

Videoclipe e Identidade: Uma Análise de Diaba¹

Paulo MEDEIROS²

Gabriela BORGES³

Daiana SIGILIANO³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG / Universidade do Algarve,
Faro, Portugal

RESUMO

Este artigo tem como objetivo refletir de que modo a identidade e os temas que perpassam este conceito são abordados nos videocliques e quais elementos estéticos e intertextuais compõem estes conteúdos audiovisuais. Para discussão desta questão iremos analisar, a partir da proposta teórico-metodológica de Borges (2014), o videoclipe *Diaba*, de Urias. Conclui-se que ao trazer uma parte de sua história e vivência para o videoclipe, Urias retrata suas referências e sua realidade, ressaltando problemas, como a transfobia e o racismo, que sempre existiram em nossa sociedade, especialmente quando falamos da comunidade LGBTQIA +.

PALAVRAS-CHAVE: Videoclipe; Qualidade Audiovisual; Urias; Identidade; LGBTQIA +.

INTRODUÇÃO

Apesar de integrar o ambiente midiático desde o século XX, o videoclipe só ganhou relevância na década de 1980 (Goodwin, 1992; Holzback, 2016; Soares, 2013). Segundo Holzback (2016), a estreia do canal estadunidense MTV na grade televisiva dos Estados Unidos, em 1981, foi fundamental para a consolidação da produção e linguagem do videoclipe. Na contemporaneidade, o videoclipe ganha novas possibilidades criativas e mercadológicas (Bezerra; Covaleski, 2016). Plataformas digitais como, por exemplo, o YouTube, o Instagram e, recentemente, o TikTok

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos em Comunicação e suas interdisciplinaridades, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

² Graduado em Rádio, TV e Internet pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Pesquisador do grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Literacia midiática e do Observatório da Qualidade no Audiovisual na Universidade Federal de Juiz de Fora, e-mail: pmricardop@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora na Universidade do Algarve e PPGCOM/UFJF, e-mail: gabriela.borges0@gmail.com.

³ Co-orientadora do trabalho. Doutoranda no PPGCom/UFJF e pesquisadora do Observatório da Qualidade no Audiovisual e Rede brasileira de pesquisadores de ficção televisiva (Obitel). e-mail: daianasigiliano@gmail.com

engendram modos de distribuição e engajamento até então inéditos no cenário musical (Vizcaíno-Verdú; Abidin, 2022).

A partir deste contexto, este artigo tem como objetivo refletir de que modo a identidade e os temas que perpassam este conceito são abordados nos videoclipes e quais elementos estéticos e intertextuais compõem estes conteúdos audiovisuais. Para discussão desta questão iremos analisar, a partir da proposta teórico-metodológica de Borges (2014), o videoclipe *Diaba*⁴, da cantora Urias. A análise integra o projeto *Videoclipe e Identidade*, desenvolvido no *Observatório da Qualidade no Audiovisual*⁵.

VIDEOCLÍPE E IDENTIDADE

Sob a ótica dos Estudos Culturais, a identidade é abordada como um conceito construído no interior da representação e como um processo contínuo de construção e reconstrução (Hall, 1996; Hall, 2003). Abrangendo processos históricos, sociais e culturais, com especial atenção à linguagem e aos sistemas de representação (Hall, 1996; 2003; 2006; Woodward, 2003; Butler, 1999).

A diferença também é uma questão norteadora na concepção de identidade, considerando que a definição do eu depende da definição do outro. As divisões sociais e dicotomias são parte integrante desse processo, refletindo sistemas classificatórios presentes na sociedade. É importante ressaltar que a diferenciação simbólica não só organiza os signos, mas tem efeitos materiais no mundo (Hall, 1996; 2003; 2006; Woodward, 2003; Butler, 1999). As identidades normativas são impostas por meio da reiteração de normas, e esse processo cria dicotomias perceptíveis tanto na linguagem quanto na materialidade (Preciado, 2022).

Em suma, o conceito de identidade está diretamente ligado à representação e é objeto de constantes negociações e embates simbólicos. A compreensão dessas dinâmicas é essencial para uma análise aprofundada das identidades culturais e suas representações, especialmente nos meios audiovisuais.

⁴ Disponível em: <https://youtu.be/_r83_uatpM>. Acesso em: 12 abr. 2024.

⁵ Criado em 2013 e integrado ao grupo de pesquisa Comunicação, Arte e Literacia midiática (CNPQ/UFJF) o projeto opera como um espaço de debate e de produção de conteúdo de caráter experimental a partir da curadoria, análise e crítica da produção audiovisual contemporânea, especialmente brasileira, para televisão, internet e outras plataformas de convergência. Disponível em: <<https://observatoriodoaudiovisual.com.br/>>. Acesso em: 12 abr. 2024.

PERCURSO METODOLÓGICO DE ANÁLISE

Para o desenvolvimento do projeto realizamos o levantamento bibliográfico sobre os estudos do videoclipe no âmbito da Comunicação. A reflexão do estado da arte abrangeu os anais das edições dos 5 últimos anos da Compós e Intercom e a busca da palavra-chave “videoclipe” no *software Publish or Perish*. A partir deste recorte foram selecionados textos que discutiam questões como, por exemplo, a estética da imagem, o conceito de videoclipe e o seu percurso histórico conjuntural, e as abordagens metodológicas da área (Machado, 1988; Holzback, 2016; Soares, 2013; Goodwin, 1992; Bezerra; Covaleski, 2016). Com base nas leituras, delimitamos os indicadores do *Plano do Conteúdo*, que iremos detalhar mais adiante, além de outros pontos que integram a reflexão dos vídeos, tais como contexto em que o gênero e o cenário musical estão inseridos e a inter-relação entre imagem e som (Observatório da Qualidade no Audiovisual, 2024).

Posteriormente, o levantamento audiovisual abrangeu os videoclipes que discutiam temáticas relacionadas às políticas de identidade, tais como pautas feministas, LGBTQIA+ e da negritude, produzidos entre os anos de 2017 e 2023. Os parâmetros de busca dos conteúdos foram divididos em duas etapas, num primeiro momento realizamos uma pesquisa exploratória em sites e blogs especializados em música, *lineup* de festivais nacionais e editoriais direcionados para a críticas e resenhas sobre os principais lançamentos da cena musical. Buscamos também os temas relacionados à identidade em plataformas de vídeo, tais como YouTube e Vimeo, além das redes sociais Facebook, Instagram e TikTok. Ao todo foram encontrados 138 videoclipes⁶ abrangendo diversos gêneros musicais.

Com o objetivo de sistematizar e compreender as nuances dos videoclipes levantados realizamos uma categorização dos conteúdos. De acordo com Soares (2013) os videoclipes podem ser divididos a partir de sua localização na indústria fonográfica. Os localizados no *centro* acompanham “[...] temporal e espacialmente o lançamento de um determinado álbum fonográfico, uma vez que seu escoamento depende de um “prazo de validade” determinado pelos sistemas de comunicação que colocam a canção e o clipe em circulação” (Soares, 2013, p. 91). Já os localizados à *margem* da indústria

⁶ Disponível em: <<https://bit.ly/3jKT21w>>. Acesso em: 10 abr. 2024.

cultural “[...] não têm, obrigatoriamente, que acompanhar temporal e espacialmente a dinâmica de divulgação de singles [...] uma vez que não há necessariamente um escoamento deste trabalho em conglomerados de comunicação e entretenimento” (Soares, 2013, p. 92). A categorização proposta por Soares (2013) é pertinente neste projeto, pois nos ajuda a compreender como os temas que tangem a identidade são trabalhados por videocliques a partir de sua localização e de que modo o contexto social e cultural em que o artista está inserido influencia na abordagem destes assuntos. Dessa forma, foram identificados 56 cliques no centro da indústria fonográfica e 82 à margem da indústria.

Por fim, o *corpus* foi categorizado com base no seu formato. Tendo como direcionamento a metodologia de análise adotada neste projeto, os videocliques foram classificados a partir de três formatos: 1) narrativa, 2) performance e 3) narrativa/performance. A *narrativa* abarcava vídeos compostos por uma série de acontecimentos encadeados, que geralmente apresentavam elementos como personagem principal, clímax, enredo, tempo, narrador, etc. Na performance, os artistas interpretam livremente a canção, e o formato narrativa/performance abrangia videocliques que apresentavam tanto ações relacionadas quanto trechos do artista encenando a música.

ANÁLISE DE *DIABA*

Lançado em 2019, Diaba faz parte do EP homônimo de estreia de Urias, que tem produções de Gorky, Maffalda e Zebu. Além de composições em parceria com Hodari. O EP possui quatro faixas e um interlúdio (Diaba, Rasga, Interlúdio, Frita e Abracadabra), e atualmente apresenta dois videocliques, um para Diaba e outro para Rasga, que ainda conta com o interlúdio no fim do vídeo.

Com direção de João Monteiro (Pablo Vittar e Aretuza Lovi), o videoclipe é ambientado nas ruas de São Paulo, Urias representa uma espécie de ser místico, beirando a uma heroína com superpoderes, ela surge usando uma roupa feita de correntes douradas, em um beco com pichações na parede enquanto carrega um cachorro em uma coleira, também dourada. “Muito prazer, eu sou o oitavo capital”, neste momento, logo na primeira frase da música, a artista começa a nos introduzir criticamente em sua realidade. Ao usar elementos dourados, que remetem ao ouro, em

seu corpo, ela vai contra a realidade de travestis e transexuais que, geralmente, sobrevivem com o mínimo, à margem da sociedade.

A música apresenta efeitos sonoros que contribuem com o conceito final que a artista quer passar, como o som de uma arma disparando com a onomatopeia trá-trá, referências bíblicas (Our God's gonna come down and rapture his people and take them up in the sky), o sample de um culto do líder e fundador do The Peoples Temple of the Disciples of Christ, de James Warren Jones (Somebody's gonna have to tell the truth and I'm gonna tell it) e até mesmo uma referência ao *cover* que ela havia lançado de Meu Mundo é o Barro, do grupo O Rappa, cujo *cover* foi retirado de seu canal por causa de direitos autorais (Não sou nova aqui, não te peço licença, sua permissão, nunca fez diferença).

A fotografia destaca o uso de cores e iluminação voltadas para tons escuros, além de abusar, de forma positiva, do contraste em diversos momentos, com o uso das opostas azul e amarelo, além de verde e tons de amarelo, como o dourado. Enquanto a edição do videoclipe é linear e constrói uma narrativa que está diretamente ligada às vivências de Urias enquanto mulher trans preta. Além disso, o clipe é repleto de simbolismos e metáforas que foram pensadas para tentar retratar seus sentimentos enquanto mulher trans no país em que a expectativa de vida de uma transexual é de 35 anos.

Encerrando o vídeo, vemos Urias vestida com uma roupa vermelha, que pode ser associado como uma intertextualidade, isto é, a ideia de inferno/diabo estampada com pele de cobra, cujo animal é conhecido por ser venenoso, traiçoeiro, é também uma referência que ela traz na capa do EP.

CONCLUSÃO

Ao trazer uma parte de sua história e vivência para o videoclipe de Diaba, e junto de diversos elementos recursos como as cores da iluminação, a roupa dourada e a navalha, por exemplo, Urias começa a construir sua trajetória na música mostrando suas referências e sua realidade. É interessante ressaltar também como a interação entre a música e vídeo edificam uma rica narrativa audiovisual, e nos apresenta problemas, como transfobia e racismo, que sempre existiram em nossa sociedade, especialmente quando falamos da comunidade LGBTQIA +.

REFERÊNCIAS

BEZERRA, B.; COVALESKI, R. 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 jun. 2020.

BUTLER, J. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do “sexo”. In: LOPES, G. L. **O corpo educado**. Pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. Disponível em <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/1230>>. Acesso em 11 jun. 2020.

BORGES, G. **Qualidade na TV pública portuguesa**: Análise dos programas do canal 2:.. Juiz de Fora: Ed. UFJF, 2014.

DA SILVA, T. T. A produção social da identidade e da diferença. In: DA SILVA, T. T. (Org.). **Identidade e diferença** – a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2003..

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

HALL, S. Identidade Cultural e Diáspora. **Revista do Patrimônio**, IPHAN, n. 24, p. 68-75, disponível em <<https://bit.ly/2VLLW1p>>. Acesso em 27 abr 2020.

HALL, S. Quem precisa da identidade. In: DA SILVA, T. T. (Org.). **Identidade e diferença** – a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2003.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

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

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

OBSERVATÓRIO DA QUALIDADE NO AUDIOVISUAL. Videoclipe e Identidade. Disponível em: <https://observatoriodoaudiovisual.com.br/videoclipe-e-identidade/>. Acesso em: 14 abr. 2024.

PRECIADO, P. B. Manifesto contrassexual: Práticas subversivas de identidade sexual. Rio de Janeiro: Zahar, 2022.

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

VELLAR, A. Spreading the cult body on YouTube: A case study of “Telephone” derivative videos. **Transformative Works and Cultures (TWC)**, v.9, p. 1-11, 2012. Disponível em: <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/313/300>. Acesso em: 10 jun. 2020.

VERNALLIS, C. **Experiencing music video**: aesthetics and cultural context. Nova York: Columbia University Press, 2004.

VIZCAÍNO-VERDÚ, A; ABIDIN, C. Music challenge memes on TikTok: Understanding in-group storytelling videos. **International Journal of Communication**, v. 16, p. 26, 2022.

WOODWARD, K. **Identidade e diferença**: uma introdução teórica e conceitual. In: DA SILVA, T. T. (Org.). Identidade e diferença – a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2003..