

## ***Mis Planes son Amarte: A Construção Narrativa em um Álbum Visual***<sup>1</sup>

Leonam CASAGRANDE DALLA VECCHIA (UFF)<sup>2</sup>

### **Resumo**

O artigo propõe-se a realizar uma análise comparada entre dois álbuns visuais contemporâneos, destacando os principais aspectos formais, estéticos e narrativos que caracterizam o álbum visual enquanto um produto cultural híbrido. Tendo em vista as especificidades estilísticas do formato em estudo e as influências dos experimentos audiovisuais popularizados por *Beyoncé* (Beyoncé, 2013), artista pop *mainstream* norte americana, trazemos à tona o álbum visual *Mis Planes Son Amarte*, do artista colombiano Juanes (2017), para compreendermos de que maneira os artistas empregam o formato em suas obras artísticas e constroem a narrativa visual e sonora que perpassa os trabalhos empíricos de estudo.

**Palavras-chave:** Álbum Visual; Cultura Pop; Narrativa.

### **Abstract**

The paper proposes to undertake a comparative analysis between two contemporary visual albums, highlighting the main formal, aesthetic and narrative aspects that characterize the visual album as a hybrid cultural product. Considering the stylistic specificities of this format and the influences of the audiovisual experiments popularized by *Beyoncé* (Beyoncé, 2013), mainstream American pop artist, we bring to the fore the visual album *Mis Planes son Amarte*, by the Colombian artist Juanes (2017), to understand how both artists use the format in their artistic works to build the visual and sound narratives that runs through the empirical work of study.

**Keywords:** Visual Album; Pop Culture; Narrative.

## **1. Introdução**

O álbum visual - objeto empírico de estudo trazido a tona nesta pesquisa - é um produto cultural com especificidades e características identificáveis ao seu formato. A sua presença está inserida em uma sociedade cada vez mais atravessada pela cultura digital e pelo entrelaçamento de sensibilidades estéticas advindas de diferentes formatos audiovisuais e sonoros surgidos na modernidade. Com o passar dos anos, produtos culturais que eram antes circunscritos a determinadas experiências de fruição estética

---

<sup>1</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

<sup>2</sup> Bacharel em Cinema pela Universidade Federal de Santa Catarina, Mestrando em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense e pesquisador dos Grupos de Pesquisa LabCult/UFF e Televisões/UFF ([leonamvecchia@gmail.com](mailto:leonamvecchia@gmail.com)).

específicas encontram - nas reconfigurações culturais propostas pelo advento da *internet* - um caminho possível em direção a uma prática que ultrapasse determinados protocolos de fruição sonora e/ou audiovisual. Dessa maneira, o cenário cultural contemporâneo permite aos artistas inseridos na indústria fonográfica construir universos audiovisuais que dialoguem com o conteúdo sonoro proposto pelos seus álbuns fonográficos, lançando mão de uma proposta que apresente ao seu público uma maneira outra de experienciar o álbum de músicas em sua totalidade, antes circunscrito apenas à sua dimensão sonora de usufruição.

Ao pensarmos no álbum visual como um produto inserido em uma indústria cultural altamente complexa, não podemos deixar de refletir acerca de uma perspectiva histórica dos formatos que - reconfigurados à partir dos tensionamentos técnicos e culturais tão comuns na contemporaneidade - constituem as bases estéticas do formato em estudo. Os produtos culturais que tecem as fundações híbridas inerentes ao formato álbum visual, portanto, devem ser pensadas enquanto objetos que possuem as suas próprias particulares plásticas, características narrativas e que pressupõem determinados protocolos definidos de escuta e visualidade por parte do espectador/ouvinte que os consome.

## 2. Caracterizando o Álbum Visual

Tendo como ponto de partida o cenário cultural contemporâneo e as reconfigurações audiovisuais proporcionadas pelo advento da *internet*, é necessário empreendermos uma rápida revisão histórica acerca dos dois pilares que sustentam o formato audiovisual em estudo, apontando de que maneira as convenções próprias aos dois produtos culturais se tornam híbridos e complementares na experiência sonoro-visual proposta pelo álbum visual.

O termo **álbum visual** tornou-se popular à partir do lançamento de *Beyoncé* (2013), álbum homônimo da artista norte-americana Beyoncé Knowles. Descrito como um *visual album*<sup>3</sup> pela própria cantora, Beyoncé lançou mão de um discurso com forte teor nostálgico sobre uma certa "perda da experiência sonora em sua totalidade"<sup>4</sup>. Ao lamentar a transformação da fruição musical contemporânea em momentos curtos e

<sup>3</sup> *Álbum visual*, em tradução livre.

<sup>4</sup> <<https://www.youtube.com/watch?v=IcN6Ke2V-rQ>> Acesso em 22/11/2018

efêmeros (à partir de *singles* isolados), a artista aciona uma lembrança específica de sua infância, ligada à forma como as pessoas consumiam músicas antigamente, tentando resgatar um certo protocolo específico de fruição pressuposto na audição de um álbum fonográfico completo. Para tentar resgatar essa experiência supostamente perdida, a artista se viu impelida a criar uma experiência que ultrapassasse a dimensão unicamente sonora da obra, permitindo que o seu público consumisse o álbum tanto à partir da audição como também à partir da visão, criando um universo expandido que encapsularia, ao mesmo tempo, possíveis dimensões sonoras e visuais de um mesmo produto cultural.

Partindo da incorporação deste termo ao argumento central do estudo proposto por este trabalho, podemos refletir sobre o álbum visual à partir do significado das palavras que compõem esta expressão, permitindo-nos traçar as bases híbridas e as principais reverberações estéticas que se materializam na constituição deste formato audiovisual.

Por um lado, quando pensamos na palavra "álbum" (KEIGHTLEY, 2004) - inserido no contexto da indústria fonográfica - pensamos no álbum de músicas como um formato que pressupõe certas convenções simbólico-materiais e protocolos de escuta bem definidos (WALTENBERG, 2016). Pensar no álbum fonográfico, portanto, nos aciona uma trajetória do formato no interior da indústria cultural, permitindo-nos pensar em uma experiência estética própria ao ato de ouvir a uma obra fonográfica em sua totalidade.

Mesmo havendo uma certa ideia de "morte" dos suportes físicos musicais (CARVALHO E RIOS, 2009) na contemporaneidade digital propagada por diversos veículos de comunicação<sup>5</sup> e pesquisadores vinculados aos Estudos de Som, o álbum fonográfico é ainda um modelo constantemente adotado pelos artistas inseridos no interior da indústria fonográfica para apresentar a sua obra ao público, permitindo-nos refletir sobre uma certa estruturação lírica ao redor do conteúdo sonoro proposto pelo artista. Indo em direção a esta linha de raciocínio, é possível argumentarmos sobre a existência de um conceito na ideia de álbum que se expande para além da fisicalidade do suporte ao qual o álbum sempre esteve vinculado, e que se encontra no plano de convenções estilísticas particulares e inerentes ao consumo de um álbum fonográfico

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://www.targethd.net/o-cd-morreu-para-dar-espaco-para-o-streaming-de-musica/>> Acesso em 28/11/18.

como uma obra única e indivisível; convenções estas compartilhadas tanto pelos artistas que atuam na produção musical das obras quanto pelo público que as consome. Nesse sentido, tendo como pano de fundo os desdobramentos tecnológicos que permitiram protocolos de escuta específicos relacionadas ao álbum de músicas, faz parte da linha argumentativa deste estudo destacar as diversas materialidades sonoras e condições de circulação e consumo que possibilitaram a formatação e a consolidação de certas convenções simbólico-materiais do formato álbum fonográfico no interior da indústria fonográfica.

Por outro lado, quando refletimos sobre a outra metade da nomenclatura proposta ao formato estético em estudo nesta pesquisa - a saber, o termo "visual" - a expressão parece carregar em si toda a história/trajetória de um dos gêneros audiovisuais mais importantes na circulação, manutenção e consolidação de artistas musicais na indústria fonográfica moderna. O vocábulo "visual", acoplada à ideia do álbum (fonográfico), nos evoca uma certa visualidade da música popular massiva, o que torna possível pensarmos no gênero audiovisual materializado pelo videoclipe como constituinte fundamental das bases estético-narrativas materializadas pelo álbum visual.

Ao refletirmos sobre o videoclipe, estamos pensando em horizontes de expectativas específicos que dizem respeito aos gêneros musicais (JANOTTI JÚNIOR, 2008) acionados pelas sonoridades aplicadas à tessitura audiovisual; e aspectos conectados aos gêneros televisivos (SOARES, 2016) em suas dimensões de produção, circulação e consumo, tendo em mente a Music Television<sup>6</sup> como o principal agente motor dos desenvolvimentos deste gênero audiovisual no interior da indústria do entretenimento. O videoclipe materializa aspectos ligados à lógica de mercado trazida à frente quando pensamos na música popular massiva e em seus desdobramentos através da indústria fonográfica, na medida em que não podemos desconectar a gênese e consolidação deste gênero audiovisual do seu intuito primordial: a promoção de uma obra fonográfica através de um *single* retirado do mesmo e, conseqüentemente, a circulação da *star persona* de um artista/banda pelos meandros da indústria cultural.

Ao pensarmos sobre os vídeos musicais, portanto, estamos novamente acionando uma certa experiência estética particular produzida pelo artista ao seu público

---

<sup>6</sup> A MTV foi um canal de televisão surgido no início dos anos 80. Se caracterizou por ser um veículo de comunicação importantíssimo para a manutenção e consolidação do videoclipe no seio da indústria fonográfica moderno-contemporânea.

consumidor; experiência esta que também possui convenções simbólicas próprias, bem como protocolos de fruição específicos a este gênero audiovisual (HOLZBACH, 2016). Os videoclipes trazem circunscrito em sua formatação plástica lógicas de produção, circulação e consumo bem definidas. Nesse sentido, os vídeos musicais não poderiam ser pensados em sua dimensão apenas visual ou apenas sonora: tal gênero audiovisual seria o imbricamento do visual amalgamado ao sonoro em uma experiência estética própria e fortemente enraizada e sedimentada pela indústria do entretenimento contemporânea.

É importante destacar, aqui, que alguns álbuns visuais contemporâneos também irão lançar mão de estratégias narrativas televisivas/cinematográficas para a sua construção audiovisual, tais como a criação de personagens fictícios, enredos mais ou menos consistentes e ambientações que ajudem a estruturar a narrativa apresentada. No entanto, ainda que o álbum visual possua tais elementos narrativos, o fio condutor da obra é tão frágil quanto o existente na maioria dos videoclipes, não permitindo que a narrativa se sobreponha ou subjuguie a música que está em primeiro plano. É importante frisar aqui que a despreocupação narrativa (VERNALLIS, 2004) - característica fundamental do videoclipe - se estabelece também no álbum visual, dando ênfase particular à música popular massiva que aglutina toda a obra e não permitindo que a construção narrativa de personagens e enredos sacrifique a *dimensão performática* (TAYLOR, 2013; GOFFMAN, 1985) da obra audiovisual, particularidade central do produto cultural aqui estudado e que será abordada mais detalhadamente a frente.

Tendo desvelado as principais bases fundantes que deram origem ao formato aqui estudado, uma caracterização mais sistematizada do que seria um álbum visual se torna necessária, a fim de que possamos operacionalizar as posteriores análises comparadas à partir de parâmetros mais ou menos específicos e bem delimitados. O *álbum visual*, portanto, se caracteriza por ser um produto híbrido entre o álbum fonográfico (no qual o seu conteúdo sonoro pode variar entre 10 a 16 faixas sonoras, em média) e a estética do videoclipe aplicada a um vídeo em longo formato (que pode variar entre 30 minutos a 1 hora de duração). O *longo videoclipe* abrange todas (ou a maioria das) faixas sonoras de um mesmo álbum (HARRISON, 2014), escapando à intenção primordial dos vídeos musicais produzidos até então; os quais foram concebidos, em meados dos anos 1980 (SOARES, 2013), com o intuito de divulgar uma

única canção retirada de uma obra fonográfica maior. Ainda que existam algumas diferenças entre um álbum visual e outro, esta primeira definição dá conta das complexidades deste produto cultural, permitindo-nos visualizar com quais diretrizes e horizontes de expectativas estamos trabalhando, o que nos ajuda a refletir sobre os objetos empíricos aqui trazidos à frente de análise.

### 3. *Mis Planes son Amarte* (2017) e *Beyoncé* (2013)

Afim de darmos prosseguimento à posterior análise comparada de algumas das características formais e estilísticas basilares concernentes aos objetos empíricos trazidos à tona neste estudo, se torna necessário uma rápida contextualização sobre as especificidades de cada álbum visual e os seus contextos de produção, lançamento, recepção e consumo.

*Mis Planes son Amarte* foi lançado no dia 12 de Maio de 2017 e possui um total de 12 faixas sonoras, contabilizando aproximadamente 40 minutos de duração. O formato físico do álbum fonográfico conta apenas com as faixas sonoras, sendo possível adquirir o álbum visual apenas em sua versão digital online através da plataforma iTunes. Neste caso, há uma 13ª faixa que conta com um vídeo de aproximadamente 1 hora de duração com o conteúdo visual da obra. Outra forma de assistir ao conteúdo visual da obra é através da plataforma de vídeos do YouTube. Juanes, em seu canal oficial, publicou uma *playlist* com 20 vídeos no mesmo dia de lançamento de seu trabalho no mercado mundial, possibilitando ao público assistir ao álbum visual sem a necessidade de adquiri-lo através do iTunes. A *playlist* conta com os videoclipes das 12 faixas sonoras organizadas na mesma ordem que a presente no álbum fonográfico, com a adição de mais 8 vídeos extras que serão especificados mais a frente.

*Beyoncé* foi lançado no dia 13 de Dezembro de 2013 e possui um total de 14 faixas sonoras, contabilizando aproximadamente 65 minutos de duração. O formato físico do produto contava com um CD e mais um DVD contendo os 14 videoclipes produzidos em conjunto e mais 3 vídeos extras, totalizando quase 1 hora e 20 minutos de duração. O álbum visual de Beyoncé, portanto, pôde ser adquirido tanto em sua versão física (CD + DVD) quanto em sua versão digital através do iTunes.

Diferentemente de Juanes, Beyoncé só veio a disponibilizar os 17 vídeos musicais em seu canal oficial do YouTube um ano após o lançamento da obra no mercado mundial.

#### 4. A Construção da Narrativa em um Álbum Visual

Cara Harrison (2014), ao refletir sobre as características formais do álbum visual em seu estudo acadêmico pioneiro, vai trazer algumas contribuições importantes para a consolidação das pesquisas em torno deste objeto, na medida em que estabelece os primeiros parâmetros para pensarmos este formato audiovisual como um produto cultural possuidor de seus próprios protocolos formais. Uma das características fundamentais que a autora elenca é o que chama de "relação direta" entre o álbum visual e o álbum fonográfico lançado pelo mesmo artista/banda: "a *relação direta* parece ser em termos do conteúdo musical e em termos dos artistas que performam este conteúdo sonoro" (2014, p. 10). A relação direta entre o álbum fonográfico e o álbum visual é importante porque cria um *link* entre os dois produtos, promovendo uma certa continuidade entre as duas obras e, ao mesmo tempo, no interior do mesmo álbum visual (HARRISON, 2014).

Outro ponto que Harrison vai chamar a atenção é para a existência de duas principais formas utilizadas por artistas contemporâneos na apresentação do seu trabalho audiovisual para o público. A primeira forma seria caracterizada por ser *um vídeo contínuo* que possuiria relação direta com o álbum fonográfico do mesmo artista ou banda. Neste caso, o álbum visual é apresentado como um único vídeo em longo formato que englobaria todas (ou a maioria) das faixas sonoras de um determinado álbum, havendo "fortes conexões visuais e líricas ao longo de todo o vídeo"<sup>7</sup> (HARRISON, 2014, p. 16), que permitiriam ao espectador experimentar mais facilmente o álbum visual como um todo único e indivisível.<sup>8</sup>

A segunda forma de apresentação do produto cultural aqui estudado pode ser caracterizado por conter *uma faixa audiovisual para cada faixa sonora*, funcionando como uma "coleção de videoclipes" organizados na sequência em que as faixas sonoras

<sup>7</sup> "...there are strong visual and textual connections throughout the video" (HARRISON, 2014, p. 16) - tradução nossa.

<sup>8</sup> Como exemplo desta forma de apresentação do formato, podemos citar: *Lemonade* (Beyoncé, 2016); *Dirty Computer* (Janelle Monáe, 2018); *Forbidden* (Todrick Hall, 2018); *Endless* (Frank Ocean, 2016); *ODDSAC* (Animal Collective, 2010); *The Odissey* (Florence + The Machine, 2016); entre outros.

são apresentadas no álbum fonográfico do mesmo artista<sup>9</sup>. Apesar de parecer apenas uma coleção de vídeos musicais desconexos, Cara Harrison salienta que o que torna este tipo de formato um álbum visual é justamente a conexão direta que há tanto entre as músicas e os seus visuais, quanto entre uma canção e outra de um mesmo álbum. "(...) as faixas audiovisuais possuem uma continuidade entre elas. Elas mostram um forte senso de ligação entre si e podem ser identificados como pertencentes a um álbum visual específico" (HARRISON, 2014, p. 15).

Esta segunda maneira de construção formal do álbum visual nos leva a questionar o que exatamente liga uma faixa audiovisual a outra em um determinado álbum visual? Que estratégias são operacionalizadas pelos artistas para que os videoclipes possam ser desconectados do fio condutor principal do álbum visual, ao mesmo tempo em que são partes fundamentais de uma mesma experiência estética caracterizada pela fruição total do mesmo? Se existe uma narrativa (ainda que muitas vezes frágil e inconsistente) que perpassa todas as faixas de um mesmo álbum, como ela é construída especificamente no álbum visual? Estas são algumas questões que serão desenvolvidas na próxima parte do presente artigo, à partir de duas principais categorias de análise: *a performance da star persona* e *o fio condutor visual*.

#### 4.1 - A Performance da *Star Persona*

Quando refletimos sobre o tipo de narrativa que é construída em um álbum visual, partimos do pressuposto central de que esta narrativa está entrelaçada de forma bastante latente com a performance do artista que criou a mesma obra. Nesse sentido, não podemos pensar na narrativa que se desdobra em um álbum visual sem levarmos em conta o fato de que estamos diante de uma performance ao mesmo tempo "real" e construída do artista que performatiza determinado conjunto de canções presentes em um álbum visual. Ou seja, ao mesmo tempo em que sabemos ser uma narrativa sonora e visualmente construída, indo direção a uma ideia teatralizada ou dramaturgica da performance, temos ciência de que o corpo/voz que se inscreve na obra é também um relance sobre a vida privada do artista que se apresenta diante de nós, permitindo-nos

---

<sup>9</sup> Como exemplo desta forma de apresentação do formato, podemos citar: *Beyoncé* (Beyoncé, 2013); *Electra Heart* (Marinna and the Diamonds, 2012); *Double Dutchess* (Fergie, 2017); *Blue* (iamamiwhoami, 2014), *Cry Baby* (Melanie Martinez, 2016), *Black Water* (Maruv, 2018); entre outros.



pressupor que tal narrativa é, de certa maneira, um efêmero olhar por sobre a superfície "não revelada ao público" do sujeito que encarna uma determinada *persona* (DALLA VECCHIA e LARRUBIA, 2018).

Diana Taylor (2013), ao escrever sobre o conceito de performance em sua obra, vai criticar a compartimentalização eurocêntrica e ocidental que embutimos na noção do conceito supracitado, refletindo sobre a noção performática da vida como os "movimentos coreográficos que seriam tanto sociais e políticos quanto naturais e encenados, não havendo distinção entre essas instâncias" (p. 43). Indo em direção à linha argumentativa deste artigo, incorporamos esta leitura do conceito na presente pesquisa, pensando na performance do artista inserido na indústria do entretenimento contemporânea como uma performance que traria inscrita em si tanto uma dimensão teatralizada dos movimentos performáticos da *star persona*, quanto uma dimensão natural da vida cotidiana e privada do sujeito que a incorpora.

Trazendo à tona a *dimensão performática* do álbum visual, argumentamos que a narrativa pessoal da *star persona* se coloca como um dos elementos centrais do formato, permitindo-nos refletir sobre uma das muitas características que unificam tal obra audiovisual em torno de uma mesma temática. Partimos do pressuposto de que a *star persona* é atravessada por uma narrativa pessoal singular, na medida em que o artista que incorpora tal performance é, ao mesmo tempo, um corpo público e privado, exposto nas esferas midiáticas contemporâneas à partir de múltiplos olhares e contextos diferenciados. Este corpo está submerso, portanto, em uma narrativa pessoal que acaba por ser performatizada pela *star persona* midiaticamente.

Dialogamos, aqui, com os musicologistas John Richardson e Stan Hawkins, quando afirmam que as narrativas pessoais são "as histórias que as pessoas contam sobre si mesmas a fim de dar significado a determinadas ações e eventos" (2007, p. 606 - 607) à partir de suas próprias perspectivas. A narrativa pessoal da *star persona* seria, portanto, um tipo de enredo "caracterizado pela reconstituição narrativa do *self* através de um processo aberto de reflexão e revisão" (HARRISON, 2014, p. 31), emprestando uma certa coerência expressiva à performance midiática do artista que atravessa o todo compreendido pelo álbum visual.

O artista que performa as músicas (tanto sonoramente quanto visualmente) se torna o principal elemento aglutinador do formato aqui estudado, tornando possível a

criação de uma conexão direta através das faixas musicais e audiovisuais da obra. As *star personas* de Beyoncé e de Juanes, por exemplo, se transformam nos "protagonistas" dos enredos apresentados em seus respectivos trabalhos audiovisuais, permitindo a unificação das músicas e dos videoclipes em torno da performance nuclear de um mesmo artista e possibilitando que uma narrativa, ao mesmo tempo pessoal e construída midiaticamente, se manifeste de diferentes maneiras em cada um dos álbuns visuais analisados.

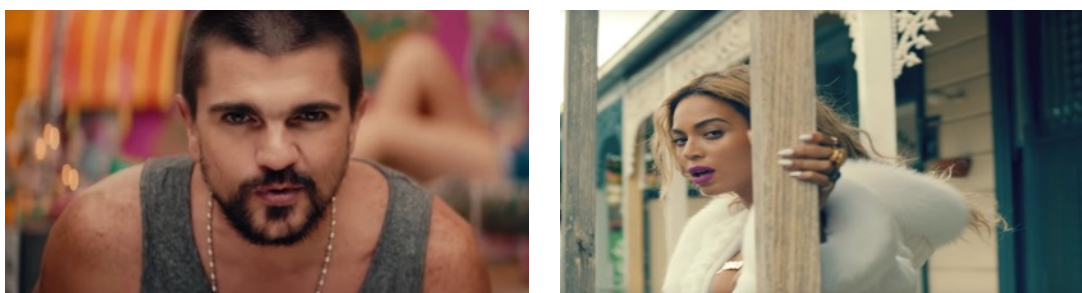


Fig 1 - *Printscreens* dos vídeos de "El Ratico" (*Mis Planes son Amarte*, Juanes) e de No Angel (*Beyoncé*, Beyoncé). Aqui os artistas se utilizam de um recurso estilístico denominado "direct address"<sup>10</sup> para materializar esteticamente a performance da *star persona*.

É importante salientar que a despreocupação narrativa (VERNALLIS, 2004) - herdada das bases compartilhadas com o videoclipe - inerente ao formato aqui estudado, possibilita uma certa liberdade lírica no interior de um mesmo álbum visual, aproximando-o de características que se assemelham, em muitos aspectos, a uma narrativa seriada. Nesse sentido, a *dimensão performática* do formato abre caminho para que os videoclipes possam ser lidos como "episódios" ou "atos" de uma narrativa mais abrangente, permitindo que esses episódios possam ser ora descolados do enredo maior, ora integrados a este mesmo enredo, sem que qualquer nuance seja perdida e/ou enfraquecida por este duplo movimento. Pelo fato dos videoclipes, neste caso, gozarem de uma certa interdependência com o álbum visual, é possível que o artista desmembre apenas uma faixa audiovisual da obra maior, ao mesmo tempo em que este mesmo videoclipe funcionaria como um dos atos narrativos desvelados pelo enredo coerentemente apresentado na fruição do álbum visual em sua totalidade.

<sup>10</sup> *Direct Address* é o recurso estilístico audiovisual no qual o intérprete olha diretamente para a câmera que o filma. Ao se utilizar esta estratégia narrativa, a quarta parede ficcional é quebrada e o público se torna consciente de que o que está vendo é uma performance construída/encenada. Este recurso é utilizado, neste caso, para reforçar a ideia de que o que o público vê é a performance real de um artista e não uma narrativa apenas ficcional e/ou estritamente diegética.

Juanes, por exemplo, nos meses que antecederam o lançamento do álbum visual *Mis Planes son Amarte*, liberou alguns videoclipes que posteriormente puderam ser lidos como pertencentes a uma narrativa mais abrangente. O artista lançou o vídeo musical da música "Fuego" no dia 7 de Outubro de 2016 em seu canal oficial do YouTube, quase 8 meses antes do lançamento oficial de *Mis Planes son Amarte* no mercado mundial. Ao lançamento de "Fuego" se seguiram o lançamento dos videoclipes das músicas "Hermosa Ingrata", no dia 26 de Janeiro de 2017; "Angel", no dia 6 de Abril de 2017; "El Ratico", no dia 20 de Abril de 2017; "Goodbye for Now", no dia 27 de Abril de 2017 e "Es Tarde" no dia 4 de Maio de 2017.

Quando *Mis Planes son Amarte* foi finalmente lançado ao público de modo completo, foi possível perceber que a narrativa seriada se fazia presente na obra de uma maneira bastante latente. Os 8 vídeos extras citados anteriormente, pertencentes à obra audiovisual, se caracterizavam por serem *intros*<sup>11</sup> adicionadas antes da maioria das faixas audiovisuais compreendidas no interior da obra. Tais *intros* funcionariam como uma espécie de abertura para o ato narrativo que viria a seguir, permitindo-nos pensá-los, mais uma vez, como os episódios/atos de uma narrativa pessoal mais abrangente que se desdobraria através dos videoclipes organizados em uma sequência pré-determinada e coerente, característica fundamental do álbum visual em questão.

Beyoncé também se utilizou de uma estratégia semelhante para a promoção de sua *star persona* e, por extensão, de seu álbum visual por entre o circuito da indústria fonográfica. A artista divulgou - através de sua conta oficial no YouTube - os videoclipes (ou atos narrativos) descolados do enredo mais abrangente encontrado na experiência de fruição total proporcionada pela sua obra homônima, criando uma via de mão dupla possível entre os vídeos musicais isolados e o álbum visual em sua totalidade. Beyoncé lançou os videoclipes das músicas "Drunk in Love" e "XO" no dia 16 de Dezembro de 2013, seguido pelos vídeos das músicas "Partition", no dia 25 de Fevereiro de 2014 e "Pretty Hurts" no dia 24 de Abril de 2014.

É através da maneira pela qual ambos os artistas se apropriam de suas respectivas obras audiovisuais, que podemos pressupor uma certa dualidade inerente a este produto cultural, cuja característica acaba por se tornar um dos seus aspectos mais evidentes. O álbum visual pode ser pensado como uma obra de arte em si mesma,

---

<sup>11</sup> *Introdução*, em tradução livre.

convocando-nos a uma experiência expandida que captaria tanto as dimensões sonoras quanto as dimensões audiovisuais de um mesmo produto cultural, o qual pressuporia certos protocolos simbólico-materiais específicos de fruição estética inerente a este formato. Ao mesmo tempo, este mesmo material sonoro-visual possuiria a capacidade de ser desmembrado em partes menores, sendo os videoclipes reapropriados como peças promocionais de divulgação tanto da imagem construída pela *star persona* no interior da indústria fonográfica, quanto da própria obra musical do qual tais faixas audiovisuais são retiradas.

#### 4.2 - *Visual Leitmotifs*

Uma segunda categoria trazida à tona por Cara Harrison em seu estudo sobre álbuns visuais são os *firos condutores* da narrativa apresentados de maneira visual, os quais permitem que se crie uma continuidade aparente entre cada faixa da obra. O *fio condutor*, mais popularmente associado às óperas de Richard Wagner, é "um tema (...) cujo propósito seria representar ou simbolizar uma pessoa, objeto, lugar, ideia, estado de espírito, força sobrenatural ou qualquer outro elemento em um trabalho dramático"<sup>12</sup> (WHITTALL *apud* HARRISON, 2014, p. 42). Um "visual leitmotif", na concepção trabalhada por Harrison em seu trabalho acadêmico, se caracterizaria por ser qualquer elemento visual que se apresenta e reapresenta constantemente no decorrer de um mesmo álbum, criando uma ligação narrativa visual entre as faixas e fazendo com que a obra se torne uma totalidade congruente, estruturada em torno de alguns elementos repetitivos e cíclicos que retornariam de modo latente em vários momentos de um mesmo álbum visual.

Objetos, personagens, cenários, ambientes, roupas e até mesmo angulações de câmera e cores podem ser pensados como firos condutores visuais, os quais aparecem em um momento específico da narrativa e que retornam em um momento posterior do mesmo álbum visual, a fim de que criemos um *link* entre o que foi mostrado anteriormente e o que está sendo mostrado no momento. Esses elementos são recorrentes neste tipo de obra audiovisual e são salutares na medida em que permitem ao público conectar as faixas audiovisuais em torno de uma mesma estrutura sonoro-

---

<sup>12</sup> "a theme [...] whose purpose is to represent or symbolize a person, object, place, idea, state of mind, supernatural force or any other ingredient in a dramatic work" em tradução livre.

narrativa compreendida no interior de um mesmo álbum visual, tornando a fruição deste produto uma experiência estética particular e imersiva.

Em várias cenas de "Pretty Hurts", vídeo que abre o álbum visual de Beyoncé, a artista encontra-se em uma sala rodeada por troféus, encarando fixamente a câmera. Neste momento da narrativa, a artista incorpora uma Miss que faz de tudo para conquistar a glória de ser coroada a mulher mais bonita do país, nem que para isso precise recorrer a medidas extremas para se manter magra, esbelta e completamente impecável. No decorrer do vídeo, como podemos supor pelo título da canção, percebemos que Beyoncé fala sobre a insistente busca pela perfeição na qual ela (e, por extensão, todos nós) nos lançamos a fim de alcançarmos uma suposta felicidade efêmera, baseada única e exclusivamente na aprovação exterior.

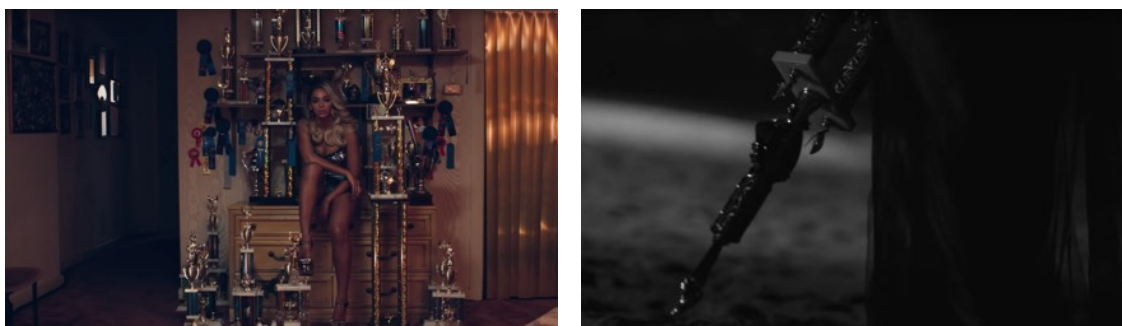


Fig 2 - Beyoncé aparece em uma sala de troféus no vídeo de "Pretty Hurts" e, mais a frente no álbum visual, no videoclipe de "Drunk in Love", a artista surge na tela carregando um dos troféus que estavam na sala anterior.

Em um dado momento da faixa audiovisual, Beyoncé cansa desta inalcançável busca pela perfeição e, em uma explosão de fúria, usa um dos troféus para destruir todos os outros, materializando visualmente uma quebra de expectativas externas a ela e se lançando, à partir de então, em uma conseqüente busca por sua própria identidade. Mais a frente, no vídeo de "Drunk in Love", o troféu utilizado anteriormente por Beyoncé reaparece em suas mãos. Dessa vez a artista encontra-se na praia, junto de seu marido (o rapper Jay-Z), e canta sobre estar embriagada de amor. Aqui podemos observar que o troféu, símbolo da quebra entre um ideal de perfeição e a verdadeira felicidade da artista, reaparece em um momento específico, no qual Beyoncé vive a plenitude de sua realização pessoal, afastada das dores e dos sofrimentos que a impediam de viver sob o total controle de suas ações e emoções.

## 5. Conclusão

Ainda que este artigo não possa dar conta de todas as complexidades do formato audiovisual aqui trazido à frente de pesquisa, pudemos sistematizar e desenvolver alguns parâmetros gerais e categorias de análise que poderão, futuramente, ser operacionalizadas em pesquisas mais aprofundadas sobre este produto cultural híbrido. Acredito que para uma primeira frente de pesquisas em direção à uma delimitação de aspectos formais acerca do álbum visual, o artigo pôde dar conta de estabelecer as principais características deste produto cultural em um contexto midiático de intensas reconfigurações audiovisuais e sonoras. Tal delimitação possibilita a incorporação de novos caminhos frutíferos em direção a análises mais profundas acerca deste fenômeno midiático pouco estudado academicamente.

Procurando conceber as bases híbridas constitutivas deste formato estético à partir das trajetórias do álbum fonográfico e do gênero do videoclipe no interior da indústria do entretenimento, foi intenção deste trabalho estabelecer quais as principais contribuições de ambos os formatos para o estabelecimento do álbum visual como um produto possuidor de seus próprios limites narrativos e formais, circunscritos a contextos específicos de fruição estética inerentes a ele. Estabelecendo duas principais categorias de análise, a saber, a *dimensão performática* da *star persona* e os *fios condutores visuais* da narrativa, trouxemos dois álbuns visuais contemporâneos para o debate, a fim de refletirmos empiricamente sobre a maneira com que a narrativa é construída em ambas as obras audiovisuais e identificando eventuais aproximações e tensionamentos entre um produto audiovisual e outro.

## Referências

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

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

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

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

TAYLOR, Diana. *O Arquivo e o Repertório: Performance e Memória Cultural nas Américas*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2013.

SOARES, Thiago; POLIVANOV, Bia; AMARAL, Adriana. Disputas sobre Performance nos Estudos de Comunicação: Desafios Teóricos, Derivas Metodológicas. *Intercom - RBCC*: São Paulo, v. 41, n. 1, p. 63-79, jan./abr. 2018.

SOARES, Thiago. *A Estética do Videoclipe*. João Pessoa: Ed. UFPB, 2013.

HARISSON, Cara. *The Visual Album as a Hybrid Art-Form: A Case Study of Traditional, Personal and Allusive Narratives in Beyoncé*. 2014. 82 f. Dissertação de Mestrado em Cultura Visual - Lund University, Lund - Suécia, 2014.

MOIRA, Gare. *Defining the Visual Album by way of Animal Collective's ODDSAC: Identifying the Musicological Exchange between Music and Images based in Audio Visual and Music Video Analysis*. 2017. 41 f. Dissertação de Mestrado em Artes e Cultura - Humanities Faculty/University of Utrecht, Utrecht - Holanda, 2017.

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

HOLZBACH, Ariane D. *Smells Like Teen Spirit: A Consolidação do Videoclipe como Gênero Audiovisual*. 323 p. Tese de Doutorado - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013.

VERNALLIS, Carol. *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*. Columbia: Columbia University Press, 2004.

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

SÁ, Simone Pereira; POLIVANOV, Beatriz. Auto-Reflexividade, Coerência Expressiva e Performance como categorias para análise dos Sites de Redes Sociais. *Revista Contemporânea - Comunicação e Cultura*: Salvador, v. 10, n. 03, set-dez, p. 574-596, 2012.

WALTENBERG, Lucas L. *De Partituras a Aplicativos Móveis: Novas Convenções do Formato "Álbum de Música" na Cultura Digital*. 2016. 201 f. Tese de Doutorado em Comunicação - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016.