas retratadas no universo de *Danger Days* sugere que a narrativa promove a identidade de um grupo marginalizado que está em constante embate com uma identidade hegemônica. Os *Killjoys* carregam características de um grupo de guerrilha em sua representação, enquanto a BL/ind é uma megacorporação que representa uma força política e comercial que domina *Battery City*. A vilania e o domínio da BL/ind podem ser percebidos nos videoclipes, todavia a história completa só pode ser compreendida a partir da leitura das histórias em quadrinhos, reforçando a intertextualidade presente nos videoclipes. De forma resumida, na narrativa de *Danger Days*, a BL/ind tem o monopólio da indústria de baterias, produtos farmacêuticos, manufatura e agricultura. A corporação tomou conta de *Battery City* após ser a responsável por extinguir grandes incêndios que assolaram a região, todavia provavelmente foi a própria que causou a tragédia. Dessa forma, a BL/ind, posta como vilã nos videoclipes analisados neste artigo, é uma representação da máquina capitalista hegemônica. Conforme destaca o filósofo Zygmunt Bauman em seu livro *Capitalismo Parasitário* (2010), “o capitalismo se destaca por criar problemas, e não por solucioná-los” (p.7).

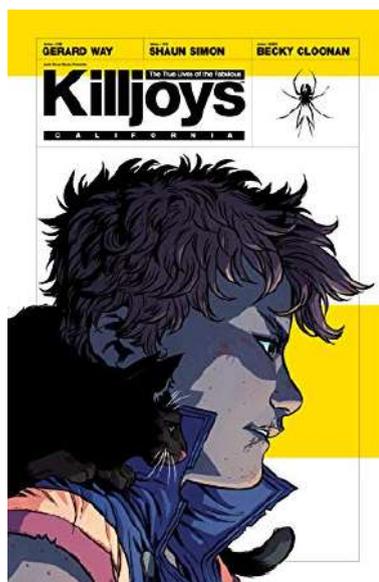
Os *Killjoys* configuram-se enquanto um grupo de guerrilha, uma vez que se tratam de um movimento revolucionário que busca combater o governo vigente. Além disso, eles se utilizam de táticas ofensivas e atos violentos e armados. O carro utilizado pelos personagens para fugas nos videoclipes carrega a bandeira dos Estados Unidos em sua lateral, podendo indicar que o grupo de rebeldes tem ideais patrióticos na narrativa.

Além da bandeira, o capô do veículo estampa a figura de uma aranha, símbolo dos Killjoys, que pode ser encontrada também na capa do Álbum Danger Days e também na capa das histórias em quadrinhos.

**Figuras 5 e 6:** Fotografia do carro utilizado pelos Killjoys nos videoclipes e a capa do disco “Danger Days: The True Lives of the Fabulous Killjoys” (2010)



**Figura 7:** Capa da HQ “The True Lives of the Fabulous Killjoys” (2014)



Fonte: Google

---

Em *Sing*, temos acesso ao desfecho da história, os Killjoys são mostrados em seu carro, dirigindo em direção às instalações da BL/ind para resgatar Girl e derrotar os vilões. Ao final do videoclipe, Girl não é resgatada e todos os Killjoys são mortos. No âmbito da mensagem audiovisual, a morte dos heróis é uma grande quebra de expectativa, e fecha o arco narrativo de forma provocativa. Sobre o terceiro ato cinematográfico, Siqueira (2019, p.85) explicita que: “Nos longas de Hollywood, o eventual vencedor é geralmente o herói. Após o clímax, o encerramento é introduzido na história, o que significa simplesmente que todos os principais conflitos, questões ou ideias da história foram resolvidos”. Esta ideia de resolução não é abarcada pelo terceiro. Ainda, a luta das outras gerações de Killjoys, tem continuidade nas histórias em quadrinhos, trazendo novamente a questão da intertextualidade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se concluir que os indicadores presentes em *Na na na* e *Sing* no âmbito do *Plano da Expressão* combinados ao *Plano do Conteúdo*, conduzem um enredo que retrata a identidade de grupos marginalizados e a temática do levante popular dentro da lógica da narrativa distópica. Os videoclipes articulam estratégias cinematográficas comumente associadas às adaptações dos quadrinhos para as telas e ficções seriadas, além de propor reflexões no âmbito da mensagem audiovisual ao ilustrar a rebeldia contra uma ditadura definida por poder.

Os videoclipes, assim como *Danger Days* como um todo, são um trabalho que se enquadra no fenômeno midiático de narrativas fragmentadas, enquanto instiga que o público recorra ao consumo de vários formatos de mídia (música, videoclipe, histórias em quadrinhos) para que seja possível a compreensão de um universo narrativo completo e coeso. Este hábito está relacionado ao conceito de Cultura da Convergência. Henry Jenkins (2008, p.27) define convergência como o:

“fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.”

---

Dessa forma, percebe-se que *Na na na* e *Sing* incorporam um formato de consumo extremamente relevante do contexto da midiatização contemporânea.

Por fim, durante o processo de análise, pôde-se perceber que os vídeos de *Na na na* e *Sing* são objetos ricos no que se refere à convergência de linguagens e, para além de apenas ilustrar ou divulgar uma música, estas produções se preocupam em construir uma narrativa complexa que promove reflexões ao consumidor. Os vídeos analisados perpassam todos os parâmetros de análise da proposta teórico metodológica desenvolvida no âmbito do *Observatório da Qualidade no Audiovisual* (OBSERVATÓRIO DA QUALIDADE NO AUDIOVISUAL, 2023; SIGILIANO; BORGES; GUIDA, 2022), apresentando um caráter cinematográfico típico do *storytelling* do cinema clássico norte-americano, além de tangenciar discussões acerca de identidade e intertextualidade.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Rogério. **Cinema, educação e imaginários contemporâneos**: estudos hermenêuticos sobre distopia, niilismo e afirmação nos filmes *O som ao redor*, *O cavalo de Turim* e *Sono de inverno*. São Paulo: Educ. Pesquis, 2018.
- ARAÚJO, Joaquim Machado de. **Felicidade e liberdade**: para uma utopia do humano. Vila Nova de Gaia: Fundação Manuel Leão, 2016.
- BARRETO, Jorge. **Música & Mass Media**. 1. ed. Lisboa: Hugin, 1995.
- BAUMAN, Zygmunt. **Capitalismo parasitário**: E outros temas. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- BEZERRA, Beatriz.; COVALESKI, Rogério. **Pós-Modernidade, Entretenimento e Consumo Midiático**: a Narrativa Intertextual *Bad Blood*. *Rumores*, v. 10, n. 19, p. 190-208, 2016. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/109269>> . Acesso em: 10 jul. 2023.
- BORGES, Gabriela. **Qualidade na TV pública portuguesa**: Análise dos programas do canal 2. Juiz de Fora: Ed. UFJF, 2014.
- BRANDINI, Valéria. **Panorama histórico – MTV Brasil**. In: PEDROSO, Maria Goretti & MARTINS, Rosana. *Admirável Mundo MTV Brasil*. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 04.
- CORREIA, Laura. **Breve história do videoclipe**. VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Centro-Oeste. Anais.... Cuiabá-MT: Intercom, 2007. Disponível em: <<https://abrir.link/GKH3A>> . Acesso em: 10 jul. 2023.

---

GOODWIN, Andrew. **Dancing in the distraction factory: music television and popular music.** Minneapolis: University of Minnesota, 1992.

HOLZBACH, Ariane. **A invenção do videoclipe: a história por trás da consolidação de um gênero audiovisual.** Curitiba: Appris, 2016.

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

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo.** São Paulo: Brasiliense, 1988.

MOZDEZENSKI, Leonardo. **CONHECENDO O VIDEOCLIFE: A FORMAÇÃO HISTÓRICA E SOCIORRETÓRICA DE UM GÊNERO MULTISSEMIÓTICO.** XVII CONGRESSO INTERNACIONAL ASOCIACIÓN DE LINGÜÍSTICA Y FILOLOGÍA DE AMÉRICA LATINA. Anais.... João Pessoa: ALFAL, 2014.

MY CHEMICAL ROMANCE. **Na Na Na [Official Music Video].** Youtube, 2010. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=egG7fiE89IU>>. Acesso em: 9 jul. 2023.

MY CHEMICAL ROMANCE. **Sing [Official Music Video].** Youtube, 2010. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=egG7fiE89IU>>. Acesso em: 9 jul. 2023.

**OBSERVATÓRIO DA QUALIDADE NO AUDIOVISUAL.** Projeto Videoclipe e Identidade, On-line, 2013. Disponível em: <<https://observatoriodoaudiovisual.com.br/videoclipe-e-identidade/>>. Acesso em: 10 jul. 2023.

PONTES, Pedro. **Linguagem dos videoclipes e as questões do indivíduo na pós-modernidade.** Sessões do Imaginário, v. 8 n. 10, p. 1-17, 2003. Disponível em: <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/issue/view/75>>. Acesso em: 10 jul. 2023.

SIGILIANO , Daiana; GUIDA, Vinícius ; BORGES, Gabriela. Videoclipe e Identidade: Uma Análise de Bluesman. In SILVA, T, et al (Orgs). **Redes Digitais e Culturas Ativistas.** Alumínio-SP: CLEA Editorial, 2022, p. 267 - 286. Disponível em: <<https://www.jogodepalavras.com/clea-redes1>>. Acesso em: 9 jun. 2023.

SIQUEIRA , Brenda . **O storytelling nos videoclipes.** 1. ed. Rio de Janeiro: Revista Miguel/PUCRio, 2019, p. 79-95.

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