

## Expandindo as Fronteiras do Álbum Visual: O Caso *Lemonade* de Beyoncé Knowles<sup>1</sup>

Leonam Casagrande Dalla Vecchia<sup>2</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

### Resumo

O artigo propõe a discussão acerca dos mecanismos de produção, circulação e consumo do formato álbum-visual nas esferas industriais da sociedade pós-moderna. Tem como objetivo geral refletir sobre a possibilidade da existência de um campo autônomo do álbum-visual. Para tanto, utiliza-se de um arcabouço teórico que esboça um resgate histórico acerca das principais experimentações que se aproximam do formato; aponta aspectos produtivos e estéticos dos principais álbuns visuais contemporâneos e, por fim, realiza uma análise de *Lemonade*, da artista e empresária Beyoncé Knowles. A metodologia empregada busca dar conta de aspectos externos e internos da obra, analisando o cenário contextual de produção do álbum visual, observando os seus impactos mais significativos para a indústria do entretenimento.

### Palavras-chave

Álbum-visual; Cultura Pop; Pós-modernidade; Audiovisual; Beyoncé Knowles.

#### 1) Antecedentes do Formato

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

De modo geral, a ideia por trás do álbum visual é - surpreendentemente - um conceito relativamente novo. Não há uma lista definitiva sobre os trabalhos que podem ser classificados como tais, e o Wikipédia não possui nenhum artigo para este termo ainda. Uma pesquisa no Google por “visual álbum

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 4 – Comunicação Audiovisual do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Bacharel em Cinema pela Universidade Federal de Santa Catarina, recém-formado, e-mail: leonamvecchia@gmail.com

wiki" ganha 38000 resultados, e Beyoncé domina a primeira página em meio a inúmeros outros artistas. (ESTRELLA, 2016, tradução nossa)<sup>3</sup>

Muitos artistas e bandas – antes mesmo de Beyoncé e de *Lemonade* - já realizaram incursões neste formato - alguns de forma mais tímida, outros com experimentações mais arriscadas. Utilizando-nos do repertório de teorizações já existentes acerca dos produtos culturais dos quais o álbum visual carrega suas principais características, podemos delimitar certos traços recorrentes na maioria dos álbuns visuais já produzidos - os quais não são muitos - porém em número suficiente para estabelecermos certos parâmetros narrativos, definições de forma, limites estéticos e conceituações mais precisas acerca deste formato em franca ascensão.

Carregando ecos temporais com o videoclipe, o álbum visual é um produto que se assemelha de muitas maneiras às marcas estéticas videoclípticas, tanto no berço de sua história de surgimento quanto na maioria de seus elementos estruturais e de linguagem. A história do videoclipe, de certa maneira, foi o terreno para as primeiras experimentações na esfera do álbum visual; e, portanto, ambos compartilham muitas similaridades. Como diz Thiago Soares (2012, p. 11):

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

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

<sup>3</sup> <http://cnnphilippines.com/life/entertainment/music/2016/04/26/visual-albums.html>

intrínsecas de produção e consumo e nas suas relações com as plataformas existentes na internet.

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

Ainda que a estrutura narrativa seja mais próxima do universo cinematográfico, *A Hard Day's Nigth* carrega traços estilísticos importantes que o coloca em um patamar diferente dos filmes de narrativa clássica. Podemos dizer que ele se localiza em um universo do entre: é um produto cultural que gravita em torno das indústrias fonográfica e cinematográfica, concebido para um fim específico e bem delimitado, tornando-se um ponto de referência para a indústria do entretenimento. De modo geral, trata-se de uma das primeiras vezes em que um formato semelhante ao formato de álbum visual - como visto nos dias atuais - foi vislumbrado nos horizontes da cultura pop, sendo também um marco para a história deste produto cultural que viria, posteriormente, iniciar a sua consolidação no capitalismo tardio.

Mesmo com características semelhantes às do videoclipe, *A Hard Day's Nigth* - enquanto “filme-clipe” - ainda carregava traços narrativos e estilísticos díspares, que encontram mais eco no modelo de álbum visual do que em qualquer outro formato preexistente. Desse modo, já conseguimos apontar que o espaço ocupado se trata essencialmente de um entre-lugar, o qual se caracteriza por ser uma mescla de: (1)

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

Um pouco mais tarde, em 1982, o filme *The Wall* - produzido pelo diretor Alan Parker e baseado no álbum homônimo da banda britânica de rock Pink Floyd – veio se firmar como uma das incursões com apelo mais artístico no terreno do álbum visual. O roteiro - escrito pelo vocalista e baixista da banda Roger Waters - possui pouquíssimos diálogos, sendo bastante metafórico e, essencialmente, movido pelas músicas de fundo que acompanham a narrativa.

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

Num cenário em que o videoclipe despontava no horizonte como uma forma de expressão mercadológica e estética em plena ascensão, fazer um filme tendo como

ponto de partida um álbum musical inteiro representou um movimento ousado empreendido pela banda britânica. Nesse sentido, o que Pink Floyd fez - abrindo profundos precedentes para o álbum visual - foi operar um conceito audiovisual expansivo, muito mais do que promover, nos moldes clássicos, um álbum fonográfico clássico e unicamente sonoro. A banda britânica quebrou barreiras, ressignificou o seu álbum de músicas e construiu as bases de um formato inovador e pulsante, que não demoraria a se inserir na indústria do entretenimento pós-moderno.

No decorrer da década de 80 a televisão passou a exercer um papel fundamental na ascensão dos vídeos musicais ao *mainstream* e possibilitou a sua posterior consolidação no mercado do entretenimento. A MTV estabeleceu importantes paradigmas para a época e remodelou a forma como as pessoas passaram a consumir música e audiovisual. As relações de produção, promoção e circulação desses produtos passaram por definitivas transformações durante a década de 80: os produtos culturais pop tornavam-se cada vez mais híbridos a medida em que se diversificavam os modelos nas esferas produtivas. Um álbum fonográfico passava a circular entre as esferas cinematográficas, televisivas e videoclipticas, o que implicou em redefinições do próprio conceito de música, transformando, portanto, os modos de consumo. Os artistas começavam a prezar por uma experiência conceitual-musical-visual, alargando as fronteiras entre os formatos já pré-estabelecidos e propondo obras cujos objetivos incluíam a reflexão sobre o papel do artista na indústria pop.

## 2) O Lugar do Entre

Podendo ser caracterizado enquanto um produto híbrido, que habita um entre-lugar, o álbum visual ainda é um conceito de difícil definição e apreensão, seja no âmbito acadêmico, industrial e/ou da crítica, principalmente no que diz respeito ao estabelecimento de parâmetros estruturais: estético-narrativos, estilísticos, linguísticos e sensitivos. A maioria dos álbuns visuais existentes na contemporaneidade são produtos que assim se definem pelos próprios artistas que os produzem, tornando a tarefa de “catalogação” do formato uma tarefa um tanto intrincada e complexa, o que dificulta o encontro de instâncias que legitimem o formato como produto cultural habitante e/ou possuidor de um campo autônomo na indústria do entretenimento em suas mais variadas relações de produção e consumo.

No entanto, através da observação empírica de obras da cultura pop contemporânea, identificamos uma crescente adoção por este formato artístico “alternativo” (que percorre ainda as margens dos circuitos industriais), a despeito do valor mercadológico quase inexistente do álbum visual. Diferentemente do vídeo musical, com lógicas promocionais bem definidas – operando em um campo autônomo composto por particularidades estruturais e estéticas próprias - o álbum visual carece do reconhecimento de um fator determinante, que o distancia fundamentalmente do campo do videoclipe: o álbum visual não obedece a lógica mercantil da venda de um *single*<sup>4</sup> simplesmente porque o formato é longo demais para o mercado fragmentado do videoclipe. Enquanto os videoclipes possuem em média de 3 a 5 minutos de duração e são fragmentos exclusivos de uma obra fonográfica maior, o álbum visual possui em média duração de 45 minutos a 1 hora. Longe do caráter promocional da instantaneidade mercadológica e vendável do videoclipe, o álbum visual busca expandir visualmente o universo conceitual e temático de um determinado disco. Vale salientar, no entanto, que o álbum visual ainda assim integra a indústria do entretenimento, sendo impossível separá-lo totalmente da lógica do mercado. A provocação aqui é a de que o álbum visual retém uma menor força promocional instantânea quando comparada a outras formas de vendagem - tais como a produção de videoclipes ou lançamento de *singles* nas rádios - mas ainda sim possui uma força intrínseca, associada menos à questão temporal e mais às questões conceituais.

Nesse sentido, a proposta da reflexão diz respeito à própria constituição de dois produtos culturais - videoclipe e álbum visual - e como as relações de produção e consumo podem ser diferentes a partir do momento em que o valor externo da lógica mercantil se distancia como objetivo primário e a obra de arte se torna um fim em si mesmo. Que tipo de relações de produção e consumo se configuram em um álbum visual, quando o resultado concebido a partir de um disco pop não circula por circuitos cinematográficos, ou canais de televisão e muito menos configura entre os circuitos próprios da indústria da música? Esse aspecto demonstra que a crescente produção dos álbuns visuais se dá no seio de uma indústria do entretenimento que parece estar em franca transformação. Com a popularização da internet e o aumento de plataformas de redes sociais, os álbuns visuais e a *web* estabeleceram entre si profundas relações de produção, circulação e consumo, uma vez que a cultura cibernética modifica os modos

<sup>4</sup> Música retirada de um álbum fonográfico e trabalhada pelo artista na promoção do disco em performances televisivas e/ou na gravação de um videoclipe.

de interação e de intermediações entre público consumidor e produtores. O álbum visual é compreendido, portanto, enquanto um produto híbrido, produzido pelo artista para o seu grupo de fãs de forma direta, com intermediações externas na relação artista/consumidor operando lógicas diferenciadas:

A visualização de um álbum inteiro, então, é um empreendimento criativo desafiador. Que narrativa amarra o todo? Que imagens são consistentes e esteticamente apropriadas para a música? É uma chance para os músicos e cantores provarem as suas visões criativas, explorarem as suas próprias profundidades, se conectarem com as pessoas e assumirem um completo controle sobre o que estão produzindo. (ESTRELLA, 2016, p. 01, tradução nossa)<sup>5</sup>

O álbum visual assume um caráter de possibilidade de experimentação, de conexão entre o artista e o seu público; uma forma de levar a experiência de um álbum a outros níveis de exploração artística, articulando formas estético-narrativas próprias. De diversas maneiras e em formas narrativas um tanto quanto variadas, os álbuns visuais estabelecem-se como extensões de um universo em expansão, criado pelos próprios artistas e compartilhado através da internet como forma de vínculo profundo entre criador e público. O álbum visual se torna um conceito complementar à experiência musical: o que antes era captado através de uma experiência unidimensional (através do som), agora estimula a captação dos conceitos auditivos imaginados pelo artista e reinterpretados através de símbolos imagéticos, de modo que a experiência sinestésica dos sons e imagens oferece uma experiência bidimensional. A característica sinestésica do álbum visual, portanto, é um dos aspectos mais relevantes do formato, por permitir uma expansão sensorial de sentidos que afeta não apenas o ouvinte, mas sim o ouvinte-espectador da obra.

Por ser um formato sinestésico e promissor no que diz respeito à expressão musical, o álbum visual começa a conquistar a sua legitimidade no mesmo espaço que recriou o formato nos moldes como ele é conhecido atualmente: na internet. É nos meios digitais que os terrenos mais férteis para a construção de um campo autônomo do formato se encontram, e com um pouco de pesquisa imersiva é possível encontrar artigos em revistas e portais importantes da cultura pop que legitimam os álbuns visuais como bens simbólicos da nova era do consumo de música digital.

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

A filial filipina do portal de notícias norte-americano CNN publicou em seu website no dia 26 de Abril de 2016 um artigo de Fiel Estrella, intitulado "A.V. club: A brief history of visual albums from the Beatles to Beyoncé"<sup>6</sup>. O artigo destaca os principais álbuns visuais produzidos no decorrer do tempo, levantando indícios de que o formato sempre esteve rondando as arestas da cultura pop ainda que não estivesse participando ativamente no núcleo da indústria do entretenimento.

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

*Lemonade* – lançado em Abril de 2016 e álbum ganhador na categoria "Breakthrough Long Form Video" - é o sexto álbum fonográfico de estúdio de Beyoncé Knowles e o segundo álbum visual da artista, produzido inteiramente pela sua própria gravadora: a *Parkwood Entertainment*. Sucessor do aclamado álbum visual autointitulado *Beyoncé*, lançado em 2013, *Lemonade* estabeleceu novos parâmetros para a indústria do entretenimento ao não utilizar métodos clássicos para ser promovido e mesmo assim se tornar um sucesso comercial e de crítica em larga escala.

Em *Lemonade*, Beyoncé nos narra - através de diferentes atos (em estrutura similar à apresentada pelo diretor francês Jean Luc-Godard em seu filme *Vivre Sa Vie*<sup>7</sup>) - as fases de luto por conta de um relacionamento em declínio. O motivo deste declínio é uma traição que vai sendo descoberta aos poucos, em cada ato, na medida em que

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

<sup>7</sup> *Lemonade* lembra a estrutura do filme *Vivre Sa Vie*, do diretor francês Jean-Luc Godard – o qual é dividido em 12 contos sobre a vida de Nana (interpretada por Anna Karina). Nana eventualmente cai na prostituição, mas *Vivre Sa Vie* pode ser lida também como uma história de independência feminina; de deixar um homem para viver a sua própria vida. (EDELMAN, 2016, p. 01, tradução nossa; disponível em: <http://www.vulture.com/2016/04/beyonce-lemonade-recap.html>)



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

*Lemonade* – álbum visual com cerca de 60 minutos de duração – é dividido em 11 atos<sup>8</sup> organizados na seguinte ordem cronológica: Intuição, Negação, Ira, Apatia, Vazio, Prestação de Contas, Reforma, Perdão, Ressurreição, Esperança e Redenção.

*Lemonade* é uma fábula sobre percorrer uma jornada de autoconhecimento e cura, com o qual todas as mulheres do mundo podem se identificar; ao mesmo tempo em que aborda as complexidades das mulheres afro-americanas com um foco direto nas dificuldades enfrentadas pela própria cantora. (...) A ode de Beyoncé à arte e às culturas negras não estão, no entanto, limitadas a traduções da história negra na América e nos desafios que essas pessoas - ainda marginalizadas – enfrentam nos dias atuais. As influências do tribalismo e das práticas culturais africanas – que Beyoncé, em última instância, celebra – também são temas proeminentes em *Lemonade*. (OKOROAFOR, 2016, p.01, tradução nossa)<sup>9</sup>

Outro aspecto fundamental para o sucesso do álbum visual se dá pelo fato de que ele é um grande manifesto político da cantora ao se “descobrir” mulher e negra, inserida em uma sociedade cuja indústria é comandada por uma hegemonia branca e machista. Beyoncé trouxe inúmeros elementos sonoros característicos da negritude, enquanto que no aspecto visual explora com amplitude o feminismo através de planos, enquadramentos, fusões, elementos, personagens, atrizes, cores e referências históricas às mulheres negras e a sua importância no cenário político contemporâneo. A força narrativa do álbum reside justamente na complexa rede que se constrói através de símbolos e signos visuais e sonoros, cujos sentidos políticos, sociais, culturais e pessoais explodem em sinergia incandescente. Portanto, narrativamente e tematicamente, *Lemonade* é um grito rasgado, que se fragmenta em múltiplas direções,

<sup>8</sup> Uma referência clara ao modelo de Kübler-Ross, mais conhecido como "Os Cinco Estágios do Luto". Em 1960, a psiquiatra suíça Elisabeth Kübler-Ross estabeleceu as experiências pelas quais a maioria das pessoas passam quando estão em luto, nomeando os cinco estágios: Negação, Ira, Barganha, Depressão e Aceitação. (PERRING, 2016, p. 01; disponível em: <http://www.uky.edu/~cperring/kr.htm>)

<sup>9</sup> <https://venturesafrica.com/features/the-african-influences-in-beyonces-lemonade-album-explained/>

desvelando desde o (possível) relacionamento conturbado de Beyoncé com o marido, até elementos que nos remetem à (possível) família da cantora e o impacto da mesma sobre a sua carreira. Além disso, *Lemonade* explora temáticas políticas sobre a negritude americana em geral, a liberdade feminina na atualidade e o empoderamento das mulheres no seio da sociedade hegemonicamente machista em que vivemos.

Se você quer uma prova de que *Lemonade* é um revolucionário passo adiante, você só precisa dar uma olhada no que as pessoas estão escrevendo sobre ele. Críticos estão escrevendo sobre a primeira vez em que eles "assistiram" a um álbum, aonde antes eles poderiam apenas escrever sobre "ouvir" a um álbum; outros estão forçando a si mesmos a escrever sobre a música e sobre os visuais em separado. Nenhum outro álbum recente justificou este tipo de delimitação, e esse é o aspecto mais emocionante sobre *Lemonade*: **ele está estabelecendo um novo padrão para uma narrativa pop em sua mais alta escala.** (COX, 2016, p. 01, tradução nossa)<sup>10</sup>

### 3) Caminhos Possíveis para a Análise de *Lemonade*

Buscando nos autores Thiago Soares (2005, 2006, 2007, 2008, 2012, 2015) e Jeder Janotti (2006, 2008, 2015) alicerces teórico-metodológicos, é possível explorarmos alguns conceitos com intuito de elucidarmos como a análise do álbum visual pode ser trilhada, através de alguns exemplos estético-narrativos retirados do álbum-visual *Lemonade*.

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

Estes pressupostos teóricos nos ajudam a entender o conceito de "contrato audiovisual" (CHION *apud* SOARES, 2006). Este contrato audiovisual se caracteriza por uma série de cláusulas que tem como premissa o percurso iniciado na canção popular massiva para a desconstrução do videoclipe em seus elementos mais

<sup>10</sup> <http://www.theverge.com/2016/4/25/11503124/beyonce-lemonade-visual-album-format-bjork-rihanna>

fundamentais. É neste contrato que estão inscritos os subsídios necessários para uma análise a partir dos elementos sonoros anteriormente inscritos na canção. Nesse sentido, o conceito delinea um dado percurso para as análises e nos ajuda a compreender o álbum visual como um produto complexo, mas que tem como um possível ponto de partida a canção popular massiva. Desse modo,

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

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

Outros dois conceitos relevantes para se discutir quais elementos presentes na música traçam paralelos estéticos com os conceitos presentes nos audiovisuais, dizem respeito aos "versos gancho" (VERNALLIS *apud* SOARES, 2006) e "ganchos visuais" (GOODWIN *apud* SOARES, 2006).

"Versos gancho", termo cunhado por Carol Vernallis (*apud* SOARES, 2006), traz à tona a letra da canção como gancho para as imagens apresentadas no audiovisual. Trata-se de identificar, portanto "o trecho que mais evidentemente se projeta como imagem ou que cristaliza um ponto de vista sobre a letra, que, na maioria das vezes, está relacionada ao título da canção". (VERNALLIS *apud* SOARES, 2006, p. 06) De uma

maneira geral, o “verso gancho” estará no refrão da canção, como uma espécie de síntese. Por outro lado, Andrew Goodwin (*apud* SOARES, 2006) propõe a busca dos "ganchos visuais", conceito que irá partir de uma perspectiva imagética. Para o autor, este gancho nada mais seria do que estratégias produtivas para manter o espectador investido no videoclipe, assim como os refrões repetitivos e cíclicos são estratégias da esfera musical para manter o ouvinte investido na canção que escuta.

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

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

Um exemplo claro de como esses conceitos encontram-se inscritos em análises possíveis do álbum visual *Lemonade*, é encontrada na música *Hold Up*.

Conforme os primeiros acordes da canção "Hold Up" começam, Beyoncé desce as escadas encharcadas pelos litros de água que escorreram do lugar onde se encontrava anteriormente, caminhando em direção a um lugar perdido no tempo e no espaço. "A música não tem peso, não tem lugar, não tem tempo – é um caleidoscópico sonho ouvido através das paredes e através das gerações." (DOMBAL, 2016, p. 01, tradução nossa)<sup>11</sup> Os acordes que acompanham a caminhada triunfal de Beyoncé são provenientes de um *sample*, reutilizados a partir da música "Can't Get Used to Losing You", escrito por Doc Pomus e Mort Shuman. As batidas compassadas do *sample* estabelecem a atmosfera geral do visual que será apresentado: acordes rítmicos e alegres

<sup>11</sup> <http://pitchfork.com/reviews/tracks/18207-beyonce-hold-up/>

direcionam o visual colorido da música, apesar de soarem propositalmente irônicos se levarmos em conta o conteúdo desvelado pela letra.

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

O contrato audiovisual estabelecido aqui vai de encontro ao pensamento teórico de Thiago Soares e Jader Janotti (2008). Uma vez analisados, os produtos não devem mais ser lidos em separado, como se estivessem subjugados por qualquer hierarquia de importância entre o som e imagem. Neste caso podemos alargar os sentidos do conceito, pensando que só podemos construir uma profunda análise acerca do álbum visual se o pensarmos a partir de uma visão macro, estabelecendo quais são as relações de produção, recepção e consumo deste produto na indústria cultural.

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

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

Nesse sentido, podemos dizer que o álbum visual possui um campo que está em constante construção. Trata-se de um tipo de obra em plena ascensão no cenário contemporâneo e que congrega dimensões estruturais complexas que ainda estão sendo delineadas. Podemos pensar, portanto, que o conjunto de álbuns visuais lançados até hoje, como vimos anteriormente neste trabalho, compartilham de noções conceituais sinestésicas semelhantes, estruturas narrativas que dialogam com as propostas das músicas do álbum, linguagens visuais específicas que transitam pelo cinema, pela televisão, pelo vídeo, e modos de circulação e consumo específicos e intrínsecos ao formato que encontra no fã a figura ideal. O formato refrata, redireciona, recontextualiza e reconfigura a sociedade na qual está inserida a partir do momento em que se torna peça fundamental de uma cultura pop em que o espaço dos fãs aumenta exponencialmente. Os álbuns visuais estão transformando as relações de produção nas indústrias culturais, miscigenando estruturas e hibridizando formas de expressão artística em conceitos estéticos de projetos visuais, ressignificando as camadas dimensionais das obras audiovisuais na cultura pop.

### **Referências Bibliográficas**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

VOGLER, Dalton. See the Music: The Evolution of Visual Albums – From Beatles to Beyoncé, longform music vídeos provide a powerful canvas. 29 de julho de 2016. Disponível em: <<https://medium.com/cuepoint/the-history-and-evolution-of-visual-albums-77592e14304#.7yyhwmvx5>> Acesso em 22 de outubro de 2016.