

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN - FAMECOS  
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

NÁTHALI ALMEIDA RIOS

**VIDEOCLIPES MUSICAIS NA CONSTRUÇÃO DE UM MITO:**  
UM ESTUDO COMPARATIVO DE “*THRILLER*” E “*BABY*”

Porto Alegre  
2023

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica  
do Rio Grande do Sul

NÁTHALI ALMEIDA RIOS

**VIDEOCLIPES MUSICAIS NA CONSTRUÇÃO DE UM MITO:**  
UM ESTUDO COMPARATIVO DE “*THRILLER*” E “*BABY*”

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
como requisito parcial para a obtenção do  
grau de Bacharel em Publicidade e  
Propaganda pela Escola de Comunicação,  
Artes e Design – Famecos da Pontifícia  
Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Ticiano Paludo

Porto Alegre

2023

NÁTHALI ALMEIDA RIOS

**VIDEOCLIPES MUSICAIS NA CONSTRUÇÃO DE UM MITO:  
UM ESTUDO COMPARATIVO DE “THRILLER” E “BABY”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
como requisito parcial para a obtenção do  
grau de Bacharel em Publicidade e  
Propaganda pela Escola de Comunicação,  
Artes e Design – Famecos da Pontifícia  
Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Ticiano Paludo

Aprovada em: 06 de dezembro de 2023.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof. Dr. Ticiano Paludo

---

Profa. Paula Puhl

---

Prof. Roberto Tietzmann

Porto Alegre

2023

## **AGRADECIMENTOS**

Minha vontade de cursar Publicidade e Propaganda surgiu antes mesmo de entrar no ensino médio. No início da adolescência, minha paixão pelos meus ídolos me fazia divulgá-los e criar fã-clubes nas redes sociais de cada época, passando por várias delas. Entretanto, isso nunca teria começado se não fosse graças à minha criação e, por isso, agradeço principalmente à minha mãe, que me criou em um ambiente com muita música boa, além de ter me apoiado e acompanhado em todos os momentos de fã enquanto eu ainda era menor de idade. Obrigada pelos CDs, DVDs, revistas, ingressos comprados, pelos tempos gastos nas filas dos shows e todo o resto. Obrigada por toda a tua força para me proporcionar uma boa vida e me fazer chegar até aqui.

Agradeço também à minha avó Tânia e minha dinda Michele, que participaram da minha criação e sempre estiveram presentes, me apoiando em todos os momentos da minha vida. Minha tia Gabrielle, que, por ser mais nova que eu, foi criada como uma irmã e sempre esteve ao meu lado. Aos meus irmãos mais novos, Yasmin e Giovanni, por me incentivarem a ser sempre uma pessoa melhor e um bom exemplo.

Agradeço imensamente a todos citados acima por terem me apoiado em um momento tão complicado da vida que coincidiu com o início da monografia e não me deixaram desistir.

Obrigada às pessoas que fizeram parte de todo o processo durante a faculdade, tornando tudo mais fácil compartilhando momentos felizes e se apoiando diariamente.

Também agradeço ao professor Ticiano Paludo que me orientou durante a monografia, me incentivando a fazer um bom trabalho e chegar até o final.

Por fim, agradeço a todos que me ajudaram de alguma forma enquanto eu me preparava para o ENEM e que também celebraram a conquista da minha vaga através do PROUNI.



## RESUMO

A presente monografia tem como objetivo analisar os videocliques “*Thriller*” e “*Baby*” e entender suas contribuições na construção da imagem de mito de Michael Jackson e Justin Bieber, respectivamente. O trabalho possui caráter do tipo qualitativo e exploratório e suas técnicas são as de pesquisa bibliográfica e documental seguidas pela análise de conteúdo. A fundamentação teórica é baseada, principalmente, nas obras de Eliade (1972), Morin (1989), Rojek (2001), Corrêa (2006), Soares (2011), Bomfim (2015) e Paludo (2017). Após a realização da análise através das categorias contexto, referências *storytelling* e imagem do artista, foi possível identificar que o videoclipe possui um papel importante e contribui para a construção de imagem mítica-musical de um artista.

**Palavras-chave:** Comunicação; Ídolos; Justin Bieber; Michael Jackson; Mito Musical; Videoclipe.

## **ABSTRACT**

This monograph aims to analyze the music videos “Thriller” and “Baby” and understand their contributions to the construction of the mythical image of Michael Jackson and Justin Bieber, respectively. The work has a qualitative and exploratory nature and its techniques are bibliographic and documentary research followed by content analysis. The theoretical foundation is based mainly on the works of Eliade (1972), Morin (1989), Rojek (2001), Corrêa (2006), Soares (2011), Bomfim (2015) and Paludo (2017). After carrying out the analysis through the categories context, storytelling references and artist's image, it was possible to identify that the music video plays an important role and contributes to the construction of an artist's mythical-musical image.

**Keywords:** Communication; Idols; Justin Bieber; Michael Jackson; Musical Myth, Music Video.

## LISTA DE FIGURAS

|                                                                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Cena do filme “Blue Hawaii” (Taurog, 1961) com Elvis Presley.....                                                               | 35 |
| Figura 2 - Cena do filme “A Hard Day’s Night” (Lester, 1964) com The Beatles.....                                                          | 35 |
| Figura 3 - The Beatles no videoclipe “ <i>Penny Lane</i> ”.....                                                                            | 36 |
| Figura 4 - The Beatles no videoclipe “ <i>Strawberry Fields Forever</i> ”.....                                                             | 36 |
| Figura 5 - Videoclipe de “ <i>Bohemian Rhapsody</i> ” da banda Queen.....                                                                  | 37 |
| Figura 6 - Michael Jackson como lobisomem em “ <i>Thriller</i> ”.....                                                                      | 38 |
| Figura 7 - Cena de coreografia em “ <i>Bad</i> ” de Michael Jackson.....                                                                   | 38 |
| Figura 8 - Beyoncé e as duas dançarinas em “Single Ladies”.....                                                                            | 41 |
| Figura 9 - Michael de chapéu com seus irmãos, formando o grupo “The Jackson 5”.<br>.....                                                   | 44 |
| Figura 10 - Capa do filme “Uma Noite Alucinante” (1981) de Sam Raimi.....                                                                  | 49 |
| Figura 11 - Capa do filme “Um Lobo Americano em Londres” (1981) de John<br>Landis.....                                                     | 49 |
| Figura 12 - Mosaico de frames do videoclipe de “ <i>Thriller</i> ”.....                                                                    | 50 |
| Figura 13 - Frames de “ <i>Thriller</i> ” na primeira linha e frames de “Um Lobisomem<br>Americano em Londres” na segunda linha.....       | 51 |
| Figura 14 - Mosaico de frames do videoclipe de “ <i>Thriller</i> ”.....                                                                    | 51 |
| Figura 15 - Alguns zumbis de “ <i>Thriller</i> ” na primeira linha e de “A Morte do Demônio”<br>na segunda linha.....                      | 52 |
| Figura 16 - Michael Jackson se transformando em zumbi e dançando a coreografia<br>de “ <i>Thriller</i> ”.....                              | 53 |
| Figura 17 - Últimos minutos de “ <i>Thriller</i> ”.....                                                                                    | 54 |
| Figura 18 - Michael Jackson e Ola Ray no set de “ <i>Thriller</i> ”.....                                                                   | 55 |
| Figura 19 - Justin Bieber tocando em frente ao Avon Theatre.....                                                                           | 56 |
| Figura 20 - Capa do filme “ <i>High School Musical</i> ” (2006).....                                                                       | 62 |
| Figura 21 - Capa do filme “ <i>Camp Rock</i> ” (2006).....                                                                                 | 63 |
| Figura 22 - Cenas de “ <i>High School Musical</i> ” e “ <i>Camp Rock</i> ” à esquerda e cenas de<br>“ <i>Baby</i> ” à direita.....         | 63 |
| Figura 23 - Elementos semelhantes de “ <i>Baby</i> ” (na primeira linha) e “ <i>The Way You<br/>Make Me Feel</i> ” (na segunda linha)..... | 64 |

|                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 24 - Michael Jackson na coluna à esquerda e Justin Bieber em “ <i>Baby</i> ” na<br>coluna à direita..... | 65 |
| Figura 25 - Gravação da cena cortada em “ <i>Baby</i> ”.....                                                    | 66 |
| Figura 26 - Cenas focadas em Justin Bieber no vídeo de “ <i>Baby</i> ”.....                                     | 66 |

## SUMÁRIO

|                                                                                     |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO.....</b>                                                           | <b>10</b> |
| <b>2. ESTRELAS, CELEBRIDADES E ÍDOLOS.....</b>                                      | <b>12</b> |
| 2.1. SURGIMENTO DE ESTRELAS: O CINEMA HOLLYWOODIANO.....                            | 12        |
| 2.2. CELEBRIDADES: HISTÓRIA E CATEGORIAS.....                                       | 16        |
| 2.3. ÍDOLOS: QUANDO ESTRELAS E CELEBRIDADES CONQUISTAM FÃS.....                     | 21        |
| <b>3. MITOS, MITOS MUSICAIS E VIDEOCLIPES.....</b>                                  | <b>26</b> |
| 3.1. MITOS: O QUE SÃO E COMO SURGEM.....                                            | 26        |
| 3.2. MITO MUSICAL: UMA NOVA CLASSIFICAÇÃO DE MITO.....                              | 30        |
| 3.3. VIDEOCLIPES MUSICAIS: HISTÓRIA E PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS.....               | 34        |
| <b>4. MITOS DE DUAS GERAÇÕES: METODOLOGIA E ANÁLISE.....</b>                        | <b>42</b> |
| 4.1. TRAJETÓRIA DE UM MITO: MICHAEL JACKSON.....                                    | 43        |
| 4.2. “THRILLER”: ANÁLISE.....                                                       | 46        |
| 4.3. NASCE UMA ESTRELA: JUSTIN BIEBER.....                                          | 55        |
| 4.4. “BABY”: ANÁLISE.....                                                           | 59        |
| 4.4. “THRILLER” E “BABY”: INFERÊNCIA NO SURGIMENTO DE MITOS MUSICAIS ESTUDADOS..... | 67        |
| <b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>                                                 | <b>71</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>                                                             | <b>74</b> |

## 1. INTRODUÇÃO

Estrelas, celebridades e ídolos estão presentes na sociedade há muitas décadas e até há centenas de anos. No entanto, alguns indivíduos do campo musical passaram a ser considerados mitos. Artistas, cantores e bandas que deixam sua marca na história da Indústria Musical com atos inovadores em produção de canções, *shows*, videoclipes, moda e entre outros estão entre os mitos musicais. Os videoclipes são um dos principais produtos de um artista para a divulgação de uma canção ou álbum, produto este que passou por diversas alterações e ajustes com o passar das décadas até chegar nas produções que são conhecidas atualmente. Na década de 1980, Michael Jackson foi responsável por adicionar narrativas aos videoclipes com alta produção cinematográfica e o videoclipe *“Thriller”* (Landis, 1983) ficou marcado na história. Em 2010, na era digital, Justin Bieber se tornou um dos maiores exemplos de artista que ascendeu através da plataforma do YouTube, quebrando recorde de visualizações com o vídeo de *“Baby”* (Kay, 2010).

Sendo assim, o problema de pesquisa deste trabalho é: Como os videoclipes *“Thriller”* e *“Baby”* contribuíram na construção mítica de Michael Jackson e Justin Bieber, respectivamente? O principal objetivo deste estudo é analisar os videoclipes *“Thriller”* e *“Baby”* e entender suas contribuições na construção da imagem de mito de Michael Jackson e Justin Bieber, comparando os dois casos estudados. Para a resolução do problema de pesquisa, os objetivos específicos elencados são: aprofundar o significado de estrelas, celebridades, ídolos e mitos; conhecer a história e características dos videoclipes musicais; resgatar a biografia dos cantores Michael Jackson e Justin Bieber; analisar os videoclipes *“Thriller”* e *“Baby”*; e levantar inferências sobre como os videoclipes analisados refletiram na construção dos mitos musicais estudados, comparando os dois casos.

O desenvolvimento desta pesquisa está organizado em cinco capítulos, com a introdução sendo o primeiro.

No segundo capítulo, os conceitos de estrelas, celebridades e ídolos serão explorados com base em obras e estudos de autores como Morin (1989), Rojek (2001), Inglis (2010), Boroski (2014), Bomfim (2015), Garber (2017), Paludo (2017), França e Simões (2019;2020) e Marques (2023).

O terceiro capítulo abordará a história dos mitos a partir dos conceitos de Eliade (1972), Morin (1989) e Rocha (2006). Posteriormente, os mitos musicais serão

introduzidos como uma categoria distinta de mitos, fundamentados na pesquisa de Paludo (2017). Em seguida, a história e as características dos videocliques serão abordadas com base nas contribuições de Pontes (2003), Corrêa (2006), Carvalho (2008) e Soares (2007;2011).

O quarto capítulo iniciará com a descrição da metodologia empregada neste estudo, a apresentação das biografias e trajetórias musicais dos artistas Michael Jackson e Justin Bieber, e as análises dos videocliques "*Thriller*" e "*Baby*", finalizando com a exposição das inferências feitas pela autora sobre a contribuição desses vídeos na construção da imagem mítica dos artistas.

O quinto capítulo apresentará as considerações finais deste trabalho.

Os videocliques e mitos musicais foram escolhidos como universo da pesquisa por motivações pessoais da autora. A decisão de cursar Publicidade e Propaganda se deu pela identificação da autora com a publicidade de artistas musicais e, durante a faculdade, trabalhou no *marketing* de uma empresa de produção de *shows* e agenciamento de artistas, o qual despertou mais ainda o interesse no tema. A escolha dos objetos de pesquisa partiu do interesse pessoal e pela admiração dos artistas Michael Jackson e Justin Bieber. Além disso, a autora pretende seguir atuando profissionalmente no ramo do entretenimento musical.

## 2. ESTRELAS, CELEBRIDADES E ÍDOLOS

Neste capítulo serão apresentados os conceitos de estrelas, celebridades e ídolos, traçando inicialmente uma breve linha do tempo para contextualizar o surgimento das estrelas, conforme proposto por Morin (1989). Paralelamente, serão apresentados os conceitos de outros autores, tais como Rojek (2001), Inglis (2010), Boroski (2014), Bomfim (2015), Garber (2017), Paludo (2017), França e Simões (2019;2020) e Marques (2023), que contribuem também para a compreensão das celebridades e ídolos. Esse capítulo destacará pontos cruciais para a compreensão de outros termos que serão abordados posteriormente.

### 2.1. SURGIMENTO DE ESTRELAS: O CINEMA HOLLYWOODIANO

Apesar de parecer um assunto muito cotidiano na sociedade quando se trata de indivíduos considerados estrelas, pelo senso comum, não se sabe qual o surgimento deste termo para definir estas personalidades da sociedade. Para entender melhor o surgimento das “estrelas”, Garber (2017, s.p.) destaca que “de acordo com o Oxford English Dictionary, a primeira referência a uma estrela do palco veio em 1751: você pode reluzir a mais brilhante Estrela Teatral, e sempre animará uma platéia”. A partir desta definição, já é possível compreender a fonte do termo: os palcos dos teatros. Ainda segundo Garber (2017), foi na década de 1820 que passou a ser comum referir-se aos atores como “estrelas”, principalmente com propósito de vendas além de qualquer outra coisa. Os atores britânicos, por exemplo, eram promovidos como “estrelas” para as suas turnês nos Estados Unidos, chamando o público para garantir que não perdesse as suas performances.

Entretanto, foi especialmente com o nascimento do cinema hollywoodiano que surgiram as grandes estrelas conhecidas mundialmente até hoje, pois, para Morin (1989), o nascimento de uma estrela é considerado o evento mais grandioso que a indústria cinematográfica pode experimentar. Porém, com o aumento da popularidade da televisão e Hollywood sendo ameaçada, ela busca sua salvação durante alguns anos através do lançamento de super estrelas como Marilyn Monroe. Os filmes musicais lançados pelo cinema de Hollywood também foram o ápice, como o clássico lançado em 1952, “Cantando na Chuva”, considerado uma das grandes obras primas do gênero. Paralelamente, assim como Marilyn Monroe, outras



personalidades como Audrey Hepburn, Brigitte Bardot, Grace Kelly e Elvis Presley se tornam estrelas em outros importantes filmes lançados na década (Marques, 2023).

Morin (1989) afirma que os processos de divinização não se apresentam de maneira uniforme, havendo uma variedade de tipos de estrelas que incluem as estrelas femininas "do amor" (como Mary Pickford e Marilyn Monroe), as estrelas cômicas (como Carlitos e Fernandel) e as estrelas do heroísmo e da aventura (como Douglas Fairbanks e Humphrey Bogart). Entretanto, James Dean foi um herói da adolescência, o ator não inovou, mas sim canonizou e sistematizou um conjunto de padrões de vestuário que permitiu à juventude expressar uma atitude de resistência às convenções sociais dos adultos e buscar uma identidade viril, tornando-se assim um ícone para essa geração.

Para Morin (1989), é recomendável analisar essas notáveis estruturas de divinização, destacando-se, principalmente, o nível das estrelas femininas heroínas românticas, onde se percebe com maior clareza a originalidade e a especificidade do universo das estrelas, ou seja, a estrela exerce influência sobre as diversas personagens dos filmes, incorporando-as e superando-as, enquanto, reciprocamente, essas personagens também a superam, refletindo suas qualidades excepcionais. O autor (idem, p.34) aponta que

ser estrela é precisamente, o impossível possível, o possível impossível. Nem a mais talentosa das atrizes tem garantida a passagem a estrela, mas por outro lado o maior desconhecido pode-se transformar de um dia para o outro em uma vedete (é claro que a mais talentosa das atrizes pode se tornar uma estrela, e o mais desconhecido tem todas as chances de continuar desconhecido para sempre).

A estética atreladas às personalidades também é um ponto significativo para a criação destas estrelas, e Marilyn Monroe é um exemplo representativo. Morin (1989) afirma que a atriz que se torna estrela aproveita os poderes divinizadores do amor e possui um corpo e rosto adoráveis. A estrela não é idealizada apenas por seu papel, mas também é potencialmente bela. Sua personagem e sua beleza se interpenetram e se conjugam.

Para Morin (1989), a busca pela beleza sempre esteve ligada à juventude. No cinema, até 1940, as estrelas femininas em Hollywood tinham em média 20 a 25 anos, resultando em carreiras mais curtas em comparação aos homens, que podiam amadurecer sem envelhecer. Desde então, os institutos de beleza se dedicam ao

rejuvenescimento, eliminando rugas e redefinindo a juventude independentemente da idade. No que diz respeito à vestimenta, a estrela feminina segue a etiqueta suprema, comparável à dos príncipes, e assim como estes, pode optar por vestir-se de preto ao comparecer à recepção da rainha Elizabeth, estando em pé de igualdade. Os reis e deuses, da mesma forma, mantêm a ordem, porém não estão sujeitos a ela, uma realidade compartilhada pelas estrelas.

A mitologia das estrelas românticas estabelece uma conexão entre a beleza moral e a beleza física, onde o corpo ideal da estrela é revelado como uma expressão de uma alma ideal. A estrela do cinema é descrita como alguém profundamente generoso, tanto em sua carreira, quanto em sua vida pessoal. Ela não deve ser apressada ou descuidada com seus admiradores, pois é constantemente solicitada a dar orientação em questões íntimas, sentimentais e morais, já que possui uma autoridade do coração e da alma (Morin, 1989).

A partir desse momento, as estrelas passaram a desempenhar um papel significativo na vida cotidiana das pessoas, deixando de ser astros inacessíveis para se tornarem mediadoras entre o céu da tela e a Terra. Elas passaram a ser vistas como figuras admiráveis, com culto substituído por admiração. As estrelas não eram mais vistas como seres distantes e frios, mas sim como figuras mais humanas e afetuosas, menos sublimes, porém mais queridas (Morin, 1989).

Com base nestas informações, já é possível entender que a definição de “estrela”, que conhecemos atualmente, surgiu primeiramente com os teatros e ganha força a partir de atores e atrizes dos filmes de Hollywood, que passam a ser admirados pelo seu público.

Para entender ainda mais a importância das estrelas, Bomfim (2015, p.68), destaca como a Indústria Cultural trata destas personalidades:

A estrela só interessa à Indústria Cultural enquanto estiver dando lucro. Uma estrela que não faz mais sucesso, que não vende mais produtos, é uma estrela sem brilho. (...) Estrelas que morreram jovens ou em situações trágicas viram mito puro e se eternizam, pois é possível projetar qualquer desejo ou qualquer história em uma estrela morta. (...) Por isso acaba havendo uma certa razão quando dizem que Elvis não morreu. Para a Indústria Cultural ele ainda está mais vivo do que nunca.

E considerando a existência da Indústria Cultural, é importante destacar que, segundo Morin (1989, p.40), “a estrela não pode reagir. Se protesta, as revistas logo

soltam rumores venenosos, os admiradores se sentem ofendidos. Ela é uma prisioneira da glória”, ou seja, existe um cuidado e controle com a imagem midiática destas estrelas.

De acordo com Garber (2017), a denominação de certos tipos de celebridades como "estrelas" é uma representação significativa. Essas figuras, vistas de uma perspectiva elevada, exercem uma influência inspiradora sobre o restante dos indivíduos, irradiando um brilho que as colocam acima e ao nosso redor, como se estivessem em um plano superior. A persistente onipresença delas sugere a existência de uma ordem peculiar no mundo. Portanto, acreditar nessas "estrelas," do ponto de vista independente, implica endossar a ideia de que as pessoas que vemos em nossas telas, aparentemente distantes, mas ao mesmo tempo próximas, habitam um domínio situado entre o nosso e o dos deuses. A autora (idem, s.p.) também aponta:

Estrelas são estrelas, certamente, porque elas brilham – porque, mesmo quando são banhadas pelos holofotes, parecem ter uma incandescência própria. Mas elas são “estrelas”, muito mais especificamente, porque fazem parte da tendência de longa data da cultura ocidental de associar o humano ao celestial. Elas são “estrelas” porque o público delas as quer – e em algum sentido precisa delas – pra ser “estrelas”.

Morin (1989, p.10) relata que as estrelas “(...) são seres ao mesmo tempo humanos e divinos, análogos em alguns aspectos aos heróis mitológicos ou aos deuses do Olimpo, suscitando um culto, e mesmo uma espécie de religião”. Através dos lançamentos destas personalidades do cinema é possível analisar e compreender o fascínio que as principais estrelas de Hollywood exercem sobre seu público. A partir delas, entende-se que existe uma forma de culto entre os fãs, e estas estrelas passam a ser “(...) heroizadas, divinizadas, (...) e são mais do que objetos de admiração. São também motivo de culto. Constitui-se ao seu redor um embrião de religião” (Morin, 1989, p.50). O autor (idem) compara estes fãs com liturgia que, segundo Dicio (2023), significa uma “reunião dos elementos ou das práticas que fazem parte de um culto religioso, especialmente de uma missa católica”, ou seja, a adoração ritualística do fã para o ídolo.

Segundo Morin (1989), a evolução que reduz a divindade atribuída às estrelas promove e amplia os pontos de conexão entre as estrelas e as pessoas. Em vez de eliminar a adoração, essa evolução a encoraja. As estrelas tornam-se mais presentes e

familiares, quase à disposição de seus admiradores, o que leva ao surgimento de fã-clubes, revistas, fotografias e correspondência, que institucionalizam essa devoção. A partir disso, uma extensa rede de canais conduz à homenagem coletiva, que se manifesta na forma de numerosos objetos de culto solicitados pelos devotos.

Após uma breve apresentação cronológica da evolução dos termos de definição de uma estrela, será abordado a seguir de forma aprofundada o que são as celebridades.

## 2.2 CELEBRIDADES: HISTÓRIA E CATEGORIAS

Para um indivíduo se tornar uma celebridade, ele não necessariamente precisa ser uma estrela, ou seja, qualquer outra personalidade pode ser celebrada na sociedade. Por isso, existem várias categorias do que é ser celebridade que serão abordadas mais adiante neste subcapítulo.

Como aponta Inglis (2010), a celebridade é amplamente reconhecida, porém, sua compreensão é complicada. Ela se torna um tema frequente de discussão, aparecendo na mídia diversas vezes por semana e sendo um item fundamental em inúmeras revistas de ambos os lados do Atlântico. Além disso, as celebridades são fonte de conteúdo para todos os tipos de jornais diariamente, incluindo tabloides e *broadsheets*, gerando notícias, opiniões, fofocas e, eventualmente, contribuições em colunas. No entanto, Inglis (2010, p.4) observa a importância de compreender que a celebridade substituiu o antigo conceito de renome, pois

o renome, diríamos, uma vez foi atribuído a homens de grande realização em um punhado de papéis proeminentes e claramente definidos. Um jurista do século XVI, clérigo, mercenário sênior ou estudioso era renomado por trazer honra ao cargo que ocupava. Ele poderia ser aclamado na rua, mas o reconhecimento era de sua realização - seu conhecimento (no caso de John Donne, por exemplo), suas vitórias (como Othello é aclamado na peça), seu poder implacável (no caso de Cardeal Wolsey). O renome trazia honra ao cargo, não ao indivíduo, e o reconhecimento público não era tanto do homem em si, mas do significado de suas ações para a sociedade.

Assim como as estrelas, o fenômeno de celebridades não é algo novo, pelo contrário, existe há muitos séculos. França e Simões (2020) afirmam que no passado, a história das celebridades sempre esteve ligada aos detentores do poder político e econômico, incluindo ocasionalmente figuras do cenário militar, religioso e cultural. Em

todos os casos, o fenômeno da celebridade envolvia tanto as realizações de uma determinada personalidade, quanto o esforço de documentação e divulgação, como narrativas, imagens e moedas. Rojek (2001, p.21) apresenta outro exemplo do fenômeno no passado:

Fanáticos, falsificadores, criminosos, prostitutas, trovadores e pensadores têm sido objetos de atenção pública desde os tempos dos gregos e romanos. Eles possuíam o que se poderia chamar de status de celebridade prefigurativa. Isto é, eram itens de discurso público, e um status honorífico ou notório lhes era certamente atribuído. Mas não davam a ilusão de intimidade, a sensação de serem um confrade exaltado, que faz parte do status de celebridade na era de mídia de massa.

Inglis (2010) apresenta um fenômeno de celebridade que é conhecido atualmente acontecendo nas Progressões Reais da Rainha Elizabeth I em 1575. Segundo o autor, existe um registro detalhado que ressalta o significado cerimonial desses eventos como uma expressão de compromisso recíproco entre a monarca e o povo. Isso se manifesta publicamente por meio de sua vestimenta, adornos e palavras, por um lado, e pela observação que o povo faz de si mesmos e de sua própria apresentação, por outro lado, como máscaras, bandeiras, aplausos e a entrega de buquês de crianças para a rainha. Estes elementos representam os deveres mútuos entre ambas as partes.

Nos dias atuais, já na contemporaneidade, o fenômeno se mantém, porém, é influenciado pelas características da modernidade, com destaque para o culto ao indivíduo, além do desenvolvimento da tecnologia e das práticas comunicacionais. No entanto, a forma como esse fenômeno é percebido e analisado varia conforme a abordagem teórica adotada e o contexto histórico em questão. De acordo com historiadores que abordam o tema, a presença de celebridades ao longo da história é observada em uma aparente sequência linear, sendo amplamente reconhecido que foi a modernidade, seguida pelo surgimento dos meios de comunicação de massa, que desempenharam um papel significativo como impulsionadores do fenômeno nas suas formas atuais (França e Simões, 2020).

Segundo Rojek (2001), as celebridades passaram a ocupar o lugar da monarquia como novos ícones de reconhecimento e pertencimento, e à medida que a fé em Deus diminuía, elas se tornavam imortais. Além disso, Rojek destaca que figuras como John Wayne, Rudolph Valentino, Elvis Presley, Marilyn Monroe, John F. Kennedy,

James Dean, John Lennon, Jim Morrison, Tupac Shakur e Kurt Cobain ainda são reverenciadas como ídolos cultuados, mesmo após mais de duas décadas de seus falecimentos.

A cultura da celebridade se desenvolveu paralelamente à indústria do entretenimento em suas diversas manifestações. As celebridades refletem os traços do capitalismo de mercado e do individualismo, sendo notadas por uma performance cuidadosamente construída de forma industrial e sua proeminente presença atribui a elas um valor cultural efetivo (Marshall, 2006 *apud* França e Simões, 2020). Ainda de acordo com Rojek (2010), as celebridades são, de certo modo, representações e expressões de anseios que residem tanto no inconsciente quanto no subconsciente. A imagem pública das celebridades carrega elementos de desejos e fantasias que são amplamente difundidos na cultura popular.

Além disso, observa-se que, inicialmente, a celebridade era considerada uma condição ou uma característica que poderia ser atribuída a alguém, como no caso de destacar "a celebridade de Madonna". Contudo, atualmente, essa qualidade foi internalizada na própria pessoa, sendo dito que alguém "é uma celebridade". Portanto, a celebridade deixou de ser apenas uma condição para se tornar um modo de ser (Heinich, 2012 *apud* França e Simões, 2020). A palavra celebridade possui dois sentidos no seu uso contemporâneo:

O primeiro é depreciativo; usa-se celebridade para falar da visibilidade de indivíduos sem expressão e sem méritos, figuras catapultadas pela mídia e desprovidas de valor social. Um segundo uso – e é este que adotamos – remete a todas as figuras que adquirem proeminência, alcançam grande visibilidade através de dispositivos e práticas comunicacionais, provocam sentimentos e emoções em públicos estendidos. Por este caminho, é um termo neutro, e a valoração maior ou menor é conferida – e deve ser analisada – conforme o personagem em questão. (França e Simões, 2020, p.40)

As autoras (*idem*) citam a abordagem das celebridades do entretenimento que Joshua Gamson (1994) constrói considerando três elementos cruciais desse fenômeno cultural: 1) os textos da mídia; 2) a produção; 3) a audiência. A análise da celebridade é realizada a partir da distinção entre "o grande" (*the great*) - onde a fama é considerada "merecida e conquistada, relacionada a realizações e qualidade" - e "o presenteado" (*the gifted*) - no qual a promoção e a publicidade desempenham um papel central na construção da narrativa.

De acordo com Rojek (2001), já durante a cultura de massas é possível categorizar as celebridades em mais três condições: a celebridade conferida, que está conectada à ancestralidade: o status provém da linhagem de sangue, como por exemplo ter parentesco com alguém famoso; a celebridade adquirida, que são as identificadas como pessoas que demonstram talentos ou habilidades incomuns, como artistas ou cantores; e, por último, a celebridade atribuída, que passa a ser notável ganhando destaque na consciência pública principalmente devido às decisões dos executivos da mídia de massa na busca por mais circulação ou audiência, como, por exemplo, participantes de *realitys shows*. Além destes, existem os definidos como celetóides:

Celetóides são os acessórios de culturas organizadas em torno da comunicação de massa e da autenticidade encenada. Exemplos incluem gente que acerta na loteria, os sucessos efêmeros, perseguidores, delatores, cometas na arena dos esportes, heróis por um dia, amantes de figuras públicas e os vários outros tipos sociais que chamam a atenção da mídia um dia, e no outro caem no esquecimento (Rojek, 2010, p.23).

Como destaca Boroski (2014), também existem as subcelebridades, termo muito conhecido, atualmente. Elas estão presentes principalmente no meio on-line, na internet. Segundo a autora, ganham destaque em vídeos populares no YouTube, participam de *reality shows*, concedem entrevistas em programas de televisão aberta e, por vezes, acabam se tornando alvo de humoristas, políticos, famosos em decadência, além de cativar o interesse do público e dos produtores. Todas essas categorias da cultura de massa desempenham um papel indireto na criação e disseminação de representações de realidades reimaginadas através dos meios de comunicação.

Bomfim (2015) observa que a cultura de massa consegue criar suas próprias figuras "heróicas" ao dismantelar elementos considerados bons, belos, sagrados e únicos, transformando-os em celebridades que assumem formas midiáticas como galãs, ídolos e vencedores. Essas figuras criadas e mantidas pelo imaginário coletivo estabelecem padrões de consumo e servem como aspirações e modelos de vida para o público em geral. Entretanto, é crucial considerar, sob uma perspectiva sociopolítica, como essa cultura se estrutura e a quem ela se destina, incluindo a identificação do seu público-alvo, destacando a influência do consumo em massa que sustenta a cultura do entretenimento oferecida. Rojek (2010, p.16) também afirma que "é fácil entender por que celebridades *mainstream* alimentam o mundo cotidiano com padrões dignos de

atração que incentivam as pessoas a imitá-las, o que ajuda a solidificar e unificar a sociedade”.

Um ponto importante, é entender como se sustenta a fama das celebridades. Boroski (2014, p.2) explica isso em sua pesquisa:

O apagamento dos limites entre o público e o privado no caso da produção de uma celebridade é o que vai sustentar a divulgação e o *marketing* de situações e eventos cotidianos na vida da celebridade. Eles são traduzidos pela mídia como um evento público, providos de estatutos de relevância. O processo de celebrização também faz aparecer na celebridade aspectos que vão diferenciá-la do público, como por exemplo, acesso dificultado por seguranças e tratamento nobre em locais privados e públicos.

Além disso, é importante salientar que as celebridades demandam uma audiência fervorosa e admiradores. Rojek (2001) faz uma analogia como a relação de celebridades e seus fãs em relação à religião e seus fiéis, pois estes são os únicos relacionamentos humanos onde existe mútua devoção, contudo, sem quaisquer interações físicas. Eventualmente, celebridades podem encontrar seus fãs em eventos públicos ou encontros sem a presença física, porém, geralmente o relacionamento com os fãs é fundamentado em uma abstração transmitida através dos meios de comunicação de massa.

França e Simões (2019) também abordam que o principal fator determinante na questão das celebridades é o vínculo emocional e afetivo estabelecido com seus fãs. Os admiradores demonstram sua devoção através de ações como viajar longas distâncias para ver seus ídolos, aguardar em filas para adquirir ingressos de shows e colecionar fotos e informações sobre eles. A intensidade e a profundidade dessas emoções são indicadores significativos da magnitude e da extensão da celebração das personalidades famosas.

Considerando essas informações, o próximo subcapítulo se concentrará em discutir como as estrelas e celebridades se elevam ao status de grandes ídolos da sociedade.



### 2.3. ÍDOLOS: QUANDO ESTRELAS E CELEBRIDADES CONQUISTAM FÃS

A abordagem do conceito sobre ídolos é importante para entender a forma que as estrelas e celebridades, citadas nos subcapítulos anteriores, se tornam seres idolatrados por fãs espalhados pelo mundo.

Morin (1989) já apresenta estas manifestações com as primeiras estrelas. Mesmo na Era do cinema silencioso existiam grandes cultos de idolatria e, logo após, os cantores de óperas e filmes musicais também passaram a despertar uma idolatria pré-adolescente e feminina. Além disso, Morin (1989) afirma que na época do cinema hollywoodiano, um grande número de cartas era direcionado anualmente às vedetes. Havia uma estimativa em 1939, que um grande estúdio chegava a receber entre 15 mil e 45 mil cartas por mês, e uma estrela de alto renome recebia em torno de 3 mil cartas por semana.

É possível compreender que o fenômeno da idolatria faz parte da história em paralelo com a existência das estrelas e celebridades. França e Simões (2020, p.38) explicam a origem da palavra:

De eidolon (imagem), a palavra, em seus primórdios, remetia a uma figura representativa de uma divindade a quem se prestava culto. Ao longo do tempo, o nome passou a se referir também a indivíduos que suscitam culto, despertam paixões.

Os fãs costumam considerar seus ídolos suas razões de viver, interferindo até mesmo em seu dia-a-dia, além de possuírem um conhecimento muito aprofundado sobre eles (Bomfim, 2015). Este fenômeno também é observado por Paludo (2017), que menciona o culto fetichista que se sustenta de diversas informações sobre o ídolo, como suas preferências alimentares, medidas corporais, locais visitados, escolas frequentadas, cor favorita e perfume utilizado. Essas informações desempenham um papel crucial na materialização do ídolo na ausência do mesmo, servindo como símbolos que simbolizam o ídolo ausente. Portanto, o uso da mesma cor que o ídolo, por exemplo, simboliza a proximidade com ele, compartilhando suas preferências, uma afinidade estabelecida e, inquestionavelmente, uma escolha.

Rojek (2001) afirma que esses fãs procuram validação por meio de relacionamentos imaginários com a celebridade a quem estão vinculados, como forma de compensar sentimentos de desvalorização e insatisfação em outras áreas de suas

vidas. Nesse sentido, a celebridade representa uma oportunidade de experimentar uma sensação autêntica, em contraste com a rotina da vida cotidiana, onde a autenticidade muitas vezes é percebida como ausente.

Para Bomfim (2015), a idolatria é frequentemente fundamentada em um processo de projeção e identificação, no qual os fãs se identificam com seus ídolos e projetam neles seus próprios desejos, na esperança de que estes atendam seus anseios, seja em nível pessoal ou profissional, representando muitas vezes aquilo que o fã gostaria de fazer ou ser e para reforçar esta afirmação. Goldberg (2010) alega que o ídolo representa o que os seus admiradores querem ser, o ídolo é um ser transferencial, pois o homem comum projeta neles todas as experiências que desejaria viver de alguma forma. Rojek (2001) faz uma observação em sua obra sobre os altos níveis de identificação que são manifestados através das escolhas de guarda-roupa, vocabulário e práticas de lazer dos admiradores. Em situações excepcionais, alguns chegam a considerar procedimentos de cirurgia estética para se assemelharem ao rosto público da celebridade. De maneira mais ampla, a celebridade é percebida como um recurso imaginário que os fãs acessam em momentos de desafios e conquistas na vida, buscando conforto, orientação e alegria. É interessante observar que, mesmo no contexto da admiração, existe a possibilidade latente de sentimentos negativos, uma vez que as expectativas dos fãs em relação à realização muitas vezes estão destinadas a desapontar.

De acordo com Morin (1989), o amor dos fãs pela celebridade não pode ser possessivo, nem em um sentido sociológico, nem no sentido físico. O afeto em relação à estrela não dá origem a ciúmes ou inveja, é compartilhável, e tem pouca carga de sexualização; é, em essência, um tipo de adoração. Como relata o autor (idem, p.52),

a adoração implica uma relação verme-estrela. Certamente esta relação se estabelece num amor verdadeiro entre dois seres, em toda a sua reciprocidade. O adorador quer que a adorada também seja uma adoradora. Por outro lado, o verme quer ser estrela. O fã, por seu lado, aceita ser pura e simplesmente verme. Desejaria ser amado, mas sem perder sua humildade. É esta desigualdade que caracteriza o amor religioso, essa adoração não recíproca, embora eventualmente recompensada.

O que Morin (1989) chama de fã que aceita ser verme, Bomfim (2015) também reitera que é o homem comum responsável por criar os personagens, já que os famosos somente alcançam o status de estrelas quando são apreciados e desejados por seus fãs, fazendo estas estrelas viverem nos meios de comunicação, pois, como

destaca a autora (idem), a beleza, simpatia, carisma e talento são qualidades humanas que englobam as aspirações do cidadão comum, e devido à sua singularidade em relação ao homem comum, são idealizadas e desejadas pela maioria das pessoas. Paludo (2017, p.127) afirma: "ao fã, restará uma vida ordinária de adoração e realização através de uma contemplação e terceirização do real, uma vivência por procuração".

O ídolo será sempre um modelo para seus fãs, se encontrando acima dos mortais, como um Olimpo em termos de beleza e perfeição. No entanto, é importante que as estrelas revelem também suas características humanas para que o público possa se reconhecer nelas (Bomfim, 2015). Rojek (2001) destaca isso em sua obra, mostrando que quando a celebridade "fora de cena", ou seja, o verdadeiro eu da celebridade, se relaciona com seus fãs e audiência podem resultar em confirmação, normalização ou dissonância cognitiva, contradizendo as expectativas construídas em torno de sua imagem pública. A confirmação ocorre quando o público verifica o alinhamento entre a imagem pública e a realidade da celebridade por meio da interação direta com os fãs. A normalização, por sua vez, ocorre quando a transparência do status de celebridade é alcançada, destacando semelhanças entre a psicologia e a cultura das celebridades e dos fãs. Esse momento de exposição da personalidade fora dos holofotes muitas vezes aproxima a celebridade do público e pode aumentar sua estima pública. Por fim, o terceiro resultado é denominado dissonância cognitiva, caracterizado por encontros que contradizem radicalmente as imagens de celebridades construídas pelos meios de comunicação de massa, revelando a possibilidade de que a imagem pública seja vista como uma fachada ou uma representação calculada.

Entretanto, como afirma Bomfim (2015), os meios de comunicação de massa atuam como um papel fundamental na estruturação e apoio mútuo da existência do ídolo e do fã. Eles atuam como intermediários, apresentando o ídolo como uma celebridade e o fã como um indivíduo comum. Essa apresentação cria um sistema de retroalimentação, no qual as celebridades alimentam as projeções do homem comum, enquanto este sustenta o status de estrela que a mídia impõe como um produto mercadológico. Essa dinâmica de retroalimentação tem causado transformações na forma e na programação dos meios de comunicação.

De acordo com Rojek (2001), existe uma tensão peculiar na cultura das celebridades que consiste na compensação da distância física e social da celebridade por meio da abundância de informações provenientes da mídia de massa, como

revistas para fãs, notícias da imprensa, documentários de TV, entrevista, boletins informativos e biografias, todas elas contribuindo para a personalização da celebridade, o que resulta na transformação de uma figura distante em um indivíduo significativo.

A comparação de celebridades com a religião fica mais compreensível quando trata-se da idolatria. Paludo (2017) apresenta esta analogia da religião com a indústria do entretenimento, por exemplo, pois ambas são caracterizadas por aspectos, emblemas e símbolos que representam conceitos como o divino, superação e a busca da felicidade e, da mesma maneira, possuem objetos para cultos, rituais e veneração. Um terço religioso pode ser comparado com uma *selfie* ao lado do ídolo, ou seja, são relíquias convencionais à devoção. Rojek (2001, p.53) afirma que

a tensão apresentada possui paralelos inegáveis com o culto religioso, e esses paralelos são reforçados pela atribuição, por parte dos fãs, de poderes mágicos ou extraordinários à celebridade. Alguns fãs acreditam que as celebridades possuem qualidades semelhantes às de Deus, enquanto outros, ao experimentarem o poder da celebridade em despertar emoções profundas, reconhecem o espírito do xamã.

Quando um ídolo morre, ele pode se tornar um mito. Conforme Paludo (2017) menciona, existe uma ressurreição do ídolo a cada novo fã que surge, fazendo a luz da verdadeira estrela nunca deixar de brilhar. Em muitos casos, a morte do ídolo intensifica sua capacidade de atrair novos admiradores e aumenta o ar de mistério que o envolve. A morte terrena do ídolo reforça sua existência simbólica e reforça algumas especulações e questões sobre o que ainda pode ser descoberto sobre ele, suas obras inéditas, se ele sentiu dor ao partir e se deixou mensagens enigmáticas para seus fãs, bem como quem poderá ocupar seu lugar como este ídolo simbólico.

Morin (1989) aborda mais um pouco sobre o amor do fã para o seu ídolo citando as estrelas do cinema. Ele afirma que o amor é um mito que eleva à divindade, pois amar implica idealizar e adorar. Nessa perspectiva, todo ato de amor se assemelha a uma fermentação mítica, pois os heróis e heroínas do cinema assumem e enaltecem esse mito do amor, purificando-o das impurezas da vida cotidiana e permitindo sua evolução. Eles existem para amar e serem amados, e absorvem esse profundo impulso afetivo que é a participação do espectador do filme. A estrela é uma atriz ou ator que se converte em um objetivo do mito do amor, ao ponto de despertar um verdadeiro culto.

De acordo com Sampaio *et al* (2007), citado por Paludo (2017), a idolatria também pode despertar questões patológicas nos indivíduos e uma dessas patologias

é a Síndrome de Clérambault, conhecida por Erotomania, sendo caracterizada como um transtorno delirante manifestada principalmente por mulheres, que acreditam que um homem mais velho ou de posição social mais alta as ama. O indivíduo que sofre da síndrome, persegue o seu objeto de amor incessantemente e acaba sofrendo ameaças e retaliações como retorno de suas frequentes rejeições, além disso, o portador da doença costuma insistir que o objeto foi quem se apaixonou primeiro, sendo ele o primeiro interessado fazendo as primeiras investidas românticas. Um simples contato breve e ocasional entre o delirante e o objeto de amor pode ser o início desse transtorno, o indivíduo passa a descrever detalhadamente como o amor é correspondido através de olhares, comunicação verbal e não-verbal, feitos intencionalmente pelo objeto (Gramary, 2008 *apud* Paludo, 2017). Paludo (2017, p.39) complementa:

Trazendo para o presente, pode-se pensar nessa patologia no que diz respeito a certas identificações projetivas, nas quais os espectadores se projetam nas mensagens que são apresentadas pelos produtos culturais como filmes, músicas ou livros, e em função da doença, têm uma percepção distorcida, como se aquele conteúdo fosse dirigido exclusivamente para si, resultado de um amor nutrido do artista por si.

Para aprofundar o conceito de mito e obter um melhor entendimento sobre como um mito no campo musical, o capítulo seguinte abordará de maneira mais detalhada o termo.

### 3. MITOS, MITOS MUSICAIS E VIDEOCLIPES

Neste capítulo, serão abordados os mitos para a compreensão dos mitos musicais e, posteriormente, a história e características dos videoclipes serão apresentados para complementar abordagens futuras da análise. Para contribuir com o entendimento dos conceitos, serão utilizados as obras e estudos dos autores Eliade (1972;1992), Morin (1989), Pontes (2003), Rocha (2006), Corrêa (2006), Carvalho (2008), Soares (2011) e Paludo (2017).

#### 3.1. MITOS: O QUE SÃO E COMO SURGEM

Mitos são uma presença constante no mundo, seja ao empregar a palavra para referir-se a algo que não é real ou até mesmo ao explorar as mitologias já conhecidas, porém, para este estudo é importante entender as primeiras vezes em que o termo foi utilizado na sociedade.

Conforme Eliade (1972) traz em sua obra, há mais de meio século, os estudiosos ocidentais começaram a analisar o mito de uma forma distinta em comparação ao século XIX. Ao invés de interpretá-lo como uma fábula, invenção ou ficção como seus antecessores, eles passaram a aceitá-lo da maneira como era entendido pelas sociedades arcaicas, onde o mito representava uma história verdadeira e era considerado extremamente valioso devido ao seu caráter sagrado, exemplar e significativo. No entanto, essa nova interpretação semântica do termo mito torna seu uso na linguagem um tanto ambíguo, uma vez que a palavra agora é empregada tanto no sentido de ficção ou ilusão, quanto no sentido familiar, especialmente para etnólogos, sociólogos e historiadores de religiões, de tradição sagrada, revelação primordial e modelo exemplar.

Para Rocha (2006), o mito é uma narrativa que representa uma forma de as sociedades refletirem suas contradições, expressarem paradoxos, dúvidas e inquietações, além de possibilitar a reflexão sobre a existência, o cosmos, as situações de estar no mundo ou as relações sociais. No entanto, o mito é um fenômeno de difícil definição, podendo conter uma ampla variedade de ideias e ser utilizado em diferentes contextos. O autor (idem, p.4) também apresenta a definição do sentido figurado do dicionário que também considera importante:

O mito é uma "coisa inacreditável". Algo "sem realidade". Em outras palavras: o mito é mentira. Este é um dos usos mais frequentes da palavra no cotidiano. Mas, ainda assim, o mito funciona socialmente. Existem bocas para dizê-lo e ouvidos para ouvi-lo. O mito está aí na vida social, na existência. Sua "verdade", conseqüentemente, deve ser procurada num outro nível, talvez, numa outra lógica.

Rocha (2006) apresenta também o significado de mito no Dicionário Aurélio que indica um fato, passagem dos tempos fabulosos; tradição que, sob forma de alegoria, deixa entrever um fato natural, histórico ou filosófico; (sentido figurado) coisa inacreditável, sem realidade. Essa é a definição mais comum que coloca o mito como algo que remonta a tempos antigos, os tempos fabulosos da humanidade, e destaca a presença de uma tradição por trás dele, sendo ele próprio uma forma de tradição. O mito é considerado alegórico e é capaz de sugerir a existência de fatos naturais, históricos ou filosóficos. Já Eliade (1972, p.9) apresenta três categorias de definições para mito:

o mito é considerado uma história sagrada e, portanto, uma "história verdadeira", porque sempre se refere a realidades. O mito cosmogônico é "verdadeiro" porque a existência do Mundo aí está para prová-lo; o mito da origem da morte é igualmente "verdadeiro" porque é provado pela mortalidade do homem, e assim por diante.

O autor (idem) também afirma que o pensamento científico capacita os indivíduos a alcançar controle sobre a natureza, o que já é evidente. Por outro lado, o mito não concede ao ser humano um maior poder material sobre o ambiente, mas proporciona uma ilusão crucial de compreensão e entendimento do universo, embora seja claramente reconhecida como uma ilusão.

Morin (1989, p.26), ao tratar sobre as estrelas, também comenta sobre sua definição de mitos:

Os heróis atuam a meio caminho entre os deuses e os mortais; ambicionam tanto a condição de deuses quanto aspiram a libertar os mortais de sua miséria infinita. Na vanguarda da humanidade, o herói é o mortal em processo de divinização. Parente dos homens e dos deuses, os heróis dos mitos são, muito justamente, denominados semideuses.

É fundamental que seja esclarecido o significado do termo mito, que muitas vezes torna-se ele próprio mítico nas mãos de seus diversos comentadores. Morin (1989) define um mito como um conjunto de comportamentos e situações imaginárias,

que podem envolver personagens sobre-humanos, heróis ou deuses, resultando, por exemplo, no mito de Hércules ou no mito de Apolo. Hércules é categorizado como um herói, enquanto Apolo é considerado um deus em seus respectivos mitos.

De acordo com Eliade (1972), os mitos gregos clássicos já representam a prevalência da obra literária sobre a crença religiosa, pois nenhum desses mitos chegou até nós com seu contexto cultural. Esses mitos são conhecidos como documentos literários e artísticos, não como fontes ou expressões de uma experiência religiosa vinculada a rituais. Portanto, uma parte significativa da religião grega, que era vivenciada pelo povo, permanece desconhecida, principalmente porque não foi sistematicamente registrada por escrito.

Rocha (2006) aponta outras áreas que já estudaram a mitologia, como na área da antropologia, na qual é comum encontrar uma extensa variedade de interpretações de mitos. Os trabalhos dos antropólogos geralmente têm como objetivo a interpretação dos mitos a fim de desvendar as informações que esses mitos podem fornecer sobre as sociedades de origem. Essa abordagem busca compreender a estrutura social por meio da interpretação dos mitos, assumindo a existência de uma relação entre o mito e o contexto social. Dessa forma, o mito é considerado uma ferramenta capaz de revelar o pensamento de uma sociedade, sua concepção da existência e as relações que os indivíduos devem manter entre si e com o mundo ao seu redor. A psicanálise, com trabalhos de Freud, e a psicologia analítica de Carl Gustav Jung, também possuem interpretação de mitos. Eles consideram que os mitos estão contidos em uma parte da mente humana denominada inconsciente coletivo, que serve como um depósito comum de experiências compartilhadas por todos os indivíduos. Além disso, tanto Freud quanto Jung também foram responsáveis por criar interpretações notáveis de mitos, como no caso da interpretação de Freud do mito de Édipo.

Eliade (1992) disserta sobre como aldeias indígenas diferenciam minuciosamente os mitos vivos como histórias verdadeiras das fábulas ou contos, que chamam de histórias falsas. As histórias consideradas verdadeiras geralmente envolvem elementos sagrados e sobrenaturais, enquanto as falsas contam as aventuras questionáveis e travessuras do Coiote, um personagem popular em várias mitologias norte-americanas, onde é retratado como um trapaceiro, vigarista e embusteiro habilidoso. As histórias mitológicas são aparentemente arbitrarias e desprovidas de significado, apesar de serem encontradas em várias culturas ao redor do mundo. Uma narrativa criada em um local específico seria, teoricamente, única e



não seria esperado encontrar a mesma história em um contexto completamente diferente.

Eliade (1972) apresenta que a religião e a mitologia grega sobreviveram na cultura européia, mesmo sendo secularizadas e desmistificadas, devido à sua expressão por meio de obras literárias e artísticas de destaque. Por outro lado, as religiões e mitologias populares, que eram as únicas formas pagãs existentes no momento da ascensão do cristianismo, sobreviveram, mas foram cristianizadas e mantidas nas tradições das comunidades rurais. Isso ocorreu especialmente porque essas tradições populares tinham uma estrutura agrícola com raízes que remontam à era neolítica, sugerindo a preservação de uma herança pré-histórica no folclore religioso europeu.

Analisando a mídia de massas já nos tempos modernos, Eliade (1972) afirma que é ela a responsável por transformar mitificações de personalidades em uma imagem exemplar. Ele observa que os personagens das histórias em quadrinhos desempenham um papel moderno equivalente aos heróis mitológicos ou folclóricos, incorporando de forma profunda o ideal de uma considerável parcela da sociedade. Qualquer alteração em seu comportamento típico ou até mesmo sua morte, resulta em crises genuínas entre os leitores, que reagem com veemência e manifestam seu descontentamento, enviando muitos telegramas, tanto aos autores das histórias em quadrinhos, quanto aos diretores dos jornais. Um exemplo notável desse fenômeno é o personagem icônico Superman, cuja popularidade é atribuída principalmente à sua dupla identidade, onde o personagem é originário de um planeta destruído, possuidor de habilidades poderosas e vive na Terra como um jornalista, tímido e discreto. Essa dissimulação humilde de um herói cujos poderes são virtualmente ilimitados simboliza um tema mitológico amplamente reconhecido. O mito do Superman parece atender aos anseios secretos do homem moderno, que, ciente de suas limitações e fragilidades, aspira a se revelar um dia como um personagem excepcional ou um herói. Assim como os romances policiais, é possível comparar a essa situação, pois por um lado, o leitor testemunha um confronto notável entre o bem e o mal, envolvendo o protagonista (representado pelo detetive) e o antagonista (que encarna a figura contemporânea do Demônio). Por outro lado, através de um processo inconsciente de projeção e identificação, o leitor se engaja no enigma e na trama, experimentando a sensação de estar diretamente envolvido em uma narrativa paradigmática, ou seja, perigosa e heróica.

Além disso, assim como as estrelas, celebridades e ídolos, são algumas realizações do ser humano que contam no aspecto de um mito. Como aponta Eliade (1992), é importante direcionar a atenção para as ações humanas, pois não são meros reflexos automáticos. O significado e o valor dessas ações não estão estritamente ligados aos seus aspectos físicos básicos, mas sim à capacidade de reproduzir um ato fundamental, de recriar um exemplo mítico.

Os comportamentos míticos podem ser identificados na busca pelo sucesso na sociedade moderna, refletindo o desejo subconsciente de superar as limitações da condição humana. Além disso, essa tendência se manifesta no movimento para os subúrbios, onde se percebe a nostalgia pela perfeição primordial, assim como na intensidade emocional associada ao que foi denominado como o culto do automóvel sagrado. Por conta disso, na atualidade, os artistas podem sentir-se mais confiantes do que nunca em relação à ideia de que, quanto mais audaciosa, iconoclasta, absurda e inacessível for sua obra, maior será o reconhecimento, elogio, atenção e adoração que receberão (Eliade, 1972).

A partir destas informações, o próximo subcapítulo apresentará uma nova categoria para mitos: o mito musical.

### 3.2. MITO MUSICAL: UMA NOVA CLASSIFICAÇÃO DE MITO

O tema sobre mito musical, especialmente na contemporaneidade, é pouco explorado por pesquisadores até o momento, e neste trabalho será abordado o conceito a partir de Paludo (2017), que aborda o tema em sua pesquisa.

Paludo (2017) ressalta que é possível observar que grande parte dos elementos presentes no mito das estrelas está fundamentada na tradição dos mitos antigos. Essa semelhança estrutural entre os mitos arcaicos e o mito das estrelas do cinema é notável, embora seja importante ressaltar que a cronologia desses eventos deve ser relativizada, uma vez que as estrelas do cinema surgiram muito após os mitos arcaicos. Isso sugere a presença de características representativas de ambas as esferas. Enquanto as estrelas do cinema foram moldadas pelo *star system*<sup>1</sup>, os mitos musicais foram influenciados pela indústria musical. Contudo, é relevante notar que, anteriormente aos novos mitos musicais, já existiam os mitos musicais ancestrais. O autor (idem, p.56) ainda destaque que

---

<sup>1</sup> *Star system* foi um sistema de contratos para atores e atrizes de Hollywood.

talvez, hoje, certas pessoas não percebiam antigos musicistas dos séculos passados como estrelas, pois, em tempos distantes, ainda que o talento fosse reconhecido, o tipo de admiração e idolatria seguia padrões de comportamento muito diferentes do que os moldados e amplificados pelo cinema e, posteriormente, pela indústria musical. Porém, se a figura da estrela ainda não estava formada, a do mito musical primitivo já podia ser percebida.

O autor (idem, p.211) cria uma analogia com a estrutura de um átomo para conceituar o mito musical:

(...) A realidade mitológica é um todo orgânico, reativado permanentemente por uma repetição que eterniza o presente. Esse princípio constituinte do mito permanece atual na mitologia musical. Proponho conceituar a mitologia musical como sendo a construção de uma ambiência, de um campo de forças, de um imaginário que cerca o artista musical.

A concepção inicial é que o átomo é entendido como indivisível. Dessa forma, Paludo (2017) propõe a ideia metafórica de que cada artista possui seu próprio átomo artístico, que representa uma unidade indivisível e essencial de sua essência e projeto artístico, persistindo ao longo de toda a sua carreira. Esse átomo é composto por um núcleo que abriga a identidade artística do indivíduo, tornando-o único e distinguível de outros artistas no mundo. Essa identidade é fundamentada na verdade artística. A segunda metáfora relacionada ao átomo é empregada para a reflexão sobre a mitologia musical e nessa perspectiva, o núcleo do átomo é equiparado ao artista, e todas as suas manifestações simbólicas e materiais são amplificadas pelo seu projeto de A&R<sup>2</sup>, bem como pelo contexto hiperespetacular que o envolve, incluindo o impacto da tecnologia. No lugar dos prótons, nêutrons e elétrons, a representação dos movimentos desses vetores são como um campo gravitacional, no qual gravitam as manifestações simbólicas e materiais que emanam do núcleo, juntamente com as interfaces que conectam o artista, a mídia e o público, bem como o conjunto de subjetividades, afetos e percepções estéticas que cercam o artista em questão. Essa é a atmosfera aurática que permeia o imaginário mítico-musical.

Em sua pesquisa, Paludo (2017) afirma que a identidade do artista não se limita unicamente ao som no âmbito musical, mas abrange também o desenvolvimento do conceito artístico e o envolvimento criado para atrair o público. Isso implica que esse

---

<sup>2</sup> A&R é uma sigla para artista e repertório. Trata-se de um agente dentro da indústria fonográfica que trabalha com o direcionamento artístico dos músicos (Paludo, 2017, p.88)

conceito se desdobra em vários segmentos ao longo da trajetória do artista, apesar de possíveis mudanças ao longo de sua carreira, inclusive a retomada de algumas delas, resultando em uma releitura de si mesmo, enquanto a essência indivisível o acompanha em momentos favoráveis e desafios em sua carreira. Nesse sentido, a responsabilidade de manter o núcleo artístico vibrante, luminoso e produtivo recai exclusivamente sobre o artista, sem envolver a equipe que o acompanha. É principalmente tarefa do artista cultivar essa energia interior, embora um produtor musical possa e deva contribuir para o florescimento e expansão desse átomo. Ao longo da história, os grandes artistas, independentemente de suas áreas de atuação, sempre exibiram um carisma marcante e, acima de tudo, demonstraram uma atitude fundamental para despertar o interesse, a contemplação e a identificação por parte do público.

Paludo (2017) também disserta sobre a atitude que o artista deve possuir, pois tê-la implica em elevar a verdade artística, a autenticidade e o potencial de transformação a níveis extraordinários, levando esses princípios até suas últimas consequências, sem receio de vivenciar intensamente as convicções pessoais, até mesmo a ponto de sacrificar-se por um ideal. A atitude envolve a recusa em se acomodar, tanto consigo mesmo quanto com o mundo, e busca se destacar como uma presença marcante, visceral, perturbadora, misteriosa e fascinante, tornando-se notavelmente influente. Quando um indivíduo com tal postura adentra um ambiente, seja em um evento musical, uma festa ou qualquer situação pública, sua atitude emana um campo de energia hipnótica, irradiando espetaculares feromônios. De uma distância segura que os espetáculos podem oferecer, é a partir desses comportamentos que surgem fontes de inspiração, adoradores, admiração, encanto e respeito. Elas são capazes de evocar tanto adesão quanto rejeição, estranhamento e familiaridade. Os fãs não precisam necessariamente passar pelos mesmos desafios enfrentados pelos mitos para considerá-los como tal; podem compartilhar e celebrar suas conquistas de forma indireta:

Na coragem do ídolo imortal, o público apaixonado ganha coragem para sua frágil mortalidade. Na ausência de um projeto de vida, vive o projeto do artista. Os heróis de agora, os novos deuses, não são entidades sobre-humanas que habitam os céus. São entidades mítico-espetaculares de carne e osso, que habitam a terra. Como todo herói, o mito musical tem uma lição de força e determinação para ensinar (Paludo, 2017, p.214)

Os mitos musicais atuais, amplificados pelo hiperespetáculo e pelas tecnologias de entretenimento, desempenham um papel diferente dos mitos ancestrais, que tinham o propósito de explicar a cosmogonia e fenômenos desconhecidos. Os mitos musicais oferecem modelos de comportamento, mensagens de empoderamento e positividade, bem como críticas e reflexões, proporcionando à audiência razões para encontrar inspiração, significado na vida e motivação para superar desafios, por meio das variadas expressões musicais, letras e mensagens transmitidas (Paludo, 2017). Além disso, o autor (idem, p.215) afirma que

a construção da mitologia musical parte de um projeto artístico base, de uma identidade nuclear que, através de atos e efeitos, vai sendo forjada ao longo do tempo, construindo sua aura como algo divino e nato, algo naturalizado.

O autor (idem, p.215) complementa:

Seguindo a estrutura dos mitos, aplicada ao campo artístico, ao mesmo tempo em que se revela ao público, o artista deve preservar um manto de mistério que imantará a sua mitologia, despertando atenção, curiosidade e interesse.

No capítulo anterior, foi abordado neste trabalho o conceito sobre ídolos. É importante pontuar que, para a construção mítica no campo musical, a participação de fãs também está presente, pois, de acordo com Paludo (2017), os rituais de mitificação abrangem uma variedade de atividades deles, como a audição imersiva de um álbum, a exibição de um pôster na parede, a coleção de objetos, a visualização de videocliques e a leitura de material publicizado pela mídia. Todas essas modalidades funcionam como interfaces ritualísticas, estabelecendo pontos de contato estendidos que conectam os fãs aos seus ídolos musicais. O artista mítico-musical busca expandir seus alcances para atrair e envolver seus seguidores. Essas interfaces ou tentáculos, têm o propósito de capturar e, ao mesmo tempo, conectar os fãs, criando uma corrente circulatória que permite a retroalimentação de energia entre o artista e seu público.

Apesar destes pontos, há também um sacrifício do herói ou mito. Como afirma Paludo (2017, p.217), “aquele que mata o eu para viver o duplo artístico entrega ao público o seu bem mais precioso: a sua vida”. Essa entrega intensa pode, em alguns casos, levar a consequências graves, como o suicídio, overdoses de drogas ou problemas de saúde mental devido ao peso esmagador desse alter ego. Além disso, a

fama transforma o artista mítico-musical em um ímã para atenção, ao mesmo tempo em que o torna um polo repelente de atenção, gerando um relacionamento complexo de amor e ódio com o público. Essa condição faz com que o artista não possa mais levar uma vida comum, tornando-se prisioneiro de sua persona mítica. Para manter sua estrela brilhando, o artista deve respeitar a lógica interna de seu personagem, pois qualquer desvio pode resultar em sua decadência. Portanto, a vida mítica-espetacular é uma complexa estratégia que envolve elementos de negócios, tecnologia e emoção (Paludo, 2017).

Dada uma breve terminologia do mito musical, o próximo subcapítulo será abordado o videoclipe musical.

### 3.3. VIDEOCLIPES MUSICAIS: HISTÓRIA E PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

Partindo dos mitos musicais, uma das principais ferramentas promocionais destes artistas é o videoclipe musical. Corrêa (2006, p.2) afirma que o termo passou a ser utilizado com frequência a partir da década de 1980, e define que

clipe deriva de *clipping*, recorte (de jornal ou revista), pinça ou grampo, que possivelmente se refere à técnica midiática de recortar imagens e fazer colagens em forma de narrativa em vídeo. A colagem de imagens enfocaria a tendência contemporânea do videoclipe como gênero do audiovisual de se fazer composições a partir de outros trabalhos e imagens produzidos inclusive na mídia de massa.

Já Pontes (2003, p.2) possui sua definição para videoclipe caracterizando-o como

um pequeno filme, um curta metragem, cuja duração está atrelada (mas não restrita) ao início e fim ao som de uma única música. Para ser considerado um videoclipe, este curta-metragem não pode ser jornalístico, não é a simples filmagem da apresentação de um ou mais músicos. Ele é a ilustração, a versão filmada, de uma canção. Há intenções artísticas em sua realização, e, quase sempre, ausência de linha narrativa.

Para entender a história do surgimento do videoclipe é importante voltar há algumas décadas. Segundo Corrêa (2006), em 1950 houve um marco com o aumento dos musicais da televisão e do cinema, que passaram a contribuir para o sucesso da Indústria Fonográfica. Nesse período, Elvis Presley (Figura 1) protagonizou diversos

filmes musicais, além de um documentário de *shows* lançado em 1972. Na década seguinte, o ano de 1964 fica marcado pelo lançamento do filme "*A Hard Day's Night*" (Figura 2) da banda britânica The Beatles, dirigido por Richard Lester. Além disso, os Beatles também produziam vídeos promocionais, levando algumas pessoas a questionar se esses vídeos não poderiam ser considerados videoclipes.

Figura 1 - Cena do filme "Blue Hawaii" (Taurog, 1961) com Elvis Presley



Fonte: <[https://br.web.img3.acsta.net/videothumbnails/195/352/19535299\\_20131002230236561.jpg](https://br.web.img3.acsta.net/videothumbnails/195/352/19535299_20131002230236561.jpg)>  
Acesso em: 02 out. 2023.

Figura 2 - Cena do filme "A Hard Day's Night" (Lester, 1964) com The Beatles



Fonte:  
<[https://s3.amazonaws.com/festivaldoriorio/2014/site/peliculas/large2/aharddays\\_f02cor\\_2014111540.jpg](https://s3.amazonaws.com/festivaldoriorio/2014/site/peliculas/large2/aharddays_f02cor_2014111540.jpg)>  
Acesso em: 02, out. 2023.

Pontes (2003) destaca que foi nesta década que os primeiros videoclipes surgiram, considerando principalmente os clipes das músicas "*Penny Lane*"<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Disponível em: <[https://youtu.be/S-rB0pHI9fU?si=U\\_jV2xC3s8SxDj59](https://youtu.be/S-rB0pHI9fU?si=U_jV2xC3s8SxDj59)>. Acesso em: 02 out. 2023.

(Goldmann, 1961) (Figura 3) e "*Strawberry Fields Forever*"<sup>4</sup> (Goldmann, 1961) (Figura 4) dos Beatles. Corrêa (2006, p. 2) afirma que "a característica marcante do videoclipe eram imagens em velocidade frenética, sem obrigação de contar uma história linear com início, meio e fim. Podia ser somente uma justaposição de imagens para se vender a música".

Figura 3 - The Beatles no videoclipe "*Penny Lane*".



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2015).

Figura 4 - The Beatles no videoclipe "*Strawberry Fields Forever*".



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2018).

Já em 1975, de acordo com Corrêa (idem), a banda Queen lançou seu primeiro videoclipe, "*Bohemian Rhapsody*"<sup>5</sup> (Gowers, 1975) (Figura 5). Esse foi considerado o

<sup>4</sup> Disponível em: <[https://youtu.be/HtUH9z\\_Oey8?si=9cIP6xXMy1DVK4fG](https://youtu.be/HtUH9z_Oey8?si=9cIP6xXMy1DVK4fG)>. Acesso em: 02 out. 2023.

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://youtu.be/fJ9rUzIMcZQ?si=pfhkvEHbhiULBRDU>>. Acesso em: 02 out. 2023



primeiro videoclipe intencionalmente produzido, seguindo o conceito nascente no campo audiovisual na época. Sua produção tinha como objetivo promover o álbum *"A Night At Opera"* (EMI, 1975), e esse objetivo foi alcançado, principalmente por conta da frequente exibição do clipe no programa *"Top of the Pops"* da BBC, o que contribuiu para o sucesso de vendas do disco.

Figura 5 - Videoclipe de *"Bohemian Rhapsody"* da banda Queen.



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2008).

De acordo com Pontes (2003), os anos 1980 foram marcados pelos clipes mais famosos de Michael Jackson, com *"Thriller"*<sup>6</sup> (Figura 6) dirigido por John Landis, que apresenta uma narrativa de terror, e *"Bad"*<sup>7</sup> (Figura 7) do cineasta Martin Scorsese, que retrata um confronto entre duas gangues em Nova York. Essa época marcou a explosão dos videoclipes, especialmente com o advento da MTV nos Estados Unidos. Como aponta Corrêa (2006), a Indústria Fonográfica passou a incorporar a Indústria Audiovisual, promovendo a produção de videoclipes. A MTV estreou em 1981, inicialmente como um canal a cabo e posteriormente como um canal de transmissão aberta. O primeiro videoclipe exibido foi *"Video Killed the Radio Star"* (Mulcahy, 1979) da banda Buggles.

<sup>6</sup> Disponível em: <[https://youtu.be/sOnqjkJTMaA?si=ZM3v35QjeG\\_OCgOQ](https://youtu.be/sOnqjkJTMaA?si=ZM3v35QjeG_OCgOQ)>. Acesso em: 02 out. 2023.

<sup>7</sup> Disponível em: <<https://youtu.be/Sd4SJVstulc?si=gtqE2C2uD20i7T59>>. Acesso em: 02 out. 2023.

Figura 6 - Michael Jackson como lobisomem em “Thriller”



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2009).

Figura 7 - Cena de coreografia em “Bad” de Michael Jackson



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2017).

A MTV foi um canal que no início adotou uma abordagem mais aberta, buscando ser uma representação visual das rádios populares, que exibia videoclipes enviados por qualquer pessoa, com poucos critérios de seleção. Alcançando um grande sucesso, esse modelo tornou evidente que os videoclipes desempenhavam um papel importante na promoção de álbuns. Entretanto, em 1984, a abordagem de distribuição gratuita de videoclipes acabou chegando ao fim quando a direção da MTV passou a exigir uma taxa pela exibição dos videoclipes. Portanto, o videoclipe se consolidou como um meio

de promoção musical devido à existência de canais dedicados à sua exibição e à criatividade daqueles envolvidos na produção cinematográfica (Pontes, 2003).

Algumas das características técnicas para compor os videocliques, como iluminação, fotografia e roteiro, são destacados por Corrêa (2006), pois de acordo com a autora, a iluminação pode ser utilizada para evidenciar o cantor, como na publicidade, ou para criar ambientes urbanos, como no cinema. Seguindo os moldes da publicidade, a fotografia pode trabalhar dando ênfase a planos próximos e detalhados ou pode acompanhar a evolução do roteiro. Além disso, também é possível que os videocliques sejam feitos em plano sequência<sup>8</sup>. O roteiro também é um aspecto importante, podendo ser narrativo (contando a história da música), conceitual (em relação à letra) ou simplesmente performático. Outros pontos destacados são o figurino e a cenografia, já que podem ser utilizados para ditar moda, fazer referência ou ser uma experiência estética. O videoclipe também permite a experimentação, transcendendo no campo da potência criativa, e na maioria das vezes as imagens produzidas em videocliques são interpretações visuais diretas das letras, como traduções das músicas, enquanto em outros casos, as imagens não têm a obrigação de estabelecer uma conexão explícita entre o visual e o sonoro. Entretanto, a música desempenha um papel importante na formatação do videoclipe, atuando como referência e limite para as imagens.

Carvalho (2008) apresenta a edição de imagens como um dos pontos principais para o videoclipe. Ela afirma que, a partir de um entendimento entre o editor e o diretor, o primeiro passo seria consistir em estabelecer com clareza os objetivos da sequência como um todo, além de utilizar diversos recursos que serão empregados para criar ritmo, incluindo a determinação de duração de cada plano, saturação de determinadas cores ou retiradas delas, a escolha do tipo de transição entre as sequências com cortes secos ou efeitos de fusão, *fade in* e *fade out*, entre outros.

O videoclipe é um produto audiovisual que combina elementos do cinema e da publicidade. Por ter um formato televisivo, é utilizado para promover a venda da música. Portanto, não pode ser analisado apenas por um aspecto, como o artístico. É importante considerar também o aspecto comercial, pois o videoclipe é uma forma de divulgação publicitária. Ele surge para vender tanto a música, quanto a imagem do cantor, como uma ferramenta mercadológica (Corrêa, 2006).

---

<sup>8</sup> Plano sequência no cinema e audiovisual é quando um plano é gravado por um longo período de duração, sem cortes.

De acordo com Carvalho (2006, p.111), “a chave de acesso ao videoclipe, portanto, não está nas narrativas habituais do cinema e da televisão, porque se encontra no ritmo, ou seja, numa narratividade construída a partir do encontro tenso entre ritmo musical e ritmo imagético”. A autora (idem) afirma que, em sua maioria, o videoclipe não se submete às regras e normas das narrativas tradicionais presentes na literatura, cinema e televisão, mesmo que utilize estratégias de abordagem oriundas destes, pois estabelece sua narratividade principalmente a partir do ritmo, se relacionando com as estruturas narrativas do *pop*. O videoclipe se revela um espaço propício para experimentações, resultando na disseminação de rótulos como fragmentado e não linear.

Para entender o cenário atual dos videoclipes, Soares (2011) aborda sobre o novo modelo de negócios que a Indústria Musical adotou com a entrada dos anos 2000, quando a internet ficou mais popular e o consumo de música passou a ser parte da cibercultura. Plataformas *online* para compartilhamento de músicas, álbuns e vídeos estabeleceram um novo padrão de consumo, passando por uma dicotomia de não precisar mais comprar um CD físico ou um vídeo, quando se pode ter acesso a eles através de conteúdo publicado na internet.

Como afirma Corrêa (2006), o videoclipe não depende mais somente da televisão graças às tecnologias digitais, pois o acesso a eles passou a ser facilitado através da internet. O consumo de videoclipes é viável através de plataformas como o YouTube, além de possibilitar que músicos passem a criar seus próprios vídeos para o *site*, com o objetivo de divulgar seus trabalhos. Soares (2011) pontua que antigamente os videoclipes eram destinados principalmente para serem propriedades das emissoras e na internet os vídeos são produzidos com o intuito de serem captados por câmeras cada vez mais portáteis, digitais e de alta definição. Nas plataformas de vídeo disponíveis na internet, os videoclipes acabam obtendo mais um novo objetivo de adquirirem uma carga viral, ou seja, que disseminem na rede através das ferramentas de compartilhamento. De acordo com Soares (2007, p.6),

o que se destaca neste ponto são as plataformas musicais *on-line* como um espaço configurado para se refletir sobre os caminhos trilhados pela própria indústria fonográfica nas dinâmicas de circulação de seus produtos.

Além disso, de acordo com Soares (2011), o videoclipe passou a assumir características que o ligam à cibercultura e à Era Digital, sem a necessidade de

recursos de alta produção, passando a ser produzido de forma mais acessível e caseira. No entanto, mesmo com uma abordagem mais simplificada, os videoclipes conseguem alcançar níveis de visibilidade e exposição midiáticas comparáveis aos produtos, que no passado, eram lançados por meio de extensas campanhas de divulgação promovidas pela indústria fonográfica:

Com as novas tecnologias de captação e edição de imagem digitais, barateia-se a produção de videoclipes e reconfigura-se uma logística que pressupunha: primeiro, o artista gravar um álbum, em seguida, escolher um *single* (ou uma “música de trabalho”), divulgar esta música em emissoras radiofônicas, gravar um videoclipe, fazer shows, etc. (Soares, 2007, p.6).

Soares (2011) afirma que este despojamento da internet parece criar um legado aos videoclipes, e exemplifica isto com o clipe de “*Single Ladies*”<sup>9</sup> (Nava, 2008) de Beyoncé, uma produção simples contando com apenas três mulheres dançando uma coreografia em um fundo branco, e que gerou inúmeros videoclipes feitos pelos fãs (com recombinação de imagens e a reinterpretação de elementos sonoros).

Figura 8 - Beyoncé e as duas dançarinas em “Single Ladies”



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2009).

A partir destas informações, é possível concluir o entendimento das características de um videoclipe e sua importância para a música. O próximo capítulo apresentará a metodologia deste estudo e iniciará a análise.

<sup>9</sup> Disponível em: <[https://youtu.be/4m1EFMoRFvY?si=ETSCy8ISrphhdq4\\_](https://youtu.be/4m1EFMoRFvY?si=ETSCy8ISrphhdq4_)>. Acesso em: 02 out. 2023.

#### 4. MITOS DE DUAS GERAÇÕES: METODOLOGIA E ANÁLISE

O presente trabalho possui metodologia de pesquisa do tipo qualitativa e exploratória. A pesquisa qualitativa refere-se a “(...) um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam a descrever e a decodificar os componentes de um sistema complexo de significados” (Neves, 1996, p.1), ou seja, não possui o objetivo de coletar estatísticas. Já a pesquisa exploratória, de acordo com Gil (2002, p.41), tem como objetivo

proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições.

A seleção do referencial teórico para o presente trabalho foi baseado a partir das técnicas de pesquisa bibliográfica com a utilização de livros, artigos e revistas para obter um maior conhecimento sobre os conceitos de estrelas e suas nuances, mitos e videoclipes. Segundo Gil (2002, p.44),

a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho dessa natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas. Boa parte dos estudos exploratórios pode ser definida como pesquisas bibliográficas.

Este trabalho também utiliza fontes de pesquisa documental, como videoclipes, músicas, entrevistas e *sites*. De acordo com Gil (2002), este tipo de pesquisa consiste no uso de materiais que ainda não foram analisados ou que podem ser recontextualizados de acordo com os objetivos da pesquisa, além de envolver fontes que são amplamente variadas.

Com a finalização da fundamentação teórica, a análise de conteúdo é empregada no presente trabalho com o objetivo de analisar trechos dos objetivos de pesquisa, o videoclipe “*Thriller*” (Landis, 1983), do cantor Michael Jackson, e “*Baby*” (Kay, 2010), do cantor Justin Bieber. Bardin (2011, p.42) cita a definição do cientista Berelson para a análise de conteúdo como “(...) uma técnica de investigação que através de uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações tem por finalidade a interpretação destas mesmas comunicações”.

Uma vez exposta a metodologia do trabalho, passaremos aos objetos e suas análises. Primeiramente, será apresentada uma breve biografia dos artistas Michael Jackson e Justin Bieber e, posteriormente, por meio de quatro categorias de análise: contexto, referências, *storytelling* e imagem do artista, serão analisados os objetivos de pesquisa. Por fim, será realizada uma comparação da análise com o propósito de relacionar os videocliques à construção de dois mitos musicais em duas gerações distintas.

#### 4.1. TRAJETÓRIA DE UM MITO: MICHAEL JACKSON

Michael Joseph Jackson nasceu em 29 de agosto de 1958 na cidade de Gary, localizada no estado de Indiana, nos Estados Unidos. Ele passou sua infância em uma pequena casa de dois quartos, situada em uma comunidade negra, onde morava com seus pais, Joseph e Katherine Jackson, e seus oito irmãos que tiveram uma criação extremamente violenta por parte do seu pai (Taraborrelli, 2009).

Segundo Taraborrelli (2009), em um cenário na casa da família Jackson onde a televisão havia quebrado, como forma de entretenimento a mãe incentivou seus filhos que cantassem juntos, mostrando como eram talentosos. A partir deste dia, os meninos passaram a ensaiar pelo menos três horas por dia, antes e depois da escola, seguindo a intenção do pai de entrar no ramo da música e tirar a família da cidade de Gary. Um dia, Katherine notou o pequeno Michael de 5 anos de idade imitando um dos seus irmãos, Jermaine, cantando uma música do James Brown e avisou à Joseph que eles poderiam ter um novo vocalista principal do grupo.

The Jackson Five, como o grupo foi nomeado (Figura 9), passou a se apresentar em clubes e em *shows* de talento, inclusive vencendo alguns, até chamar a atenção de uma pequena gravadora local que assinou com o grupo gravando seu primeiro disco e lançando os primeiros *singles*<sup>10</sup>. No entanto, em 1968, o grupo deu um passo importante ao assinar com a renomada gravadora Motown Records<sup>11</sup>, o que marcou um grande impulso na carreira do The Jackson Five. Em outubro de 1971, Michael Jackson lança seu primeiro álbum solo, intitulado "*Got To Be There*" (Motown, 1971),

<sup>10</sup> *Singles* na Indústria Fonográfica são músicas consideradas viáveis comercialmente para serem lançadas individualmente geralmente para divulgar o álbum em que a faixa fará parte.

<sup>11</sup> Motown Records, fundada em 1959 por Berry Gordy Jr. nos Estados Unidos, foi uma das gravadoras mais influentes na história da música popular, especialmente na música *soul* e *R&B*.

permanecendo no Top 50 por quase três meses e vendendo mais de 1.5 milhões de cópias. Isso demonstrou a incrível capacidade de Michael para alcançar feitos notáveis por conta própria. O contrato com a Motown Records permaneceu até 1975 e, no mesmo ano, Joseph Jackson decidiu assinar com a CBS<sup>12</sup>, o que levou à saída de Jermaine do grupo, e como resultado, o grupo passou a se chamar "The Jacksons" (Taraborrelli, 2009).

Figura 9 - Michael de chapéu com seus irmãos, formando o grupo "The Jackson 5".



Fonte:

<<https://www.billboard.com/wp-content/uploads/media/jackson-5-bw-portrait-1969-billboard-1548.jpg?w=1024>>. Acesso em: 12, out. 2023.

Devido à sua extrema timidez, voz mais aguda e dificuldade de manter contato visual, pelo desconforto que sentia de estar na sua própria pele, foi alvo de especulações e boatos sobre sua sexualidade desde a adolescência, levando as pessoas a presumirem que ele escondia algo sobre si mesmo. Aos 19 anos, foi a primeira vez que ele foi extremamente afetado por um dos rumores disseminado pela mídia em relação à sua vida pessoal, uma história inventada sobre o seu suposto desejo de fazer uma operação de troca de sexo para se casar com um ator. Essa história se espalhou rapidamente por todo o país. Michael sempre foi questionado e negava que seria homossexual, além de afirmar que essa ideia estava em discordância com as crenças de sua família, que seguia as crenças das Testemunhas de Jeová (Taraborrelli, 2009).

---

<sup>12</sup> Em 1962, a CBS Records foi lançada e se tornou uma das principais gravadoras do mundo, com a Epic Records como uma de suas subsidiárias. Em 1987, a CBS Records foi renomeada como Sony Music, após a venda de sua divisão de música para a Sony Corporation. Isso fez da Epic Records uma das principais etiquetas da Sony Music, mantendo sua independência como gravadora.



Em 1979, junto ao produtor Quincy Jones<sup>13</sup>, Michael aos 21 anos, lança seu quinto álbum solo *"Off The Wall"* (Epic, 1979), que, de acordo com Taraborrelli (2009), fez o cantor conquistar o feito de se tornar o primeiro artista solo a emplacar quatro *singles* no Top 10 a partir de um único álbum nos Estados Unidos, vendendo no total seis milhões de cópias em todo o mundo. Apesar do sucesso, o álbum recebeu apenas uma indicação no Grammy Awards<sup>14</sup>, vencendo na categoria indicada.

Em dezembro de 1982, Michael Jackson lança o álbum *"Thriller"* (Epic, 1982), ainda com a produção de Quincy Jones. Segundo Taraborrelli (2009), o álbum contava versões autênticas e sofisticadas de *pop*, *soul* e *funk* para cativar um público amplo e quebrando barreiras raciais. No entanto, a Indústria Musical não previa que o público responderia de forma tão literal a esse apelo. Foi então com o álbum *"Thriller"* que o artista iniciou sua exploração e investimento nos videoclipes, estabelecendo a partir deles uma tendência de influência pelo impacto dos vídeos de *"Billie Jean"* (Barron, 1983), *"Beat It"* (Giraldi, 1983) e *"Thriller"* (Landis, 1983) (Rolling Stone, 2012). Conforme Marinho (2013), o álbum se tornou o mais vendido em todo o mundo, somando mais de 66 milhões de cópias vendidas até 2013, além de ter rendido oito Grammys a Michael quando estava com apenas 24 anos de idade. Além disso, Michael se tornou um ícone *fashion* ao longo dos anos, segundo Bramley (2018) os figurinos utilizados em suas aparições públicas e videoclipes se tornaram referências, assim como a jaqueta vermelha de couro no vídeo de *"Thriller"* que é amplamente reconhecida e frequentemente apreciada no mundo na moda e na época de *Halloween*.

Após *"Thriller"*, Michael se sentiu desafiado a lançar um novo disco que batesse o sucesso do seu antecessor, e em 1987, o álbum *"Bad"* (Epic, 1987) é lançado para o público, sua última produção com Quincy Jones. Apesar de não atingir os mesmos feitos do disco anterior, *"Bad"* estreia no #1 das paradas da Billboard com um videoclipe da faixa título dirigido por Martin Scorsese (Taraborrelli, 2009).

Em 1991, o álbum *"Dangerous"* (Epic, 1987) foi lançado, com produção a cargo de Ted Riley e com videoclipe memorável de *"Black or White"* (Landis, 1991) desempenhou um papel importante na popularização das tecnologias utilizadas e contribuiu para o sucesso do álbum nas paradas de música. Nos anos subsequentes,

---

<sup>13</sup> Quincy Jones é um renomado produtor musical, compositor e músico norte-americano. É uma das figuras mais icônicas na Indústria Musical e produziu trabalhos de artistas como Aretha Franklin, Frank Sinatra, dentre outros.

<sup>14</sup> Grammy Awards é uma das principais premiações que prestigiam profissionais da Indústria Musical com cerimônias que acontecem anualmente nos Estados Unidos.

durante uma turnê que incluiu o Brasil, em outubro de 1993, Michael permaneceu frequentemente na mídia, principalmente devido a questões pessoais em vez de realizações artísticas, incluindo acusações de pedofilia, relatos sobre seu vício em remédios e sua pele pálida, que clareou por conta de uma doença chamada vitiligo. A próxima adição à sua discografia foi o álbum duplo *"History: Past, Present and Future, Book I"* (Epic, 1995), que combinava uma coletânea com músicas inéditas, incluindo a energética *"They Don't Care About Us"* (Jackson, 1995), com videoclipe gravado em uma favela no Rio de Janeiro e no Pelourinho em Salvador. A gravação do vídeo foi um evento amplamente coberto pela mídia. Seu último álbum, *"Invincible"* (Epic, 2001), recebeu críticas desfavoráveis e acabou soterrado. Nesse período, Michael entrou em uma fase em que suas aparições na mídia estavam predominantemente relacionadas a escândalos e dificuldades financeiras. Em 2009, Michael anuncia uma turnê de 50 *shows* em Londres, seu retorno aos palcos após alguns anos. Porém, ainda durante os ensaios para as apresentações, no dia 25 de junho de 2009, é confirmada a morte do ídolo, aos 50 anos devido a uma overdose de anestésico (Cruz, 2009).

Após uma apresentação da história de vida e carreira de Michael Jackson, é possível observar a importância e influência do artista na Indústria Musical como um todo. A partir disto, no próximo subcapítulo será analisado de forma mais aprofundada o videoclipe de *"Thriller"*.

#### 4.2. "THRILLER": ANÁLISE

O primeiro videoclipe analisado neste trabalho, através dos quatro critérios de análise já apresentados na metodologia anteriormente será *"Thriller"*, lançado em 1983 com direção de John Landis<sup>15</sup> de alta produção na época para um longa-metragem, com duração de 14 minutos, o videoclipe foi o mais caro até aquele momento, estimado em 500 mil dólares (Fernandes, 2021). A música é o sétimo *single* do sexto álbum do cantor de mesmo nome, *"Thriller"* (Epic, 1983), e foi composta por Rod Temperton<sup>16</sup>. A canção possui um sintetizador marcante com elementos de efeitos sonoros assustadores do clássico de terror como porta rangendo, gritos, sons de passos, lobos

---

<sup>15</sup> John Landis é um cineasta, produtor e roteirista estadunidense conhecido por dirigir filmes com temática de horror e humor como "Um Lobisomem Americano em Londres". Anos mais tarde trabalharia com Jackson novamente no videoclipe de *"Black Or White"*.

<sup>16</sup> Rod Temperton trabalhou junto do produtor Quincy Jones, como compositor e criou diversas canções de sucesso para outros artistas como Aretha Franklin.

uivando e outros além de possuir um refrão com versos repetitivos. Vincent Price, um ator de filmes de horror, também participa da música fazendo a sequência falada da letra e com uma risada maléfica que se tornou memorável.

Abaixo pode-se observar a letra e tradução da canção:

| Thriller                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Terror                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| It's close to midnight<br>And something evil's lurkin' in the dark<br>Under the moonlight<br>You see a sight that almost stops your heart<br>You try to scream<br>But terror takes the sound before you make it<br>You start to freeze<br>As horror looks you right between the eyes<br>You're paralyzed | É quase meia-noite<br>Algo maligno está espreitando na escuridão<br>Sob o luar<br>Você tem uma visão que quase para seu coração<br>Você tenta gritar<br>Mas antes o terror lhe tira a voz<br>Você começa a congelar<br>Enquanto o horror te olha bem nos olhos<br>Você está paralisado                     |
| 'Cause this is thriller<br>Thriller night<br>And no one's gonna save you<br>From the beast about to strike<br>You know it's thriller<br>Thriller night<br>You're fighting for your life<br>Inside a killer<br>Thriller tonight                                                                           | Porque isto é terror<br>Noite de terror<br>E ninguém vai te salvar<br>Da fera prestes a atacar<br>Você sabe, isto é terror<br>Noite de terror<br>Você está lutando pela sua vida<br>Em uma mortal<br>Noite de terror                                                                                       |
| You hear the door slam<br>And realize there's nowhere left to run<br>You feel the cold hand<br>And wonder if you'll ever see the Sun<br>You close your eyes<br>And hope that this is just imagination<br>Girl, but all the while<br>You hear a creature creepin' up behind<br>You're out of time         | Você ouve a porta bater<br>E percebe que não há mais pra onde correr<br>Você sente a mão fria<br>E se pergunta se verá o amanhecer<br>Você fecha os olhos<br>E espera que seja apenas sua imaginação<br>Meu bem, mas enquanto isso<br>Você ouve uma criatura se aproximando por trás<br>O seu tempo acabou |
| 'Cause this is thriller<br>Thriller night<br>There ain't no second chance<br>Against the thing with the forty eyes, girl<br>(Thriller)<br>(Thriller night)<br>You're fighting for your life<br>Inside a killer<br>Thriller tonight                                                                       | Porque isto é terror<br>Noite de terror<br>Não há segunda chance<br>Contra o monstro de quarenta olhos, meu bem<br>(Terror)<br>(Noite de terror)<br>Você está lutando pela sua vida<br>Em uma mortal<br>Noite de terror                                                                                    |
| Night creatures call<br>And the dead start to walk in their masquerade<br>There's no escaping the jaws of the alien this time<br>(They're open wide)<br>This is the end of your life                                                                                                                     | As criaturas da noite chamam<br>E os mortos começam a andar com suas máscaras<br>Não há como fugir dos dentes do alien agora<br>(Eles estão abertos)<br>Este é o fim da sua vida                                                                                                                           |
| They're out to get you<br>There's demons closing in on every side<br>They will possess you<br>Unless you change that number on your dial<br>Now is the time<br>For you and I to cuddle close together<br>All through the night<br>I'll save you from the terror on the screen<br>I'll make you see       | Eles vão te pegar<br>Os demônios estão te cercando por todos os lados<br>Eles vão te dominar<br>A menos que você aperte o número certo no telefone<br>Agora é o momento<br>Para eu e você ficarmos juntos<br>A noite inteira<br>Eu vou te salvar dos horrores na tela<br>Farei você entender               |

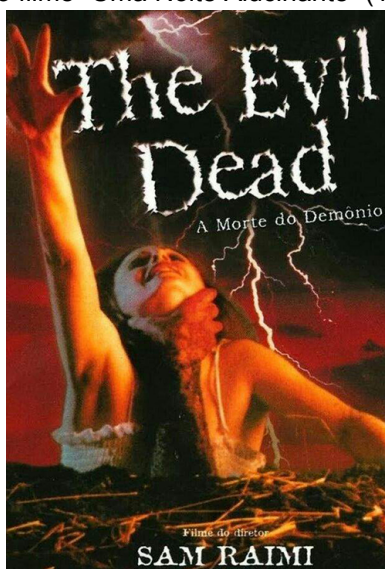
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| That this is thriller<br>Thriller night<br>'Cause I can thrill you more<br>Than any ghost would ever dare try<br>(Thriller)<br>(Thriller night)<br>So let me hold you tight<br>And share a<br>(Killer, diller, chiller)<br>(Thriller here tonight)                                                | Que isto é terror<br>Noite de terror<br>Porque eu posso te aterrorizar mais<br>Do que qualquer fantasma poderia ousar<br>Terror<br>Noite de terror<br>Então me deixe te abraçar<br>E compartilharmos<br>(Uma assassina, aterrorizante)<br>Noite de terror aqui                                                 |
| 'Cause this is thriller<br>Thriller night<br>Girl, I can thrill you more<br>Than any ghost would ever dare try<br>(Thriller)<br>(Thriller night)<br>So let me hold you tight<br>And share a<br>(Killer, thriller)                                                                                 | Porque isto é terror<br>Noite de terror<br>Garota, eu posso te aterrorizar mais<br>Do que qualquer fantasma poderia ousar tentar<br>(Terror)<br>(Noite de terror)<br>Então me deixe te abraçar<br>E compartilharmos uma<br>(Mortal, aterrorizante)                                                             |
| I'm gonna thrill you tonight                                                                                                                                                                                                                                                                      | Eu vou te aterrorizar esta noite                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Darkness falls across the land<br>The midnight hour is close at hand<br>Creatures crawl in search of blood<br>To terrorize y'all's neighborhood<br>And whosoever shall be found<br>Without the soul for getting down<br>Must stand and face the hounds of hell<br>And rot inside a corpse's shell | A escuridão cai sobre a terra<br>A meia noite está muito próxima<br>As criaturas rastejam em busca de sangue<br>Para aterrorizar sua vizinhança<br>E quem quer que seja encontrado<br>Sem condições de escapar<br>Deverá encarar e enfrentar os cães do inferno<br>E apodrecer dentro dos restos de um cadáver |
| I'm gonna thrill you tonight<br>(Thriller, thriller)<br>I'm gonna thrill you tonight<br>(Thriller night, thriller)<br>I'm gonna thrill you tonight<br>Ooh, babe, I'm gonna thrill you tonight<br>Thriller night, babe                                                                             | Eu vou te aterrorizar esta noite<br>(Terror, terror)<br>Eu vou te aterrorizar esta noite<br>(Noite de terror, terror)<br>Eu vou te aterrorizar esta noite<br>Ah, meu bem, eu vou te aterrorizar esta noite<br>Noite do terror, meu bem                                                                         |
| The foulest stench is in the air<br>The funk of forty thousand years<br>And grizzly ghouls from every tomb<br>Are closing in to seal your doom<br>And though you fight to stay alive<br>Your body starts to shiver<br>For no mere mortal can resist<br>The evil of the thriller                   | O pior odor está no ar<br>O cheiro abafado de quarenta mil anos<br>E os carniçais pálidos de cada tumba<br>Estão se aproximando para selar seu destino<br>E embora você lute para sobreviver<br>Seu corpo começa a tremer<br>Porque nenhum mero mortal consegue resistir<br>Ao mal do terror                   |

Com o conhecimento da letra original de “*Thriller*” e sua tradução, é importante entender também o contexto em que o lançamento do clipe se encontrava. Para relembrar o que foi citado no capítulo 3, de acordo com Corrêa (2006), ainda no início dos anos 1980, os videocliques tinham apenas o propósito de promover a música, com características simples e sem a necessidade de seguir uma narrativa. Além disso, alguns anos antes, a ascensão dos filmes de terror como “A Noite dos Mortos-Vivos” (Romero, 1968), “O Exorcista” (Friedkin, 1973), “O Massacre da Serra Elétrica” (1974),

“Terror Em Amityville” (Rosenberg, 1979) e “A Morte do Demônio” (Raimi, 1981) (Figura 10) viriam a se tornar obras clássicas do gênero no cinema (Mood, 2014).

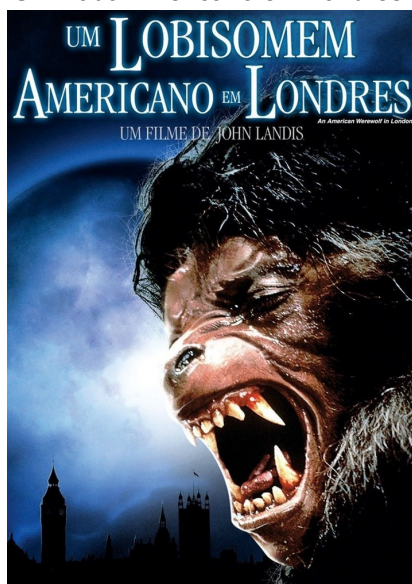
A escolha de Michael Jackson para trabalhar com John Landis na direção de “*Thriller*” não foi por acaso. Landis havia lançado seu filme “Um Lobisomem Americano em Londres” (Figura 11), do gênero de terror e comédia, também em 1981.

Figura 10 - Capa do filme “Uma Noite Alucinante” (1981) de Sam Raimi



Fonte: <<https://www.centrodeartes.uff.br/wp-content/uploads/2019/06/EVIL-DEAD.jpg>>. Acesso em: 12, out. 2023.

Figura 11 - Capa do filme “Um Lobo Americano em Londres” (1981) de John Landis



Fonte: <<https://images.justwatch.com/poster/191595333/s718/um-lobisomem-americano-em-londres.jpg>>. Acesso em: 12, out. 2023

É possível notar as referências usadas pelo cantor e pelo diretor no videoclipe analisado neste trabalho, tanto a “A Morte do Demônio” (Raimi, 1981) quanto a obra do

próprio diretor, “Um Lobisomem Americano em Londres” (Landis, 1981). Analisando os primeiros dois minutos do vídeo (Figura 12), como um filme, o *storytelling*<sup>17</sup> já se inicia, quebrando a expectativa do que era considerado a maioria dos videoclipes. Um carro aparece estacionando em um lugar vazio envolto de árvores durante a noite, e nele está um casal, cena clássica de diversos filmes de horror. Michael Jackson está com uma jaqueta de colegial junto da atriz Ola Ray<sup>18</sup>. Após um diálogo em que Michael pede a personagem em namoro ele confessa que é diferente de outros homens. A partir deste momento, os elementos de uma das principais referências começam a surgir. Michael Jackson se transforma em um lobisomem, seguindo de forma muito semelhante a mesma montagem, maquiagem e grunhidos utilizados no filme de Landis em “Um Lobisomem Americano em Londres” (1981), como pode-se observar nas comparações das cenas (Figura 13).

Figura 12 - Mosaico de frames do videoclipe de “Thriller”.



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2009).

<sup>17</sup> *Storytelling* é o termo em inglês utilizado para a utilização de uma narrativa envolvente, enredo elaborado e recursos audiovisuais para contar uma história.

<sup>18</sup> Ola Ray era uma modelo da Playboy na época e seu principal trabalho como atriz foi interpretando a namorada de Michael Jackson em “Thriller”.



Figura 13 - Frames de “Thriller” na primeira linha e frames de “Um Lobisomem Americano em Londres” na segunda linha.



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2009 e 2020).

Após uma perseguição da criatura com a jovem, no minuto em que ele irá atacá-la, surpreendendo o espectador, a imagem corta para os mesmos personagens sentados em uma sala de cinema assistindo aquela cena em um filme. Os dois se retiram da sala em seguida, e na saída do cinema, após quatro minutos de duração do vídeo, a música começa a tocar. Deste minuto em diante, Michael Jackson começa a cantar e dançar ao lado da jovem enquanto caminham em um lugar ermo e escuro. Conforme a letra da música, ele faz gestos e passos de danças até o momento em que os dois começam a passar por um cemitério. A música muda sua ordem original e o texto falado por Vincent Price se inicia.

Figura 14 - Mosaico de frames do videoclipe de “Thriller”.



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2009).

A partir de então, imagens com elementos de outra referência fica aparente: os zumbis com maquiagens e movimentos parecidos com os de “A Morte do Demônio” (Raimi, 1981) surgem do cemitério (Figura 15), os mortos-vivos encurralam o casal que não haviam percebido a chegada deles, até que, inesperadamente, Michael Jackson também se torna um zumbi (Figura 16), mais uma vez surpreendendo o espectador. A música retorna a tocar, primeiramente somente o instrumental, onde Michael e o restante dos zumbis dançam a coreografia da música, até que Michael volta à aparência de humano e começa a cantar o refrão da música enquanto ainda fazem a coreografia.

Figura 15 - Alguns zumbis de “Thriller” na primeira linha e de “A Morte do Demônio” na segunda linha.



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2009 e 2020).



Figura 16 - Michael Jackson se transformando em zumbi e dançando a coreografia de “Thriller”.



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2009).

Nos últimos minutos do vídeo (Figura 17), após o final da música e coreografia, Michael Jackson volta à sua imagem de zumbi e caminha lentamente em direção à sua namorada juntamente aos restantes dos zumbis, enquanto Ray foge adentrando em uma casa abandonada. Os zumbis invadem a casa e quando finalmente Jackson encosta no ombro da personagem de Ray, o ambiente muda de caracterização assim como Jackson, que volta à sua imagem real, fazendo parecer tudo uma alucinação da personagem e os dois saem abraçados. Porém, para a surpresa do espectador mais uma vez, Jackson vira e encara diretamente a câmera revelando os olhos amarelos do lobisomem do filme no cinema dos primeiros minutos do videoclipe.

Figura 17 - Últimos minutos de “Thriller”.



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2009).

Em relação à imagem de Michael Jackson no videoclipe, desconsiderando toda a caracterização relacionada ao tema de horror, foi a primeira vez na carreira que o cantor aparecia com um par romântico, aos 24 anos. O artista cresceu em frente às câmeras, inclusive crescendo junto com os que o acompanhavam desde cedo, e sempre foi o favorito dos fãs enquanto ainda estava no grupo com seus irmãos. Assim como o pensamento de Rojek (2001), discutido no capítulo 2, o fã procura validação por meio de relacionamentos imaginários com a celebridade a quem estão vinculados, ou seja, assistir Michael Jackson pela primeira vez com uma mulher agindo de forma romântica, gerou uma identificação nos fãs, em outras palavras, aqueles fãs gostariam de ser aquela mulher. Na cena inicial em que o primeiro casal é apresentado, Michael e a personagem de Ray estão com roupas típicas do ensino médio americano, isto é, estão representando adolescentes, gerando identificação também nessa faixa etária.

Figura 18 - Michael Jackson e Ola Ray no set de “Thriller”



Fonte:

<<https://3.bp.blogspot.com/-IVQEwMSq7Mg/UAI08xFsDII/AAAAAAAAACVky7yuwDuzsB0/s1600/ola.jpg>>.  
Acesso em: 17, out. 2023

A partir dos pontos levantadas para a análise do videoclipe de “*Thriller*” entende-se o motivo de ter se tornado um produto audiovisual tão importante e inovador para a Indústria Musical, gerando tanta inspiração e referências para futuros projetos de até mesmo outros artistas, visto que este videoclipe é um marco na história da música e o início de uma nova era dos videoclipes.

No próximo subcapítulo, será apresentada uma biografia de Justin Bieber, artista de uma nova geração que, assim como tantos outros, também se inspirou em trabalhos de Michael Jackson.

#### 4.3. NASCE UMA ESTRELA: JUSTIN BIEBER

Justin Drew Bieber nasceu em London, no Canadá, no dia 1º de março de 1994, mas foi criado em Stratford, uma cidade com cerca de 30 mil habitantes na província de Ontário. Ele é filho de Pattie Mallette e Jeremy Bieber, que se separaram nos primeiros anos da vida de Justin. Jeremy acabou se tornando um pai mais ausente, já que se mudou para fora da cidade, e Pattie assumiu a responsabilidade de criar Justin como mãe solo. A infância de Justin foi simples. A família nunca foi rica e sua mãe enfrentou diversas batalhas para sobreviver, trabalhando em dois empregos e morando no bairro

mais pobre da cidade. Apesar dos tempos difíceis, a relação entre mãe e filho sempre foi muito doce e amorosa (Newkey-Burden, 2012).

Pattie sempre foi muito cristã e frequentava a igreja com o filho. Foi lá que Justin despertou seu primeiro interesse pela música ainda na infância, demonstrando curiosidade pelo órgão da banda da igreja nos domingos. Com o passar dos anos, Justin desenvolveu uma forte paixão pela música e se tornou um grande admirador do trabalho de Michael Jackson, que teve um impacto significativo em sua vida, pois cresceu ouvindo as músicas e assistindo aos videocliques com a sua mãe. Os álbuns "*Thriller*" e "*Bad*" estavam entre os seus favoritos.

Bieber tinha apenas 2 anos quando aprendeu a tocar bateria (O Globo, 2012) e, além aprimorar suas habilidades no instrumento, aprendeu sozinho a tocar outros como violão, piano e trompete, mostrando um talento nato. Foi com essas habilidades que Justin resolveu ser um artista de rua aos 13 anos, onde cantava e tocava nas escadarias da entrada do Avon Theatre (Figura 19), com o estojo do violão no chão à sua frente, na esperança de que as pessoas colocassem dinheiro. Com o tempo, pessoas começaram a se juntar para assistir às apresentações do menino (Newkey-Burden, 2012).

Figura 19 - Justin Bieber tocando em frente ao Avon Theatre.



Fonte:

<[https://caras.uol.com.br/media/\\_versions/legacy/2011/03/15/img\\_198550\\_justin-bieber-antes-da-fama\\_widelg.jpg](https://caras.uol.com.br/media/_versions/legacy/2011/03/15/img_198550_justin-bieber-antes-da-fama_widelg.jpg)>. Acesso em: 25, out. 2023.

Na mesma época, Justin também participou de um *show* de talentos local, o Stratford Idol, no qual acabou conquistando em segundo lugar. No entanto, tudo mudou quando Justin e sua mãe decidiram criar um canal no Youtube para postar os vídeos das apresentações com a intenção de compartilhar com a família. A partir daí, centenas e até milhares de pessoas começaram a assistir aos vídeos. Além de seus parentes, outros espectadores se interessaram e pediram por mais vídeos, o que os motivou a continuar. Pattie filmava o filho interpretando *covers*<sup>19</sup> de artistas como Justin Timberlake, Ne-Yo, Chris Brown e outros para postar no canal. Paralelamente, o empresário Scooter Braun<sup>20</sup> estava à procura de um talento que cativasse tanto os adultos, quanto os jovens. Foi nesse momento que ele descobriu um dos vídeos de Justin no YouTube e tentou entrar em contato com Pattie na esperança de que ela aceitasse a sua proposta de levá-los para os Estados Unidos, com o objetivo de transformar seu filho em um cantor profissional. Depois de várias ligações insistentes, Pattie finalmente concordou com a proposta (Newkey-Burden, 2012).

Com os contatos de Scooter Braun, após muitas tentativas e retornos negativos, o produtor L.A. Reid<sup>21</sup> foi a resposta positiva que Bieber e Braun estavam precisando. Foi então que Justin assinou com a Island Def Jam Music Group em 2008 e passou a ter um contrato para gravar seu primeiro disco. Scooter Braun tinha em mente que Bieber seria lançado de forma inovadora: seria o primeiro artista a se tornar uma estrela a partir da internet. Justin lançou seu primeiro *single* em julho de 2009, chamado “*One Time*” (Stewart *et al*, 2009). A música foi um sucesso, alcançando a parada 25 do Top 100 da Billboard. O *single* faria parte do EP “*My World*” (Island, 2009) que foi lançado em novembro do mesmo ano. O EP seria considerado a primeira parte do seu primeiro álbum de estreia e contou com outros sucessos, como “*Love Me*” (Svensson e Persson, 2009). No início do ano seguinte, para a divulgação da segunda parte do álbum intitulado “*My World 2.0*” (Island, 2010), o *single* “*Baby*” (Bieber *et al*, 2010) foi lançado e foi um sucesso, alcançando o Top 5 nos Estados Unidos, Canadá e

---

<sup>19</sup> *Cover* é a regravação de uma música já existente de outro cantor ou banda.

<sup>20</sup> Scooter Braun é um empresário, gestor de talentos, investidor e executivo de entretenimento dos Estados Unidos. Ele é o fundador da SB Projects, uma empresa de entretenimento e mídia. Além de Justin Bieber, Scooter Braun atualmente também representa outros artistas renomados, incluindo Ariana Grande, Kanye West, Demi Lovato, entre outros.

<sup>21</sup> Antonio Marquis “L.A.” Reid é um executivo de produção, compositor e produtor americano, co-fundador de uma gravadora independente chamada LaFace Records e presidente do Island Def Jam Music Group. Lançou diversos artistas como Pink, Avril Lavigne, Usher e outros (Newkey-Burden, 2012).

Reino Unido, tendo também ficado entre as dez mais vendidas em outros países. O lançamento da segunda parte do álbum foi acompanhado de outros *hits* como “*Somebody To Love*” (Bieber *et al*, 2010). Toda a divulgação do seu trabalho foi feita principalmente através das redes sociais digitais, onde Justin sempre foi muito ativo com seus fãs e seguidores. Ele se tornou o exemplo mais reconhecido de sucesso que surgiu por meio do YouTube e em 2019 ocupava a quinta posição dos canais de artistas com mais inscritos na plataforma, o que teve um impacto positivo nas milhares de vendas de seus álbuns ao longo dos anos (Lentz, 2019).

No seu primeiro ano de carreira, o cantor já tinha inúmeros fãs em todo o mundo e a devoção por Justin transcende o que se consideraria um grupo de admiradores comuns. A intensa e fervorosa devoção que o acompanha em todos os lugares passou a ser reconhecida como *biebermania* (Newkey-Burden, 2012). Além disso, por conta das suas roupas e corte de cabelo, Justin passou a ser uma referência da moda adolescente no início da década de 2010, chamado de estilo *swag* (Capricho, 2021). Seu corte de cabelo com uma longa franja em formato cuia era uma febre e quando o cantor decidiu mudar de visual cortando o cabelo, chegou a gerar uma decepção em alguns fãs, apesar disso, uma mecha foi leiloada e vendida por R\$ 68 mil, valor doado para uma instituição de caridade (O Globo, 2011).

Em 2011, Justin lança seu álbum natalino intitulado “*Under The Mistletoe*” (Island, 2011) com regravações de canções clássicas natalinas, além de novas composições. No ano seguinte, o álbum “*Believe*” (Island, 2012) é lançado, iniciando uma nova era com diversos *hits* como “*Boyfriend*” (Bieber *et al*, 2012), “*As Long As You Love Me*” (Bieber *et al*, 2012) e “*Beauty And A Beat*” (Maraj *et al*, 2012). Em 2013, em meio à uma imagem turbulenta de Justin na época em que era chamado de *bad boy*<sup>22</sup> pela mídia (Rolling Stone, 2014), o EP “*Journals*” (Island, 2013) é lançado somente nas mídias digitais com canções dedicadas à sua ex-namorada. Após passar por situações complicadas na sua imagem com polêmicas e confusões, aos 19 anos, Justin Bieber se afasta da mídia e só retorna aos 22 anos, com o lançamento de *Purpose* (Island, 2016), que faz um grande sucesso com as músicas “*Sorry*” (Bieber *et al*, 2016), “*Love Yourself*” (Bieber; Levin; Sheeran, 2016) e “*What Do You Mean*” (Bieber; Boyd; Levy, 2016). Em 2020, após mais uma grande pausa na carreira por conta do cancelamento da última turnê por motivos de saúde, Bieber retorna com o lançamento dos *singles*

---

<sup>22</sup> “*Bad boy*” em tradução livre significa “menino mau”, utilizado para apelidar garotos rebeldes com mau comportamento.



“*Intentions*” (Bieber *et al*, 2020) e “*Yummy*” (Bieber *et al*, 2020), que fazem parte do álbum “*Changes*” (Island, 2010). No ano seguinte, “*Justice*” (Island, 2021) é lançado, com novos sucessos como “*Peaches*” (Bieber *et al*, 2021), “*Hold On*” (Bieber *et al*, 2021) e “*Ghost*” (Bieber *et al*, 2021) (Guiduci, 2020; Lemes, 2023).

Após um relacionamento conturbado em frente às câmeras por anos com a cantora e atriz Selena Gomez, Justin Bieber se casa com a modelo Hailey Baldwin, em 2019, aos 25 anos. No seu documentário “Justin Bieber: Seasons”<sup>23</sup> (Ratner, 2020) lançado em 2020, antes do seu retorno aos holofotes com o álbum “*Changes*”, o cantor revela que precisou lutar contra o vício em drogas, passou por momentos de depressão profunda onde pensou em suicídio e que foi diagnosticado com a Doença de Lyme, uma condição rara que causa diversos problemas físicos e mentais, além de precisar passar por um intenso tratamento durante muito tempo.

Justin já alcançou diversos recordes na música. Até o ano de 2011, o videoclipe de “*Baby*”<sup>24</sup> (Kay, 2010) foi o mais assistido no YouTube, porém, também se tornou o videoclipe com mais *dislikes*<sup>25</sup> da plataforma (O Globo, 2011). Hoje o vídeo soma mais de 3 bilhões de visualizações. Na sua frente aparece o videoclipe da faixa “*Sorry*”<sup>26</sup> (Goebel e King, 2016), que soma 3.7 bilhões de visualizações. Dentre diversas outras conquistas em sua carreira, em 2023 ele é o artista com mais músicas no Billions Club, uma lista com as faixas que possuem mais de um bilhão de *streaming* no Spotify: o cantor aparece com 13 faixas no total (Valle, 2023).

Diante de uma breve apresentação da vida e carreira de Justin Bieber, é possível observar a importância do cantor na sua geração, sendo o primeiro exemplo de artista que transcende através da era da internet. A partir disso, no próximo subcapítulo será analisado o videoclipe de “*Baby*”.

#### 4.4. “BABY”: ANÁLISE

O videoclipe de “*Baby*” será o segundo analisado neste estudo seguindo as quatro categorias de análise utilizadas anteriormente. O vídeo foi lançado em janeiro de

<sup>23</sup> Disponível em: <<https://www.youtube.com/playlist?list=PLsifFPg4DahljrAvcYanjaYE2xyd8NDu8>>. Acesso em: 10, out. 2023.

<sup>24</sup> Disponível em: <<https://youtu.be/kffacxfA7G4?si=85wQ6JZvnEy3CWUh>>. Acesso em: 10, out. 2023.

<sup>25</sup> *Dislikes* é o número de vezes em que o vídeo recebeu votos negativos, ou seja, é o contrário das curtidas.

<sup>26</sup> Disponível em: <[https://youtu.be/fRh\\_vgS2dFE?si=5LDivp-otQ-q\\_B\\_f](https://youtu.be/fRh_vgS2dFE?si=5LDivp-otQ-q_B_f)>. Acesso em: 10, out. 2023.

2010 na plataforma do YouTube, com direção de Ray Kay<sup>27</sup>, e possui 3 minutos e 39 segundos de duração. De acordo com Newkey-Burden (2012), o clipe da música foi gravado em Los Angeles e retrata uma história na qual Bieber expressa seu desejo de ficar com uma garota, apesar das dificuldades que enfrentam para ficarem juntos. A trama é descrita como um processo de perseguição e persistência, onde a garota está jogando duro para dificultar que fiquem juntos. A faixa musical é o primeiro *single* do álbum “*My World 2.0*” (Island, 2010) e foi composta por Justin Bieber juntamente com Christopher “Tricky” Stewart e Terius “The-Dream” Nash. Ela conta com a participação do *rapper* Ludacris. A música possui elementos e batidas dançantes do *pop*, além dos vocais *R&B* de Justin, com um teclado marcante e um refrão com a palavra “*baby*” sendo repetida 18 vezes em cada refrão.

A seguir é possível conhecer a letra da música e sua tradução:

| Baby (feat. Ludacris)                                                                                                                                                                                    | Amor (part. Ludacris)                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Oh, woah<br>Oh, woah<br>Oh, woah                                                                                                                                                                         | Oh, uau<br>Oh, uau<br>Oh, uau                                                                                                                                                                                                       |
| You know you love me, I know you care<br>Just shout whenever, and I'll be there<br>You are my love, you are my heart<br>And we will never, ever, ever be apart                                           | Você sabe que me ama, eu sei que você se importa<br>Grite sempre que precisar, e eu estarei lá<br>Você é o meu amor, é o meu coração<br>E nós nunca, nunca, nunca estaremos separados                                               |
| Are we an item? Girl, quit playing!<br>We're just friends? What are you saying?<br>Said there's another and looked right in my eyes<br>My first love broke my heart for the first time<br>And I was like | Nós somos algo? Garota, pare de brincar!<br>Nós somos apenas amigos? O que você está dizendo?<br>Disse que há outro e olhou direto nos meus olhos<br>O meu primeiro amor partiu o meu coração pela primeira vez<br>E eu fiquei tipo |
| Baby, baby, baby, ooh, like<br>Baby, baby, baby, no, like<br>Baby, baby, baby, ooh<br>Thought you'd always be mine, mine                                                                                 | Amor, amor, amor, ooh<br>Tipo, amor, amor, amor, não<br>Tipo, amor, amor, amor, ooh<br>Achei que você pra sempre seria minha, minha                                                                                                 |
| Baby, baby, baby, ooh, like<br>Baby, baby, baby, no, like<br>Baby, baby, baby, ooh<br>Thought you'd always be mine, mine                                                                                 | Amor, amor, amor, ooh<br>Tipo, amor, amor, amor, não<br>Tipo, amor, amor, amor, ooh<br>Achei que você pra sempre seria minha                                                                                                        |
| Oh, for you, I would have done whatever<br>And I just can't believe we ain't together<br>And I wanna play it cool, but I'm losing you<br>I'll buy you anything, I'll buy you any ring                    | Oh, por você, eu teria feito qualquer coisa<br>E eu não posso acreditar que nós não estamos juntos<br>E eu quero ir com calma, mas estou perdendo você<br>Vou comprar qualquer coisa, eu vou comprar qualquer anel<br>para você     |
| And I'm in pieces, baby, fix me<br>And just shake me till you wake me from this bad dream<br>I'm going down, down, down, down<br>And I just can't believe my first love won't be around<br>And I'm like  | E estou em pedaços, amor, me conserte<br>E me sacuda até me acordar desse pesadelo<br>Estou caindo, caindo, caindo<br>E simplesmente não posso acreditar que meu primeiro amor<br>não vai estar por perto<br>E eu estou tipo        |

<sup>27</sup> Ray Kay é um diretor cinematográfico, produtor musical e fotógrafo norueguês que já trabalhou com diversos artistas como Britney Spears, Beyoncé, Lady Gaga e Nelly Furtado.



|                                    |                                              |
|------------------------------------|----------------------------------------------|
| Baby, baby, baby, ooh, like        | Amor, amor, amor, ooh                        |
| Baby, baby, baby, no, like         | Tipo, amor, amor, amor, não                  |
| Baby, baby, baby, ooh              | Tipo, amor, amor, amor, ooh                  |
| Thought you'd always be mine, mine | Achei que você pra sempre seria minha, minha |

|                                    |                                              |
|------------------------------------|----------------------------------------------|
| Baby, baby, baby, ooh, like        | Amor, amor, amor, ooh                        |
| Baby, baby, baby, no, like         | Tipo, amor, amor, amor, não                  |
| Baby, baby, baby, ooh              | Tipo, amor, amor, amor, ooh                  |
| Thought you'd always be mine, mine | Achei que você pra sempre seria minha, minha |

|                                                        |                                                           |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Luda!                                                  | Luda!                                                     |
| When I was thirteen, I had my first love               | Quando eu tinha 13 anos, eu tive meu primeiro amor        |
| There was nobody that compared to my baby              | Ninguém se comparava ao meu amor                          |
| And nobody came to between us or could ever come above | E ninguém ficou entre a nós ou poderia ficar acima de nós |
| She had me going crazy, oh, I was starstruck           | Ela me deixava louco, oh, eu estava nas estrelas          |
| She woke me up daily, don't need no Starbucks          | Ela me acordava diariamente, nem precisava de Starbucks   |
| She make my heart pound                                | Ela fazia meu coração bater                               |
| I skip a beat when I see her in the street and         | Eu perdia o compasso quando via ela na rua e              |
| At school, on the playground                           | Na escola, no parquinho                                   |
| But I really wanna see her on the weekend              | Mas eu realmente queria vê-la nos fins de semana          |
| She knows she got me dazing                            | Ela sabe que me deixava confuso                           |
| 'Cause she was so amazing                              | Porque ela era tão fantástica                             |
| And now my heart is breaking                           | E agora meu coração está partindo                         |
| But I just keep on saying                              | Mas eu continuo falando                                   |

|                                    |                                              |
|------------------------------------|----------------------------------------------|
| Baby, baby, baby, ooh, like        | Amor, amor, amor, ooh                        |
| Baby, baby, baby, no, like         | Tipo, amor, amor, amor, não                  |
| Baby, baby, baby, ooh              | Tipo, amor, amor, amor, ooh                  |
| Thought you'd always be mine, mine | Achei que você pra sempre seria minha, minha |

|                                    |                                              |
|------------------------------------|----------------------------------------------|
| Baby, baby, baby, ooh, like        | Amor, amor, amor, ooh                        |
| Baby, baby, baby, no, like         | Tipo, amor, amor, amor, não                  |
| Baby, baby, baby, ooh              | Tipo, amor, amor, amor, ooh                  |
| Thought you'd always be mine, mine | Achei que você pra sempre seria minha, minha |

|                                     |                                               |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------|
| I'm gone                            | Eu saí dessa                                  |
| (Yeah, yeah, yeah)                  | (Sim, sim, sim)                               |
| (Yeah, yeah, yeah)                  | (Sim, sim, sim)                               |
| Now I'm all gone                    | Agora eu saí dessa                            |
| (Yeah, yeah, yeah)                  | (Sim, sim, sim)                               |
| (Yeah, yeah, yeah)                  | (Sim, sim, sim)                               |
| Now I'm all gone                    | Agora eu saí dessa                            |
| (Yeah, yeah, yeah)                  | (Sim, sim, sim)                               |
| (Yeah, yeah, yeah)                  | (Sim, sim, sim)                               |
| Now I'm all gone (gone, gone, gone) | Agora eu fui embora, (embora, embora, embora) |
| I'm gone                            | Eu saí dessa                                  |

Com o conhecimento da letra da música, é importante entender a contextualização na época do lançamento do videoclipe. Era o início da década de 2010 e, como citado anteriormente no capítulo 3, graças às tecnologias digitais, os vídeos já não dependiam mais da televisão e eram lançados diretamente na internet, principalmente na plataforma do YouTube e passaram a possuir um novo objetivo além da divulgação de um álbum: alcançar uma carga viral (Corrêa, 2006; Soares, 2011) e foi exatamente o que aconteceu com o vídeo de “Baby” como comentado anteriormente na biografia de Justin.

Além disso, os filmes e séries lançados naquele período para o público *teen* eram principalmente os criados pela Disney Channel<sup>28</sup> com o tema musical com personagens da faixa etária de estudantes do ensino médio. Dentre eles estavam “High School Musical” (Ortega, 2006) (Figura 20), “Camp Rock” (Diamond, 2008) (Figura 21) e “Hannah Montana” (Chelsom, 2009) - este possuía uma série televisiva no mesmo canal. As canções dos filmes, além de falar sobre desafios do colegial, também possuíam letras românticas, assim como a faixa “*Baby*”.

Figura 20 - Capa do filme “High School Musical” (2006)

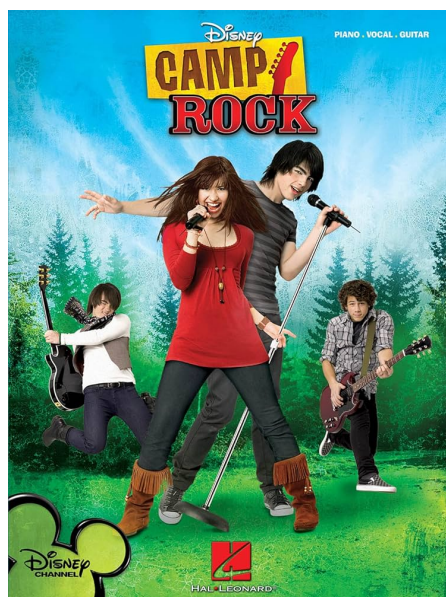


Fonte: <[https://play.lh.googleusercontent.com/RcUGF0M4yST1mlgW9lmCNzQuorEXr6hf9IJW0WHhLSII\\_E4XIS4cXAk87SCD153hhjY](https://play.lh.googleusercontent.com/RcUGF0M4yST1mlgW9lmCNzQuorEXr6hf9IJW0WHhLSII_E4XIS4cXAk87SCD153hhjY)>. Acesso em: 30, out. 2023

---

<sup>28</sup> Disney Channel é um canal de televisão especializado em programação infanto-juvenil, através das suas séries originais e filmes. Muito conhecido por lançar artistas em seus programas como Britney Spears, Justin Timberlake, Miley Cyrus, Demi Lovato, Zac Efron, Selena Gomez e outros.

Figura 21 - Capa do filme “Camp Rock” (2006)



Fonte: <[https://m.media-amazon.com/images/I/8178m1ixdHL.\\_AC\\_UF1000,1000\\_QL80\\_.jpg](https://m.media-amazon.com/images/I/8178m1ixdHL._AC_UF1000,1000_QL80_.jpg)>.  
Acesso em: 30, out. 2023

Os elementos visuais no vídeo de “Baby” seguem as referências desses mesmos filmes: as coreografias, as roupas, os cabelos, a ambientação e o romance adolescente. Durante todo o vídeo é possível notar esses pontos (Figura 22).

Figura 22 - Cenas de “High School Musical” e “Camp Rock” à esquerda e cenas de “Baby” à direita.



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2010 e 2019)

Porém, o roteiro utiliza de inspiração outra obra: o videoclipe de “*The Way You Make Me Feel*”<sup>29</sup> (Pytko, 1987) do álbum “*Bad*” de Michael Jackson. O roteiro segue a mesma premissa: os cantores estão atrás das personagens femininas na história, tentando conquistá-las enquanto cantam a letra da música, caminhando e dançando seguindo a garota. Este *storytelling* de “*Baby*” já é possível ser percebido logo no início do clipe de Justin. Um grupo de meninos e meninas entram separadamente em um boliche e Justin já presta atenção em uma das meninas, a personagem de Jasmine Villegas<sup>30</sup>. A partir daí, inicia o momento em que ele tenta chamar sua atenção, indo em sua direção, a puxa para perto e ela sempre o recusa, fugindo de suas tentativas, se aproximando para provocar, e o empurrando logo em seguida. Os dois agem exatamente como Michael Jackson e seu par romântico em “*The Way You Make Me Feel*” (Figura 23). Além disso, a coreografia presente em “*Baby*” também apresenta elementos marcantes dos passos de dança de Michael Jackson como o *moonwalk* (Figura 24).

Figura 23 - Elementos semelhantes de “*Baby*” (na primeira linha) e “*The Way You Make Me Feel*” (na segunda linha).



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2010 e 2022).

<sup>29</sup> Disponível em: <<https://youtu.be/30NyTWS8GZw?si=Qr1MiPYNleu7C1co>>. Acesso em: 30 out. 2023.

<sup>30</sup> Jasmine Villegas é uma cantora e atriz e ficou conhecida principalmente por sua participação no clipe de “*Baby*” como o par romântico de Justin Bieber.

Figura 24 - Michael Jackson na coluna à esquerda e Justin Bieber em “Baby” na coluna à direita.



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2010 e 2021).

Apesar da história do videoclipe de “Baby” possuir a temática romântica, seguindo a referência dos filmes da Disney Channel, o vídeo sustentou uma imagem mais inocente em comparação à “The Way You Make Me Feel”, visto que Justin estava prestes a completar 16 anos e seu público era majoritariamente meninas adolescentes e crianças e, apesar de uma cena de beijo ter sido gravada, ela não chegou ao corte final (Capricho, 2015) (Figura 25). Conforme analisado no capítulo 2, mesmo sem especificar faixa etária, Morin (1989) afirma que a relação de amor entre fã e ídolo tem pouca carga de sexualização.



Figura 25 - Gravação da cena cortada em “Baby”.



Fonte: <<https://capricho.abril.com.br/wp-content/uploads/2016/07/jb2352.png>>. Acesso em: 01 nov. 2023.

A imagem pública de Justin ainda estava sendo construída para os fãs e para a mídia e o videoclipe de “Baby” foi responsável pela viralização do cantor captando ainda mais fãs pelo mundo. Sua aparência física chegou a ser referência de moda no início da década, pois o cabelo liso com franja e o rosto angelical se tornaram um estereótipo da representação de menino adorável e doce para o público adolescente. Como analisado no capítulo 2, Bomfim (2015) considera que, em termos de beleza e perfeição, o ídolo será sempre um modelo para os fãs. Em algumas cenas do videoclipe, Justin aparece sozinho cantando, dançando, olhando e fazendo gestos diretamente para câmera, com o enquadramento mais próximo do seu rosto (Figura 26), fortalecendo ainda mais a imagem física do cantor no vídeo.

Figura 26 - Cenas focadas em Justin Bieber no vídeo de “Baby”



Fonte: a autora (2023) com base em YouTube (2010).

Com base nas categorias de análise do videoclipe de “*Baby*” foi possível observar que a ascensão de Justin Bieber foi um novo *case* na Indústria Musical à época, utilizando a internet como principal meio. Foi a partir de “*Baby*” que Justin Bieber se tornou uma das maiores celebridades da sua geração. Atualmente, com 14 anos de carreira, já soma inúmeros sucessos e recordes na música, além de ter se tornado mais uma inspiração e referência artística.

#### 4.4. “*THRILLER*” E “*BABY*”: INFERÊNCIA NO SURGIMENTO DE MITOS MUSICAIS ESTUDADOS

Após o levantamento de análise dos vídeos “*Thriller*” e “*Baby*” a partir de quatro categorias analíticas (contexto, referências, *storytelling* e imagem do artista), neste momento do trabalho, apresenta-se as inferências da autora sobre a contribuição dos vídeos em questão para a construção da imagem de mito musical dos artistas Michael Jackson e Justin Bieber juntamente com um resgate teórico apresentado anteriormente.

Percebe-se que contextos das épocas foram significativos para o lançamento dos vídeos analisados. Michael Jackson buscou inovar e quebrar barreiras com a produção cinematográfica de “*Thriller*” em um cenário onde os vídeos eram peças de vídeo de elaboração não cinematográfica para a divulgação de uma canção ou álbum. Além disso, ele escolheu um diretor de cinema para trabalhar no projeto utilizando referências dos filmes de horror que estavam em evidência naquele tempo, alcançando novos patamares, inclusive com a utilização de tecnologias de efeitos especiais e maquiagem. Em relação a Justin Bieber, apesar de ter apenas alguns meses de carreira, “*Baby*” tornou-se o videoclipe mais assistido da plataforma do YouTube durante um ano, fazendo com que o cantor se tornasse um dos maiores exemplos de sucesso que ascendeu através da internet. Conforme citado por Soares (2007), disponibilizar um videoclipe nas plataformas *online* de vídeo faz com que os vídeos musicais alcancem uma visibilidade e exposição muito maior, gerando um novo objetivo: a carga viral. Com a utilização da tendência dos filmes musicais *teen* que estavam em alta na cultura *pop*, Justin criou um enredo em “*Baby*” que gerasse também uma identificação no seu público. Portanto, os vídeos estavam alinhados com as tendências vigentes em cada época e foram inovadores cada um na sua forma.

As faixas musicais também tiveram um papel fundamental. A música *“Thriller”* contava com elementos de áudio como gritos, passos, lobos uivando e sons que remetem aos filmes de horror, gerando uma imersão a quem ouve a canção. Além da letra e no refrão que contém duas palavras que se repetem diversas vezes: *“thriller night”*. É possível notar igualmente essa técnica de repetição na faixa de *“Baby”*. Além de apresentar uma letra romântica alinhada às referências dos musicais adolescentes, o refrão possui a palavra *“baby”* cantava repetidas vezes, sendo uma palavra de fácil pronúncia para qualquer idioma, ou seja, tornando-a acessível para pessoas ao redor do mundo que podem cantar a canção com facilidade. As coreografias presentes nos videocliques também são importantes. Michael Jackson possuía um talento nato para a dança e uma longa coreografia foi criada para o videoclipe de *“Thriller”* com movimentos característicos de zumbi que viria a ser um marco em sua carreira. Justin Bieber, por outro lado, em *“Baby”* participa de uma batalha de danças contra o grupo de meninas onde está a garota que tenta conquistar, utilizando passos semelhantes às coreografias de Michael e aos filmes *teen*.

O *storytelling* foi um ponto essencial nos dois vídeos. Em conjunto de toda a inovação em *“Thriller”*, a narrativa do vídeo é envolvente e surpreende diversas vezes o espectador com o suspense e o tema de terror ao longo de seus 14 minutos. Em *“Baby”*, a tentativa de Justin Bieber de conquistar uma garota enquanto canta para ela foi um elemento que gerou identificação no público adolescente. Essa conexão por parte do público, evidenciou-se nos dois vídeos, tanto nos pares românticos, quanto nas imagens dos próprios artistas. As duas jaquetas utilizadas por Michael no vídeo tornaram-se peças marcantes e reconhecíveis desde então, sendo frequentemente escolhidas como fantasias para o *Halloween* ao longo dos anos, da mesma forma como o corte de cabelo e o estilo de roupas de Justin que também se destacaram como tendências memoráveis entre os adolescentes.

Segundo Corrêa (2006), o videoclipe é uma forma de divulgação publicitária para vender tanto a música, quanto a imagem do cantor, como uma ferramenta mercadológica. A imagem de Justin Bieber ainda estava sendo construída, visto que tinha menos de um ano de carreira profissional. Em *“Baby”*, foi possível notar que sua imagem era trabalhada para ser de um adolescente romântico com gestos adoráveis. Apesar de estar quase completando 16 anos, não possuía nem vestígios de barba no rosto, mantendo uma aparência mais infantilizada para o público infanto-juvenil. Morin (1989) afirma que a estética atrelada às personalidades são um ponto significativo para



a criação das estrelas, possuindo um corpo e rosto adoráveis, assim como o ator James Dean, que foi considerado um herói da adolescência e sistematizou padrões de estilo para a juventude da sua época. Além disso, a escolha de cortar a cena do beijo no clipe, provavelmente se deu com o intuito de preservar Justin como um garoto “exclusivo” para seus fãs com a imagem de um jovem apaixonado e inocente sendo sustentada somente pela narrativa romântica no videoclipe, sem a inclusão do ato físico do beijo em si. O cantor só apareceria beijando uma atriz em um videoclipe mais de um ano após o lançamento de *“Baby”*. Além do mais, as cenas em que Justin aparece olhando diretamente para a câmera fazendo gestos encantadores e dançando, possivelmente provocaram reações no público assemelhando-se aos sintomas da síndrome de Erotomania, descrita por Sampaio *et al* (2007 *apud* Paludo 2017), fazendo com que as meninas desenvolvesse a crença de que Justin também sentiam um sentimento correspondente por elas, estabelecendo essa suposta conexão pelo contato visual do através do vídeo. Michael Jackson ao escolher Ola Ray, uma modelo da Playboy, como par romântico em *“Thriller”*, pode ter tido outro propósito além de estabelecer uma identificação com os fãs. Essa decisão pode ser deduzida como uma tentativa de desmentir os rumores persistentes que circulavam sobre sua sexualidade desde que era mais novo, usando uma estratégia para acabar com o estigma que estava se formando em torno de sua imagem, visto que, como afirma Morin (1989), uma estrela não deve reagir e protestar de forma ativa contra rumores, pois a mídia continuaria a propagar novas especulações, ou seja, existe um cuidado com a imagem midiática desses indivíduos.

De acordo com a análise de Paludo (2017), o envolvimento dos fãs desempenha um papel crucial na formação da imagem mítica dos dois artistas, marcando o início desse processo. São os fãs que realizam ações como ouvir álbuns de maneira imersiva, assistir repetidamente aos vídeos, colecionar objetos e consumir informações da mídia relacionadas aos seus ídolos. Ao estabelecer uma identificação com seu público por meio de *“Thriller”* e *“Baby”*, fortaleceu-se essa ligação, resultando no álbum *“Thriller”* (Epic, 1982) como o mais vendido da história e *“Baby”* conquistando a posição de vídeo com mais visualizações no YouTube por um extenso período. Bomfim (2015) aborda como a idolatria é fundamentada principalmente em um processo no qual os fãs se identificam com seus ídolos e projetam neles seus próprios desejos, tanto na vida pessoal ou profissional, representando aqui que o fã gostaria de ser ou fazer. Paludo (2017) também relata que grandes artistas demonstram uma

atitude fundamental para despertar o interesse, a contemplação e a identificação por parte do público, e Michael e Justin desempenharam essa atitude ao longo de suas carreiras.

O artista mítico-musical se torna um ímã de atenção, fazendo com que ele não seja capaz de levar uma vida comum. Isso o aprisiona em sua persona mítica, conforme discutido por Paludo (2017). Tanto Michael, quanto Justin, alcançaram o *status* de figuras reconhecidas mundialmente e deixaram uma marca na história da Indústria Musical, diante disso, é evidente que ambos os artistas se adequam à condição de celebridades adquiridas, conforme levantado por Rojek (2001), sendo identificados como indivíduos que exibem talentos ou habilidades excepcionais. Essa notoriedade resultou em uma euforia de fãs dedicados pelo mundo, esgotando ingressos para *shows* e impulsionando as vendas de milhares de cópias e *streamings* de suas músicas e álbuns ao longo dos anos.

Apesar dos pontos positivos, tanto Michael quanto Justin também sofreram o peso de serem mitos musicais. Conforme abordado por Paludo (2017), quando um artista se entrega intensamente ao público, isso pode resultar em consequências sérias. Como mencionado em suas biografias, Michael Jackson tragicamente faleceu devido a uma overdose de um medicamento anestésico que ele utilizava com frequência para dormir. Da mesma forma, Justin Bieber passou por períodos de tratamento para superar o vício em drogas, admitindo ter enfrentado momentos de depressão e pensamentos suicidas.

No entanto, é evidente que, assim como diversos outros artistas, Justin Bieber sempre expressou claramente que Michael Jackson foi uma influência significativa em sua carreira, conforme mencionado em sua biografia anteriormente. “*Baby*” sendo seu primeiro grande sucesso, usou o roteiro de um videoclipe de Michael como inspiração. Ao longo dos anos ficou ainda mais notável essa influência de Michael nos novos projetos lançados posteriormente por Justin, como músicas, álbuns e videoclipes.

Com base nas inferências levantadas a partir das quatro categorias de análise dos videoclipes, Michael Jackson e Justin Bieber atingiram novos patamares, tanto nas suas carreiras individuais, quanto na Indústria Musical como um todo. Ao longo dos anos, tornou-se cada vez mais evidente o fortalecimento da imagem mítica-musical associada a esses artistas, que continuaram a inovar e a quebrar recordes em suas trajetórias após os lançamentos de “*Thriller*” e “*Baby*”.

No próximo capítulo serão apresentadas as considerações finais deste trabalho.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como propósito compreender a contribuição de videoclipes na construção de um mito musical. Em um recorte mais específico, os objetos de pesquisa deste estudo foram os videoclipes “*Thriller*” de Michael Jackson e “*Baby*” de Justin Bieber, sendo o objetivo principal a análise dos videoclipes em questão e compreender suas contribuições para a construção da imagem mítica dos artistas. Para isso, os objetivos específicos determinados foram aprofundar o significado de estrelas, celebridades, ídolos e mitos, conhecer a história e características dos videoclipes musicais, resgatar a biografia dos cantores Michael Jackson e Justin Bieber, analisar os videoclipes “*Thriller*” e “*Baby*”, e levantar inferências sobre como os videoclipes analisados refletiram na construção dos mitos musicais estudados, comparando os dois casos.

Para alcançar tais objetivos, os capítulos teóricos contribuíram por meio da utilização de técnicas de pesquisa bibliográfica e documental, sendo o trabalho de caráter qualitativo e exploratório. Inicialmente, traçou-se a origem das primeiras figuras consideradas estrelas na sociedade, cujo surgimento se deu com os atores do teatro e ganhou força com o cinema *hollywoodiano*, o qual desempenhou um papel fundamental na criação de estrelas associadas à imagem da perfeição, personificadas por atores como Marilyn Monroe e James Dean. A partir desse contexto, explorou-se a história e as distintas categorias de celebridades que surgem, predominantemente influenciadas pela cultura de massa. Em seguida, foram apresentadas as celebridades que ascendem à condição de ídolos, impulsionadas por fãs devotos que criam rituais significativos em torno de suas figuras e fazem do ídolo uma parte central de suas vidas.

Posteriormente, foram abordados os mitos e entendeu-se que se caracterizam como indivíduos com ações humanas de comportamentos míticos considerados sagrados e sobre-humanas para, então, entender-se as características de um mito no campo musical. Compreendeu-se mitos musicais como artistas que possuem uma atitude marcante com autenticidade e transformações extraordinárias, além de abranger um envolvimento criado para atrair o público e gerar uma conexão entre fãs e artistas.

Logo em seguida, foi apresentada a história e características dos videoclipes, os quais inicialmente tiveram sua origem a partir do objetivo de ser um

vídeo musical para divulgar o artista e seu trabalho, sem alta produção ou narrativas. Além disso, sua reprodução e divulgação eram inteiramente dependentes da televisão. Conforme os anos se passaram, Michael Jackson foi o primeiro a introduzir histórias e alta produção nos seus videoclipes, veiculados em canais como a MTV, por exemplo. Já na era da internet, com o fácil acesso a vídeos em plataformas como o YouTube, os videoclipes passaram a ser lançados *on-line*, tendo a viralização como mais um objetivo.

Após a construção do referencial teórico e uma breve apresentação biográfica dos artistas, procedeu-se à análise dos videoclipes "*Thriller*" e "*Baby*" utilizando quatro categorias analíticas: contexto, referências, *storytelling* e imagem do artista. A partir das análises, foram inferidas as contribuições desses vídeos para a construção da imagem mítica-musical dos artistas. Os contextos de cada época foram significativos, visto que os dois casos foram inovadores na Indústria Musical: "*Thriller*" por ser pioneiro na inserção de narrativa e alta produção nos videoclipes e "*Baby*" no lançamento *on-line* de um artista e viralização. Além disso, as referências utilizadas e o *storytelling* trabalhados nos vídeos estavam alinhadas à cultura em suas respectivas épocas. Quanto às imagens de Michael Jackson e Justin Bieber, além de gerarem a identificação do público por meio dos vídeos, ambas as faixas musicais consolidaram-se como marcos nas carreiras dos artistas, tornando-se algumas das músicas mais conhecidas de cada um.

Portanto, a partir da análise, é possível inferir que os videoclipes de "*Thriller*" e "*Baby*" contribuíram na construção da imagem de mito musical de Michael Jackson e Justin Bieber. Ademais, alcançaram o objetivo inicial do videoclipe que é divulgar o artista e o seu trabalho como uma ferramenta publicitária, isso é evidenciado pelo fato de que o álbum "*Thriller*" (Epic, 1982) se tornou o mais vendido da história, enquanto o videoclipe de "*Baby*" se tornou o mais visualizado do YouTube na época.

A partir desta pesquisa, espera-se que demais comunicadores compreendam a importância do videoclipe para a construção da imagem mítica de um artista como estratégia publicitária. Para futuras pesquisas, sugere-se a análise de videoclipes do cantor The Weeknd, considerando que é um artista com presença recente e significativa na mídia e que já acumula uma variedade de vídeos com altas produções de canções distintas, todos seguindo um *storytelling* consistente com os temas de seus álbuns.

A autora, sendo apaixonada por música e grande admiradora de Michael Jackson e Justin Bieber, conclui o estudo com a compreensão da importância do estudo de videocliques e surgimento de mitos musicais, além de adquirir um grande conhecimento pessoal e acadêmico, reforçando sua vontade de trabalhar na área do entretenimento musical, profissionalmente.

## REFERÊNCIAS

- 'BABY' TO BAD BOY: JUSTIN BIEBER'S LIFE IN PHOTOS. Rolling Stone, 2014. Disponível em: <https://www.rollingstone.com/music/music-lists/baby-to-bad-boy-justin-biebers-life-in-photos-10316/>. Acesso em: 25, out. 2023.
- BABY. Direção de Ray Kay. 2010. (3 '39 min.), Videoclipe, son., color.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BIEBER, Justin *et al.* **Baby**. Atlanta: Island Def Jam, 2010. Disponível em: [https://music.youtube.com/watch?v=GqWYJT-iMTw&si=HKGaZhxeN\\_sJpTc](https://music.youtube.com/watch?v=GqWYJT-iMTw&si=HKGaZhxeN_sJpTc). Acesso em 12, out. 2023.
- BIEBER, Justin. **Justin Bieber: Next Chapter** | Documentário Especial (Oficial). 30, out. 2021. Disponível em: <https://youtu.be/RUcLuQ17UV8?si=yxUyUdpEMimcNllm>. Acesso em: 28, out. 2023.
- BIEBER, Justin. **Justin Bieber: Seasons**. 27, jan. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLsifFPg4DahljrAvcYanjaYE2xyd8NDu8>. Acesso em: 28, out. 2023.
- BOMFIM, Danyele. Como Nasce um Ídolo: o mito e suas narrativas. **Revista Opinião Filosófica**, Porto Alegre, v. 06, n. 01, p. 65-76, 2015. Disponível em: <https://opiniaofilosofica.org/index.php/opiniaofilosofica/article/view/383/327>. Acesso em: 2 set. 2023.
- BOROSKI, Marcia. Visualidades da celebridade: gênese, elementos característicos e processos de celebração. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO E IMAGEM - ENCOI, 1., 2014, Londrina. **Anais Eletrônicos**. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2014. p. 1-15. Disponível em: <https://www.uel.br/eventos/encoi/anais/TRABALHOS/GT4/VISUALIDADES%20DA%20CELEBRIDADE%20GENESE.pdf>. Acesso em: 05 set. 2023.
- BRAMLEY, Ellie. **Beat it: a moonwalk through Michael Jackson's fashion history**. The Guardian, 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/fashion/gallery/2018/jun/28/beat-it-a-moonwalk-through-michael-jacksons-fashion-history>. Acesso em: 01, nov. 2023.
- CABELO DE JUSTIN BIEBER É VENDIDO EM LEILÃO POR US\$ 40 MIL. O Globo, 2011. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/cabelo-de-justin-bieber-vendido-em-leilao-por-us-40-mil-2815796>. Acesso em: 25, out. 2023.
- CARVALHO, Claudiane. Sinestesia, Ritmo e Narratividade: interação entre música e imagem no videoclipe. **Ícone**, [S. L.], v. 10, p. 100-114, jul. 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/index.php/icone/article/view/230115/24257>. Acesso em: 28 set. 2023.

CLÍPE DE JUSTIN BIEBER É O VÍDEO MAIS ASSISTIDO DA HISTÓRIA DO YOUTUBE. O Globo, 2011. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/clipe-de-justin-bieber-o-video-mais-assistido-da-historia-do-youtube-2804803>. Acesso em: 28, out. 2023.

CORRÊA, Laura. Breve História do Videoclipe. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO CENTRO-OESTE, 8., 2006, Cuiabá. **Anais Eletrônicos**. Cuiabá: Intercom, 2006. p. 1-15. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2007/resumos/r0058-1.pdf>. Acesso em: 28 set. 2023.

CRUZ, Ricardo. **A Estrela Partida**. Rolling Stone, 2010. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/edicao/a-estrela-partida>. Acesso em: 12, out. 2023.

DISCO THRILLER, DE MICHAEL JACKSON, COMPLETA 30 ANOS. Rolling Stone, 2012. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/disco-ithrilleri-de-michael-jackson-completa-30-anos/>. Acesso em: 12, out. 2023.

ELIADE, Mircea. **O Mito do Eterno Retorno**: cosmo e história. São Paulo: Mercuryo, 1992.

ELIADE, Mircea. **O Mito e a Realidade**. São Paulo: Perspectiva, 1972.

FERNANDES, André. **A história do gigante videoclipe "Thriller", de Michael Jackson**. Igor Miranda: Música e Jornalismo, 2021. Disponível em: <https://igormiranda.com.br/2021/12/michael-jackson-thriller-clipe-historia/>. Acesso em: 12, out. 2023.

FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula; PRADO, Denise. **Celebridades no Século XXI, Volume 2**: diversos perfis, diferentes apelos. Belo Horizonte: Selo Ppgcom Ufmg, 2020. Disponível em: <https://seloppgcomufmg.com.br/wp-content/uploads/2019/08/Celebridades-no-Seculo-XXI-vol.-2-Selo-PPGC>. Acesso em: 2 set. 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GUIDUCI, Isabela. **A evolução musical de Justin Bieber: do pop adolescente de My World 2.0 ao R&B de Changes**. Rolling Stone, 2020. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/evolucao-musical-de-justin-bieber-do-pop-adolescente-de-my-world-20-ao-rb-de-changes/>. Acesso em: 25, out. 2023.

INGLIS, Fred. **A Short History of Celebrity**. New Jersey: Princeton University Press, 2010.

JEDER JÚNIOR,; SOARES, Thiago. **O videoclipe como extensão da canção**: apontamentos para análise. Revista Galáxia, [S. L.], n. 15, p. 91-108, 15 jun. 2008. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=399641241007>. Acesso em: 28 set. 2023.

JUSTIN BIEBER BEIJA UMA MENINA EM "BABY". Capricho, 2015. Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/entretenimento/justin-bieber-beija-uma-menina-em-baby/>. Acesso em: 01, nov. 2023.

JUSTIN BIEBER CONQUISTA OITO RECORDES NO 'GUINNESS WORLD'. Veja, 2016. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/justin-bieber-conquista-oito-records-no-guinness-world>. Acesso em: 28, out, 2023.

LEMES, Emanuela. **Justin Bieber vende acervo musical por R\$ 1 bilhão**. Rolling Stone, 2023. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/musica/justin-bieber-vende-acervo-musical-por-r-1-bilhao/>. Acesso em: 25, out. 2023.

LENTZ, Cheyenne. **10 celebrities who used social media to launch their careers**. Business Insider, 2019. Disponível em: <https://www.insider.com/celebrities-who-started-on-social-media-2019-2#justin-bieber-is-possibly-youtubes-greatest-success-story-3>. Acesso em: 01, nov. 2023.

LITURGIA. *In*: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2023. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/liturgia/>. Acesso em: 02, set. 2023.

MAGALHÃES, Andrieny. **Tendências polêmicas que bombaram nos anos 2010 e a gente não lembrava**. Capricho, 2021. Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/moda/tendencias-polemicas-que-bombaram-nos-anos-2010-e-a-gente-nao-lembrava/>. Acesso em: 02, nov. 2023.

MARINHO, Paulo. **Conheça os discos mais vendidos da história da música**. Rolling Stone, 2023. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/vitrine/conheca-os-discos-mais-vendidos-da-historia-da-musica/>. Acesso em: 12, out. 2023.

MARQUES, Mariana. **Cinema em Hollywood: a história completa**. Instituto de cinema. A História Completa. Instituto de Cinema. [s.d.]. Disponível em: <https://institutodecinema.com.br/mais/conteudo/cinema-em-hollywood-a-historia-completa>. Acesso em: 2 set. 2023.

MORIN, Edgar. **As Estrelas: mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: José Olympia, 1989.

NEVES, José Luis. Pesquisa Qualitativa: características, usos e possibilidades. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v. 1, n. 3, p. 1-5, jun. 1996. Disponível em: [https://www.hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/NEVES-Pesquisa\\_Qualitativa.pdf](https://www.hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/NEVES-Pesquisa_Qualitativa.pdf). Acesso em: 04 out. 2023.

NEWKEY-BURDEN, Chas. **Justin Bieber: uma biografia não autorizada**. São Paulo: Prumo, 2012.

PALUDO, Ticiano. **Da Mitologia Ancestral à Mitologia Musical: reflexos do espetacular e do hiperespetacular em videocliques de david bowie, kiss e lady gaga..** 2017. 329 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação Social, Pontifícia



Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em: [https://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/7290/2/TES\\_TICIANO\\_RICARDO\\_PALUDO\\_COMPLETO.pdf](https://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/7290/2/TES_TICIANO_RICARDO_PALUDO_COMPLETO.pdf). Acesso em: 02 set. 2023.

PONTES, Pedro. Linguagem dos videocliques e as questões do indivíduo na pós-modernidade. **Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, v. 8, n. 10, p. 47-51, 10 nov. 2003. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/799>. Acesso em: 28 set. 2023.

QUANDO UMA MTV RACISTA SE RENDEU AO TALENTO DE MICHAEL JACKSON. MJ Beats, 2023. Disponível em: <https://mjbeats.com.br/2023/09/quando-uma-mtv-racista-se-rendeu-ao-talento-de-michael-jackson/>. Acesso em: 12, out. 2023.

ROCHA, Everardo. **O Que É Mito**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

ROJEK, Chris. **Celebrity**. London: Reaktion, 2001.

SIMÕES, Paula; FRANÇA, Vera. Celebidades, acontecimentos e valores na sociedade contemporânea. **E-Compós**, Belo Horizonte, v. 23, p. 1-25, 08 abr. 2020. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1910/1964>. Acesso em: 02 set. 2023.

SOARES, Thiago. O videoclipe como articulador dos gêneros televisivo e musical. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 9., 2007, Salvador. **Anais Eletrônicos**. Salvador: Intercom, 2007. p. 1-13.

SOARES, Thiago. Sobre Regimes Audiovisuais e Poéticas do Videoclipe. In: ENCONTRO DE PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E MÚSICA POPULAR, 3., 2011, Recife. **Anais Eletrônicos**. Recife: Musicom, 2011. p. 1-15. Disponível em: <http://docplayer.com.br/77990236-Sobre-regimes-audiovisuais-e-poeticas-do-videoclipe-1.html>. Acesso em: 28 set. 2023.

TARABORRELLI, J. Randy. **Michael Jackson: the magic, the madness, the whole story**. 1958-2009.. New York: Grand Central Publishing, 2009.

TEMPERTON, Rod. **Thriller**. Nova York: Epic Records, 1982. Disponível em: [https://music.youtube.com/watch?v=Z85lxckrtzg&si=BF\\_FdLDgnAsrZi7R](https://music.youtube.com/watch?v=Z85lxckrtzg&si=BF_FdLDgnAsrZi7R). Acesso em 06, out. 2023.

THE WAY YOU MAKE ME FEEL. Direção de Joe Pytko. 1987. (9 '24 min.), Videoclipe, son., color.

THRILLER. Direção de John Landis. 1983. (13 '42 min.), Videoclipe, son., color.

TRAVASSOS, Alexandre. **A História dos Filmes de Terror**. Mood, 2014. Disponível em: <https://www.mood.com.br/filmes-de-terror/#:~:text=FILMES%20DE%20TERROR%20%E2%80%93%20COMO%20TUDO,foi%20%E2%80%93%20Gabinete%20do%20Dr>. Acesso em: 12, out. 2023.

VALLE, Eduardo. **Billions Club: quem aparece mais vezes no "clube dos bilionários" do Spotify?**. Rolling Stone, 2023. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/musica/billions-club-quem-sao-os-artistas-mais-listados-no-clube-dos-bilionarios-do-spotify/>. Acesso em: 25, out. 2023.



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Pró-Reitoria de Graduação e Educação Continuada  
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar  
Porto Alegre - RS - Brasil  
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564  
E-mail: [prograd@pucrs.br](mailto:prograd@pucrs.br)  
Site: [www.pucrs.br](http://www.pucrs.br)