

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

MARLON PACHECO DA MOTA

**BANALIZAÇÃO SOCIAL DO AMOR UM ESTUDO DO VIDEOCLÍPE
“*BAD ROMANCE*” DA CANTORA LADY GAGA**

**VOLTA REDONDA
2017**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**A BANALIZAÇÃO SOCIAL DO AMOR UM ESTUDO DO
TVIDEOCLÍPE “*BAD ROMANCE*” DA CANTORA LADY GAGA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Publicidade e Propaganda do UniFOA como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Aluno:

Marlon Pacheco da Mota

Orientador:

Professor Mestre Edilberto Venturelli

Co-orientadora:

Professora Mestre Rhanica Evelise
Toledo Coutinho

VOLTA REDONDA

2017



Fundação Oswaldo Aranha



FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "A Banalização Social do Amor intrínseca no videoclipe "Bad Romance" da cantora Lady Gaga.", elaborado por Marlon Pacheco da Mota, apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Publicidade e Propaganda.

Aprovada em 28 de novembro de 2017.

Banca Avaliadora:

Professor Orientador

Edilberto Venturelli, Mestre, Centro Universitário de Volta Redonda

Professor Avaliador

Heitor da Luz Silva, Mestre, Centro Universitário de Volta Redonda

Professor Avaliador

Salette Leone Ferreira, Doutora, Centro Universitário de Volta Redonda

Dedico este trabalho às pessoas mais importantes da minha vida: meus pais, meus amigos, meus professores e orientadores, que confiaram no meu potencial para esta conquista.

Quero agradecer a Deus, pela força e coragem durante toda esta longa caminhada. Aos meus pais, pelo amor e incentivo. Ao meu orientador Mestre Professor Edilberto Venturelli, pela amizade, paciência, força e incentivos em meu aprendizado, e agradeço pela dedicação na elaboração deste trabalho. Agradeço também a Professora Mestra Rhanica Evelise Toledo Coutinho que me deu todo o suporte necessário para a elaboração desse trabalho. E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

“Paz. A paz não significa estar num lugar onde não há nenhuma confusão, barulho, ou trabalho árduo. Significa estar no meio de todas essas coisas e ainda assim ter o coração calmo” (Lady Gaga).

RESUMO

O estudo aborda a “banalização social do amor”, com base no conceito de Amor Líquido estabelecido por Bauman, de acordo com o autor, pode-se considerar que na atualidade a ação de amar tornou-se algo frágil, desprendido e sem vínculo, ao contrário do que supostamente deveria acontecer. Desse modo, o estudo propõe o objeto “Banalização Social do Amor” estudada no videoclipe “Bad Romance” da cantora Lady Gaga, veiculado no ano de 2009. No estudo questiona-se: O videoclipe da cantora apresenta em seu teor, conteúdos que favorecem a banalização social do amor? Quais são os tipos de linguagens utilizadas em sua abordagem? Acredita-se que a cantora faz uma crítica à banalização social do amor em seus vídeos demonstrando em algumas situações como as pessoas se comportam nos relacionamentos sociais. Suas letras e o enredo ilustram cenários de enfrentamentos dessa convivência. Assim, a cantora utiliza dos métodos de linguagem verbal e não verbal em seus vídeos, retratando mensagens de crítica a essa banalização social do amor. O objetivo geral visa analisar de que forma a cantora Lady Gaga aborda o conceito de banalização social do amor em seus vídeos. Metodologicamente utiliza-se de pesquisa bibliográfica e estudo de caso da cantora Lady Gaga, mais especificamente do videoclipe “Bad Romance”. Concluiu-se que as técnicas utilizadas pela cantora Lady Gaga não favorecem a banalização social do amor, pois de acordo com a letra da canção, as imagens contidas no videoclipe apresentam um enredo no qual a cantora, por meio de sua personagem, é vítima desse comportamento.

Palavras-chave: Banalização Social; Amor Líquido; Lady Gaga; Videoclipe; Sociedade.

ABSTRACT

The study approaches the "social banalization of love", based on the concept of Liquid Love established by Bauman, according to the author, it can be considered that at present the action of love has become fragile, detached and unrelated, contrary to what was supposed to happen. Thus, the study proposes the object "Social Banalization of Love" studied in the music video "Bad Romance" of the singer Lady Gaga, published in the year 2009. In the study the question is: The music video of the singer presents in its content, contents that favor the social banalization of love? What are the types of languages used in your approach? It is believed that the singer criticizes the social banalization of love in her music videos demonstrating in some situations how people behave in social relationships. His lyrics and plot illustrate scenarios of confrontations of this coexistence. Thus, the singer uses the methods of verbal and non-verbal language in her music videos, portraying messages of criticism to this social trivialization of love. The overall objective is to analyze how the singer Lady Gaga approaches the concept of social banalization of love in her music videos. Methodologically, it uses a bibliographical research and case study of the singer Lady Gaga, more specifically of the video clip "Bad Romance". It was concluded that the techniques used by the singer Lady Gaga do not favor the social banalization of love, because according to the lyrics of the song, the images contained in the video clip present a plot in which the singer, through her character, is a victim of this behavior.

Key-words: Social Banalization; Liquid Love; Lady Gaga; Video clip; Society.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. SOCIEDADE	13
2.1 Banalização Social	14
2.1 Amor Líquido	16
2.1 Definição de Amor Social.....	17
2.1 Definição de Banalização Social do Amor	19
3. O ARTISTA E O VIDEOCLÍPE	21
3.1 Videoclipe	21
3.2 Tipos de Linguagem	22
3.3 O que é Discurso.....	23
3.4 Ideologia.....	24
4. METODOLOGIA	26
5. APRESENTAÇÃO DO ESTUDO DE CASO: LADY GAGA E O VIDEOCLÍPE	
“BAD ROMANCE”	28
5.1 Videoclipe “Bad Romance”	33
5.2 Composição do videoclipe	33
5.3 - A Vodka “ <i>Lex Nemirotff</i> ”	42
7. ANÁLISE CRÍTICA	45
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Lady Gaga na cerimônia de premiação do <i>Golden Globe</i> 2016.....	32
Imagem 2 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, feixe de luz atingindo a casa de banho.....	34
Imagem 3 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem de Gaga e as dançarinas saindo de dentro dos caixões brancos.....	34
Imagem 4 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem da cantora sai do caixão branco da casa de banho.....	35
Imagem 5 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, as mulheres arrancam a roupa da personagem de Lady Gaga	35
Imagem 6 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem é forçada a ingerir a bebida alcoólica.....	36
Imagem 7 – Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem cuspe parte da bebida em uma das mulheres.....	36
Imagem 8 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, as mulheres arrancando o casaco da personagem.....	37
Imagem 9 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, as mulheres deixam a personagem de Gaga seminua.....	37
Imagem 10 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem de Gaga abaixada olhando assustada para um dos homens.....	38
Imagem 11 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem senta no colo do homem que a adquiriu.....	38
Imagem 12 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem de Gaga paralisada no meio dos homens.....	39
Imagem 13 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem da cantora vestida de dourado.....	40
Imagem 14 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem caminha lentamente em direção a seu comprador.....	40
Imagem 15 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem de Gaga junto das outras mulheres dançando de forma agressiva.....	41
Imagem 16 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem de Gaga olhando para o homem que a comprou.....	41
Imagem 17 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem de Lady Gaga faz a coreografia com uma expressão agressiva	42
Imagem 18 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a bebida alcoólica “Lex Nemiroff” mostrada no início do videoclipe.....	43
Imagem 19 - Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, homem consumindo a vodka.....	44

LISTA DE SIGLAS

EP - *Extended Play*

RDT – *Redaction*

1. INTRODUÇÃO

O sentimento de amor decorre do convívio das pessoas e é algo que entrelaça a vida social. Esse sentimento é inerente ao ser humano que o vivencia de forma diferenciada. Para alguns parece ser relevante, outros o vivenciam com indiferença, existem ainda os que não o conseguem entender. Bauman (2004) defende a ideia de que esse sentimento pode desencadear ações negativas na vida dos indivíduos, banalizando-o em ações como de submissão, desprezo, resignação. Tal comportamento negativo gera o que o autor intitula ser “amor líquido”, também abordado pela cantora Lady Gaga em seu videoclipe intitulado “*Bad Romance*”.

Para se entender o termo “banalização social do amor”, torna-se necessário buscar o conceito de Amor Líquido estabelecido pelo sociólogo Zygmunt Bauman, onde o autor defende a ideia da existência de novos meios de aproximação entre as pessoas, diferente dos meios “tradicionais” de vínculo de relacionamento, ou seja, o relacionamento coletivo pode ser vivenciado de forma distante, mas ele não terá a mesma estabilidade do contato pessoal. Isso causa a falta de proximidade física que por sua vez gera a banalização social, por exemplo, o individualismo do ser humano ou o sujeito que não se sente satisfeito em sua convivência coletiva e acaba agindo de forma agressiva (BAUMAN, 2004).

O conceito de banalização social do amor a partir do que Bauman (2004) apresenta como “amor líquido”, caracterizado como o modo de se relacionar da sociedade atual, a partir de atos negativos em seus convívios, caracterizando-a em uma era de liquidez, tem sido retratado por personalidades da mídia em prol de conscientizar ou escandalizar tais práticas.

Desse modo, o estudo propõe o objeto “Banalização Social do Amor” estudada no videoclipe “*Bad Romance*” da cantora Lady Gaga, veiculado, primeiramente na internet e em seguida na TV no ano de 2009. A cantora e influenciadora da mídia Lady Gaga em seus vídeos e em suas músicas apresenta, na maioria das vezes, uma mensagem intrínseca, seja nas letras de suas canções ou no conjunto de imagens em seus vídeos, tratando do assunto abordado desse estudo. Desse modo questiona-se: O videoclipe da cantora Lady

Gaga apresenta em seu teor, conteúdos que favorecem a banalização social do amor? Quais são os tipos de linguagens utilizadas em sua abordagem?

Acredita-se que a cantora Lady Gaga faz uma crítica à banalização social do amor em seus videoclipes demonstrando em algumas situações como as pessoas se comportam nos relacionamentos sociais. Suas letras e o enredo ilustram cenários de enfrentamentos dessa convivência. Assim, a cantora utiliza dos métodos de linguagem verbal e não verbal em seu videoclipe, retratando mensagens de crítica a banalização social do amor.

O estudo apresenta como objetivo geral analisar de que forma a cantora Lady Gaga aborda o conceito de banalização social do amor em seus videoclipes. Tem-se por objetivos específicos: estudar o conceito de banalização social do amor a partir de Bauman; compreender teoricamente e identificar as mensagens intrínsecas utilizadas pela cantora em seu videoclipe; identificar as características desse videoclipe; identificar os tipos de linguagem utilizada.

O presente estudo se justifica, primeiramente, por sua abordagem no âmbito social, relacionado à investigação de práticas que norteiam a convivência atual das pessoas, dessa maneira a pesquisa contribui para os profissionais de comunicação com informações que podem nortear trabalhos que perpassam pelo objeto de estudo em questão por tratar-se de um tema que explica parte do processo que envolve as relações entre pessoas. Em outro contexto, a proposta denota sua relevância por mostrar academicamente como identificar e traduzir conceitos apresentados em videoclipes, ferramenta de comunicação dentro na área de publicidade. Por fim, trata-se de uma pesquisa cujo assunto pode incentivar outros pesquisadores a buscarem esclarecimentos sobre o tema.

Metodologicamente utiliza-se de pesquisa bibliográfica e estudo de caso da cantora Lady Gaga, mais especificamente do videoclipe "*Bad Romance*". O estudo foi dividido em cinco capítulos, no primeiro conceitua-se: sociedade, banalização social, amor líquido; definição do amor social e definição da banalização social do amor. O segundo capítulo apresenta-se a definição mídia digital conceitua-se videoclipes, tipos de linguagem e o que é discurso; ideologia. O terceiro capítulo aborda a metodologia, o quarto o estudo de caso da cantora e a seguir a conclusão.

2. SOCIEDADE

Para compreender a complexidade do tema, alguns conceitos serão definidos com base em teóricos que poderão auxiliar em seu entendimento. Entre essas definições, encontra-se o termo sociedade, que Castro (2002, p. 1) esclarece:

[...] somos geneticamente predispostos à vida social; a ontogênese¹ somática e comportamental dos humanos depende da interação com seus conspecíficos; a filogênese² de nossa espécie é paralela ao desenvolvimento da linguagem e do trabalho (da técnica), capacidades sociais indispensáveis à satisfação das necessidades do organismo.

Conforme diz o autor, a sociedade pode ser distinguida por um grupo de indivíduos que convivem de forma sistematizada, que compartilham de uma cultura ou tradição, entre pequenos e grandes grupos. Sociedade pode ser vivenciada através da interação entre as pessoas a fim de construir uma comunidade. Uma sociedade tem como condição principal o envolvimento de vida coletiva entre si.

Pode-se dizer que, diferente da sociedade animal que é estudada pela Sociobiologia³ e também pela Etologia⁴, uma sociedade de pessoas tende a se construir de forma mais rápida e com maior facilidade. Conceitua-se também que a sociedade baseia-se na convivência coletiva entre os indivíduos, seja de um jeito ordenado, ou de forma organizada deliberada em prol de uma vivência pacífica e estrutural. Ainda sobre o entendimento de sociedade, a autora Albuquerque (1999, p. 51) interpela da seguinte maneira “[...] o conceito de comunidade é empregado, nos séculos XIX e XX, para todas as formas de relacionamento caracterizadas por intimidade, profundidade emocional, engajamento moral e continuidade no tempo”.

Outro aspecto relacionado à formação da sociedade refere-se às organizações populares, ou seja, a identidade construída por líderes desses segmentos, que utilizam determinada linguagem para esse núcleo social

¹ **Ontogenia** é o estudo das origens e desenvolvimento de um organismo, esse desde o embrião até atingir sua forma adulta, passando por diferentes fases de desenvolvimento.

² A **filogenia** é o termo rotineiramente usado para definir hipóteses de relações evolutivas, ou seja, de relações em um grupo de organismos.

³ **Sociobiologia** é um campo da biologia que estuda o comportamento entre os animais, usando os conceitos da etologia: evolução, sociologia e genética de povos.

⁴ Em zoologia, a **Etologia** é a especialidade da biologia que estuda o comportamento animal.

desenvolvendo um vocabulário próprio ou costumes específicos dentro de determinado grupo social. Assim, cada indivíduo desse espaço passa a consumir um certo valor comum no círculo social no qual está inserido (CASTRO, 2002). Quando se fala em consumo encontra-se nas referências de Bauman (2008, p. 71) a seguinte definição:

“[...] sociedade de consumidores”, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas.

Pode-se entender com isso que uma sociedade tem como principal aspecto a relação dos indivíduos entre si e também com o consumo, seja essa consumação em grupos com ideais similares ou diferentes. Toda sociedade vive para consumir, sendo por necessidades básicas ou por puro prazer momentâneo de adquirir determinado produto.

Pode-se compreender dessa forma, que a sociedade deve apresentar um convívio coletivo, seja por meio de vínculos de ideologias ou por incentivos econômicos. Ao esmiuçar uma sociedade é possível entender como suas características se formaram, a composição de sua comunicação interna e externa, os meios tecnológicos utilizados, seu estágio de expansão territorial, dentre outros aspectos que atribuem suas peculiaridades. Com base no estudo da comunicação em sociedade, é possível atentar-se aos conflitos que são gerados entre as pessoas, levados em certas circunstâncias pela banalização social e em alguns casos abordada ou influenciada pelos meios de comunicação.

2.1 Banalização Social

Nesse tópico inicia-se a abordagem do objeto do estudo, que trata da banalização social, situação percebida em diversos momentos da sociedade estimulada pelo consumo. Moreira (2007, p. 175) colabora para esse entendimento quando afirma que “[...] a competitividade, combinada com a necessidade crescente de lucros fáceis, fomenta o mercado globalizado e sua lógica destrutiva aparece perante a sociedade como se fosse algo inevitável, natural e moderno”.

Com base na abordagem do autor, pode-se vislumbrar o sentido da banalização social a partir da globalização, que fomentou mudanças de comportamento na sociedade, seja pela massificação da comunicação, ou pela disseminação da violência verbal, física e moral. O motivo principal para esse comportamento, talvez esteja atrelado ao individualismo das pessoas, que visam somente vantagens para si próprias. De acordo com Gomes (2004), a violência social está referenciada no senso comum:

A violência é representada socialmente, ou seja, é conhecida e reconhecida no senso comum a partir da relação do adolescente com um conjunto de fatores contextuais, circunstanciais ou constantes e pela forma como o adolescente vivencia e se posiciona frente às influências que recebe num dado momento de sua existência (GOMES, 2004, p. 96 – 97).

Segundo Gomes, pode-se compreender a violência como uma banalização social, provavelmente originada a partir do contato que o ser humano tem com certas situações que o influenciam, desde sua criação, ou por fatores sociais, capazes de induzir o caráter e o pensamento desses indivíduos, levando-o a cometer atos de violência.

Bauman (2007, p. 14), também atribui a violência à globalização “[...] a perversa "abertura" das sociedades imposta pela globalização negativa é por si só a causa principal da injustiça e, desse modo, indiretamente, do conflito e da violência”. Assim, a violência configura uma característica da banalização social, por representar uma ação que cresce e continua a ser realizada nos grupos sociais. A globalização negativa de que o autor fala pode estar relacionada ao jeito que a sociedade disponibiliza a informação dos fatos para as pessoas, tornando-os, por vezes, aceitáveis e comuns.

De acordo com Bauman (2007), compreender esses atos de violência social, é compreender que, em alguns casos, atos divulgados pelos meios de comunicação foram causados e banalizados pela própria sociedade. Gerados na falta de amor, provocando a violência na convivência social, ocasionando o amor líquido.

2.2 Amor Líquido

Ao prosseguir sobre o assunto da banalização social, é preciso abordar a questão do amor líquido, que por sua vez, pode ser o comportamento mais percebido no contexto da banalização social. Bauman (2004) trata sobre amor líquido do seguinte forma:

Amar significa abrir-se ao destino, a mais sublime de todas as condições humanas, em que o medo se funde ao regozijo num amálgama irreversível. Abrir-se ao destino significa, em última instância, admitir a liberdade no ser: aquela liberdade que se incorpora no Outro, o companheiro no amor (BAUMAN, 2004, p. 11).

De acordo com o autor, pode-se considerar que na atualidade a ação de amar tornou-se algo frágil, desprendido e sem vínculo, ao contrário do que supostamente deveria acontecer. A pessoa deveria ser compromissada com o próximo de forma justa e concreta (sólido), porém em tempos líquidos, não funcionam assim. Os indivíduos se relacionam de forma rápida e instantânea, nada duradouro, como no consumo. Pode-se entender que em tempos de amor líquido os sujeitos procuram consumir esse sentimento (o amor) através de outros indivíduos como uma ida ao shopping, tornando as pessoas descartáveis.

Para Bauman as pessoas se questionam a respeito do amor de forma peculiar: “[...] por que devo fazer isso? Que benefício me trará? Para sentir o absurdo da exigência de amar o próximo — qualquer próximo — simplesmente por ser um próximo” (BAUMAN, 2004, p. 46). Conforme o autor, o amor líquido pode ser entendido como atos desapegados de pessoas individualistas, que buscam o prazer momentâneo na convivência com outra pessoa e visam se beneficiar com isso. Dessa forma não se preocupam em compartilhar uma vida conjunta de forma duradoura (sólida)

Os autores Almeida e Oliveira (2007, p. 131) referem-se ao amor sob uma perspectiva etimológica⁵, que “[...] corresponderia a algo que transcende a morte. E, [...], pode-se dizer que as relações que estabelecemos ao longo de nossas histórias

⁵ **Etimologia** é um estudo da gramática onde estuda a origem e a história das palavras, de como foram criadas, e como evoluíram ao longo dos anos. Do grego etimología, a etimologiasse preocupa em encontrar os chamados étimos (vocábulo que originam outros) das palavras. (VIARO, 2005, USP).

estão permeadas pelas relações amorosas”. Apreendendo o que os autores apresentam sobre a perspectiva do amor etimológico, acredita-se que seja voltado na busca de sentidos e relações mais duradouras.

No caso do amor líquido ocorre o contrário. Ele pode ser entendido como a busca incessante por relacionamentos intensos, movidos por paixões fugazes. Nele os laços são construídos e desmanchados rapidamente. Dessa forma, é possível entender que o amor, com a banalização social, passa a ser um ato que ocorre inevitavelmente de forma líquida a partir da sociedade moderna (BAUMAN, 2007).

2.3. Definição de Amor Social

Para entender do que se trata o amor social, torna-se premente compreender suas características para se estabelecer o conceito que será tratado nesse estudo. Segundo Hernandez (2003), o amor pode ser caracterizado de duas formas: como verdadeiro ou falso.

[...] pode-se distinguir dois tipos de amor: o verdadeiro amor, identificado como uma atividade caracteriza-se por cuidado, responsabilidade, respeito e conhecimento; o falso amor, por sua vez, é baseado em submissão, passividade, dotado de contornos neuróticos (HERNANDEZ, 2003, p. 58).

Com base no que Hernandez afirma, ao avaliar o *amor verdadeiro*, pode-se ressaltar que muitas vezes, se refere ao modelo de relacionamento que os indivíduos almejam. Apresenta como valor o convívio estável, com características éticas, como responsabilidade e respeito. Esses atributos farão com que seja desenvolvida uma confiança entre os indivíduos envolvidos no relacionamento.

Em outro momento Hernandez (2003, p. 59) ressalta outras características do *amor verdadeiro* que auxiliam no entendimento do que viria a ser o amor como atividade: “O amor como atividade é o amor maduro, que, levando a romper e superar o sentimento de isolamento permite preservar a própria integridade e individualidade”.

De acordo com o autor pode-se entender que amor como atividade preserva o amor próprio ou a autoestima do indivíduo, sem características individualistas, mas

sim um comportamento que nutre a honestidade do caráter do indivíduo. Por isso, para Hernandez se refere ao amor verdadeiro. Bauman (2004, p. 47) também fala sobre o amor próprio:

Pois o que amamos em nosso amor-próprio são os eus apropriados para serem amados. O que amamos é o estado, ou a esperança, de sermos amados. De sermos objetos dignos do amor, sermos reconhecidos como tais e recebermos a prova desse reconhecimento. [...] O amor-próprio é construído a partir do amor que nos é oferecido por outros (BAUMAN 2004, p. 47).

Entende-se que Bauman (2004) descreve o amor-próprio como ato que vai além do individualismo, envolve o “eu” saudável da vida pessoal dos indivíduos, o seu “eu” íntimo, que deseja ser aceito e amado, diante de seus olhos e dos olhos do outro.

Como exemplo dessa forma de amor, tem-se a aceitação da vida do indivíduo, considerando que essa ação representa um fato gerado pelo amor social. Conforme Costa (2012) a aceitação consiste em não julgar. Trata do processo de desenvolvimento individual e pessoal do ser humano. Essa ação faz com que sejam aprovadas quaisquer situações em seu cotidiano, estando de acordo ou não com as situações em questão.

A aceitação, quando é tratada em coletivo, deve ser acompanhada da tolerância, ou seja, em sociedade as pessoas podem se adaptar a uma situação sem que seu bem-estar seja afetado, mas mesmo assim deve-se ter tolerância sob uma eventualidade que não agrada. Dessa forma é possível alcançar consentimento para todos os indivíduos. (COSTA, 2012)

Pode-se entender como característica principal do amor social o valor atribuído a cada indivíduo, tanto de forma individual, como coletiva. Para Oltramari (2005, p. 43) o amor “[...] é a busca pela sua metade perdida, busca que evidencia a carência constitutiva de sua pobreza intrínseca”.

Com base no que o autor afirma, é possível entender que a característica principal do amor social esteja no valor que o indivíduo atribui aos acontecimentos, seja um valor individual ou altruísta, essa característica se destaca entre as pessoas por ser algo que buscam como metas de vida. Ou seja, meios a ser defendido com o

propósito de valorizar seus ideais em busca de alguma coisa que preencha suas necessidades de não estar só, mantendo sua aceitação e o convívio social.

2.4 Definição de Banalização Social do Amor

Para compreender o significado da banalização social do amor, faz-se necessário retomar Hernandez (2003), com sua definição do segundo tipo de amor: o *falso amor*. Para o autor, trata-se de um amor caracterizado pela dependência passiva, alimentado por limites compulsivos. Dessa forma, Hernandez (2003, p. 59) descreve o que há por trás do “falso amor”:

Por trás do amor-passividade está a união simbiótica, em que a pessoa foge do sentimento de isolamento e separação tornando-se parte de outra pessoa, que a dirige e protege. Essa submissão implica em dependência e falta de integridade.

De acordo com o autor, no falso amor existe o amor-passividade, uma relação enganosa onde um dos indivíduos vivencia a dependência passiva. Essa é baseada em um relacionamento abusivo, no qual, por medo de uma possível exclusão social, a pessoa se submete aos desejos e ao comportamento da outra, que considera superior a si. Pois sem a presença desse indivíduo acredita que não viverá satisfeita. Esse comportamento gera a mudança do caráter da pessoa resignada, essa resignação ocorre quando o indivíduo acredita não haver mais saída para a situação. Segundo Hernandez (2003, p. 60) esse tipo de sentimento constitui-se em amor vazio ou sem valor “O amor baseado somente no elemento decisão/compromisso é o denominado amor vazio, que pode ser visto naquelas relações em que a intimidade e a atração física já deixaram de existi”.

Com base no autor é possível compreender esse tipo de amor, e ainda porque se caracteriza como um falso amor. Refere-se ao convívio artificial das pessoas. Esse tipo de comportamento vago e desprendido dos seres humanos pode ser compreendido como um amor movido apenas por interesses individuais, onde o contato físico e a vivência em harmonia acabam ou nunca existiram.

É possível encontrar referências em Bauman (2004) sobre esse tipo de amor quando o autor aborda o amor líquido, como esse sentimento influencia no comportamento ideológico das pessoas:

[...] Mas, se ele é um estranho para mim e se não pode me atrair por qualquer valor próprio ou significação que possa ter adquirido para a minha vida emocional, será difícil amá-lo. [...]. Se lhe convier, não hesitará em me injuriar, zombar de mim, caluniar-me e demonstrar seu poder superior (BAUMAN, 2004, p. 46).

De acordo com Bauman (2004), uma das características principais do amor líquido reside na falta de confiança vivenciada nos relacionamentos pelos indivíduos. Pois, para compartilhar a afetividade com outros sujeitos é preciso que lhe traga benefícios. Porém de início a pessoa irá sentir dificuldades quando estiver em ambientes com pessoas desconhecidas, pois “abraçar” o desconhecido é algo dispensável e o desconhecido pode ser incerto, uma vez que o estranho pode não trazer nenhum proveito. Assim, esse indivíduo se isola em sua zona de conforto a fim de priorizar seus objetivos. Apesar disso, Bauman persiste no valor de amar ao próximo:

[...] o "amor ao próximo" é "um mandamento que na verdade se justifica pelo fato de que nada mais contraria tão fortemente a natureza original do homem". [...] E a obrigação de amar o próximo talvez tenha menos probabilidade de ser obedecida do que qualquer outra (BAUMAN, 2004, p. 46).

Desse modo Bauman (2004) afirma que o amor ao próximo deve ser um princípio básico entre os seres humanos para que possa existir equilíbrio na sociedade. Contudo, quando esse ato não é vivenciado, a sociedade perde esse convívio harmônico e os indivíduos passam a seguir suas próprias ideologias. Irão tratar de seus valores ideológicos e afetivos, com displicência aos demais, banalizando o amor e a vida das outras pessoas.

3. O ARTISTA E O VIDEOCLÍPE

Ao trazer esse assunto para o estudo, atenta-se ao meio utilizado pelos artistas para divulgação na internet. É válido lembrar que artistas utilizam-se de materiais audiovisuais como os (videoclipes) para propagar seus trabalhos ao público. Muitos desses materiais produzidos são vinculados em sites como o YouTube,

3.1 Videoclipe

Os cantores costumam utilizar-se de videoclipes para propagação de seus trabalhos, onde materializam de forma visual a mensagem contida na letra de suas canções. Assim, é possível entender os videoclipes como uma forma de visualizar a música, onde a mensagem que o sujeito quer transmitir é divulgada por outros mecanismos de divulgação, como a internet. Conforme Soares (2014, p. 325):

Conceitualmente, tentamos empreender o argumento de que videoclipes performatizam as canções que os originam, propondo uma forma de “fazer ver” a canção a partir de códigos inscritos nas próprias canções populares massivas, mas também diante da problemática dos gêneros musicais e das estratégias de endereçamento dos produtos da indústria fonográfica.

Considerando-se o que Soares (2014) afirma sobre videoclipes, é possível interpretar que nesses trabalhos audiovisuais, o público recebe a junção de elementos como áudio, imagem e enredo. Ao levar esses aspectos em consideração, o músico autor terá o necessário para construir o material a ser propagado para seus expectadores. Dessa forma, levando em consideração a forma como um videoclipe pode ser construído, Soares (2012), acrescenta:

Não é função de uma análise tentar explicar o texto audiovisual, mas questionar de onde vem o sentido que se atribui ao texto. A análise de um videoclipe, diante do que expomos, tem a perspectiva de achar um lugar entre autor (quem cria, quem dirige), texto (constituintes de ordem estrutural e técnica) e contexto (quem consome, em que circunstâncias se cria), de forma que não se encontre um ambiente seguro para tais vetores, mas sim, um lugar que esteja suspenso e galgado no entendimento de que estamos diante de um signo estético, com toda a ambiguidade e arbitrariedade que lhe são peculiares (SOARES, 2012, p.135).

É possível que, com esses elementos, o artista possa construir e desconstruir quaisquer de seus trabalhos; seu videoclipe pode ou não seguir uma linha simétrica ou temporal. Mas se estiver trabalhando sua ideologia no material, seu objetivo possivelmente será perceptível ao público consumidor desse veículo. Soares (2012) colabora para esse entendimento adicionando:

Aspectos como divisão e simultaneidade nas imagens videoclípticas geram a fragmentação da narrativa e do significado, podendo acarretar em adiamentos de sentido ou um “soterramento” deste sentido (o sentido encontra-se “submerso”, no meio das tramas de imagens “recortadas”). Tais elementos são decisivos para a constituição da não-linearidade de sequências. [...]. Neste sentido, podemos falar de uma proximidade do videoclipe com o conceito de simulação – ou de consciência de realidade simulada (SOARES, 2012, p. 20).

Assim, pode-se entender que os músicos trabalham seus conceitos nos videoclipes, que possivelmente serão identificados pelo consumidor, ou seja, a maneira como se comporta, a mensagem que é tratada, os métodos utilizados pelo cantor/diretor como: cores predominantes do vídeo, posição de câmeras, estilo de linguagem - se é verbal ou não verbal - e a ação corporal do indivíduo, determinam o padrão em que o clipe é construído.

Dentre essas características encontradas nos videoclipes, é válido frisar os tipos de linguagens/mensagem que o cantor aplica em seus trabalhos audiovisuais, dado que esse conteúdo pode não só fazer parte da ideologia do artista, mas sim do comportamento da própria sociedade, já que segundo Soares (2012) o videoclipe pode representá-la.

3.2 Tipos de Linguagem

Este tópico visa aprofundar a questão do uso de videoclipes como ferramenta de interação e transmissão de mensagens para a sociedade. Sobre esse respeito torna-se imprescindível reforçar os tipos de linguagem encontrados em determinados trabalhos de personalidades da mídia.

Tais linguagens podem ser determinadas como verbal e não verbal, e comumente são utilizadas por artistas. Esse tipo de método pode causar resultados harmônicos entre o som, a imagem e o enredo. Dessa forma é possível que o

músico e o diretor do vídeo se favoreçam dessa técnica para transmitir seus conceitos ao público. Nesse sentido, Fiorin (1998, p. 3) aborda que: “[...] os efeitos estilísticos da expressão estabelecem uma homologia entre expressão e conteúdo, procurando manifestar o conteúdo na expressão e não apenas pela expressão”.

Levantando a questão da linguagem verbal e da não verbal abordada pelo autor, é possível entender que em videocliques, o responsável pode querer ir além de retratar seu conceito no trabalho de forma direta para atingir o público. Também é possível que o artista queira causar uma interatividade na forma de expressão com seu receptor. Seguindo nessa linha, Ribeiro e Guimarães (2009, p. 2) destacam que é preciso ter coerência entre linguagem oral e expressão:

[...] o uso da linguagem verbal oral é o que realmente estão sentindo? Na expressão da linguagem corporal, pois os indivíduos transmitem sinais não verbais que podem ser contraditórios ao que a pessoa está realmente dizendo.

Tomando por base as afirmações dos autores acima, e direcionando o uso desse conteúdo para videocliques, torna-se válido ressaltar a importância dessa comunicação linguística para o artista, e a forma como irá manipulá-los a seu favor. Já que quando o material de um artista é aplicado em vídeo, o público receptor possivelmente irá identificar o desempenho desse artista e absorver o que lhe for atrativo no trabalho do mesmo.

3.3 O que é Discurso

Além, dos tipos de linguagem abordados anteriormente, é preciso acrescentar o assunto discurso, pois por mais que um cantor procure expressar sua ideia de forma sucinta e imparcial para a sociedade, ele pode estar utilizando seu poder de liderança para conquistar seus propósitos e para isso deverá ter certeza do que está dizendo e como está dizendo aos ouvintes. Foucault (1996) retrata discurso da seguinte maneira:

Por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que o atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e com o poder. Nisto não há nada de espantoso, visto que o discurso - como a psicanálise nos mostrou - não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é, também, aquilo que é o objeto do desejo;

e visto que - isto a história não cessa de nos ensinar - o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nós queremos apoderar (FOUCAULT, 1996, p.10).

A partir do que o autor expõe sobre discurso, fica claro que personalidades e líderes de influência precisam saber o que dizer e o que não dizer a determinados grupos sociais, de maneira que seu discurso não soe de forma ambígua aos indivíduos. A partir disso os autores Caregnato e Mutti (2006) abordam a forma de comunicação linguística de um discurso:

O processo de análise discursiva tem a pretensão de interrogar os sentidos estabelecidos em diversas formas de produção, que podem ser verbais e não verbais, bastando que sua materialidade produza sentidos para interpretação; podem ser entrecruzadas com séries textuais (orais ou escritas) ou imagens (fotografias) ou linguagem corporal (dança) (CAREGNATO; MUTTI, 2006, p. 680).

Com base no que Caregnato e Mutti (2006) caracterizam como formas de expressão em um discurso, pode-se destacar que as linguagens verbais e não verbais se encontram não somente no texto, mas na fala, na fotografia e na dança, elementos utilizados pelos artistas em seus videoclipes e para elaboração dos mesmos. Ao fazer uma relação do que os autores apresentam com o objeto de estudo, é possível dizer que os discursos produzidos por artistas através de seus videoclipes, possivelmente irão atingir o seu público alvo, se a sua mensagem for aplicada corretamente.

3.4 Ideologia

Ao dar sequência ao estudo, é válido abordar o que vem a ser o conceito de ideologia. Sobre o tema, a autora Chauí (1980) afirma o seguinte:

[...] A ideologia continua sendo aquela atividade filosófico-científica que estuda a formação das ideias a partir da observação das relações entre o corpo humano e o meio ambiente, tomando como ponto de partida as sensações; por outro lado, ideologia passa a significar também o conjunto de ideias de uma época, tanto como “opinião geral” quanto no sentido de elaboração teórica dos pensadores dessa época (CHAUÍ, 1980, p. 11).

Com base no que a autora explica sobre ideologia é possível entender que, mediante aos princípios ideológicos, o emissor procura fazer com que suas

preferências e desejos se transformem nos desejos de toda a sociedade. Diversos influenciadores operam por meios de comunicação para propagar sua ideologia, tais veículos como, a TV, rádio, imprensa e a internet, podem ser utilizados para atingir grandes populações, assim Ramalho (2012) aborda a ideologia como:

As ideologias dominantes podem moldar as necessidades e os desejos daqueles a quem elas submetem, mas também, devem comprometer-se com as necessidades que as pessoas já têm, captar as esperanças e carências, revesti-las em sua própria linguagem e retorná-las aos sujeitos de modo a converterem-se em ideologias plausíveis e atraentes (RAMALHO, 2012, p. 01).

Com isso, o indivíduo que efetua práticas ideológicas, tende a criar um conjunto de ideais para divulgá-las a seu público. Dessa forma a ideologia pode vir a ser uma expressão de conceitos, onde o indivíduo consegue propagar suas ideias de forma ativa para uma sociedade. Deste modo, é possível compreender que a ideologia que artistas da mídia utilizam em determinado discurso, tem a possibilidade de gerar o impacto desejado no seu público alvo.

4 METODOLOGIA

A fundamentação teórica do estudo de caso foi realizada por meio de pesquisa bibliográfica em livros, artigos acadêmicos e sites na internet que abordam sobre o assunto estudado e apresentam possíveis definições que possam ser aplicadas ao objeto de estudo.

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem, porém, pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (FONSECA, 2002, p. 32).

A pesquisa do estudo de caso será constituída através de uma análise da cantora Lady Gaga e seu 4º videoclipe intitulado “*Bad Romance*”, Trevisan (2011) explica sobre a composição de videoclipes do seguinte modo:

[...] os videoclipes são compostos pela adição de imagens a música, ou seja, um diretor de videoclipe cria imagens em movimento para uma melodia já existente. Em clipes onde não se observa uma narrativa coerente baseada na letra e na música, pode-se notar a recorrência a aspectos visuais unificadores (TREVISAN, 2011, p.143).

Dessa forma a análise será feita através de um estudo da letra da música e principalmente das cenas que a cantora interpreta em vídeo como, seus movimentos corporais, sua expressão facial, a sua interação com os demais personagens, se a narrativa possui uma ordem cronológica e os cenários que contribuem para a história do clipe.

Quanto à natureza da pesquisa, ela será feita de forma descritiva, onde o que for pesquisado sobre o objeto de estudo (o videoclipe “*Bad Romance*” da cantora Lady Gaga), corresponderá às considerações de Oliveira (2011, p. 21).

[...] as pesquisas descritivas têm como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis.

Com base no que o autor afirma, a pesquisa será feita por meio de uma análise dos tipos de linguagem que a cantora utiliza no seu videoclipe, na busca por identificar pontos em que a banalização social do amor possa estar presente. Dessa maneira o videoclipe “*Bad Romance*” da cantora Lady Gaga será observado a partir do sentimento que a personagem transmite ao cantá-lo; do comportamento da protagonista durante todo o enredo do vídeo, levando em conta a linguagem verbal e principalmente a linguagem não verbal expressa; a coreografia que a artista faz junto das demais dançarinas; os personagens coadjuvantes da história, como eles interagem com a personagem principal; os aspectos que os mesmos transmitem ao serem comparados com os da cantora; e a mensagem que a letra da música transmite no videoclipe.

5 APRESENTAÇÃO DO ESTUDO DE CASO: LADY GAGA E O VIDEOCLÍPE “*BAD ROMANCE*”

Para compreender sobre o objeto de estudo, é necessário apresentar os dados sobre a cantora Lady Gaga, contando como foi sua trajetória até o ano de 2017, e dessa forma entender, em parte, como ela age em seus trabalhos.

O site RDT Lady Gaga, de sigla RDT – *redaction*, é uma rede de *websites* brasileira fundada em 10 de janeiro de 2011, que se iniciou originalmente como um *fã site*⁶ da cantora Lady Gaga. Segundo informações do site RDT, Lady Gaga, a cantora de nome. Stefani Joanne Angelina Germanotta, compositora, atriz, modelo, nasceu em 28 de março de 1986, em Manhattan, New York. Filha mais velha de Cynthia Germanotta e Joseph Germanotta.

Aos quatro anos de idade, Gaga aprendeu a tocar piano, e aos seus onze anos frequentou a escola católica romana privada, Convent of the Sacred Heart, situada Upper West Side em New York. Aos 13 anos de idade Stefani compôs sua primeira música nesse instrumento e um ano depois começou a se apresentar em casas noturnas.

No começo da carreira, utilizava o nome de batismo, Stefani. Com dezenove anos fechou um curto contrato de 3 meses com a gravadora *Def Jam Recordings*. Em 9 de março de 2006, produziu seu primeiro EP (*extended play*), a partir deste momento começou a chamar a atenção no mercado musical da época.

Com o passar do tempo, Stefani, com a ajuda de seu produtor musical, *Rob Fusari*, passou pelo processo de criação de seu nome artístico, determinado como Lady Gaga, tendo origem a partir da canção "Radio Ga Ga" da banda Queen, lançada em 1984.

Em, 19 de agosto de 2008, a cantora, já com seu nome artístico Lady Gaga, lançou seu primeiro álbum pela empresa *Interscope Records*, intitulado *The Fame*, que foi considerado, desde o ano de seu lançamento, até o ano de 2011, o melhor

⁶ **Fã site**, ou fanpage, é um blog ou página especializado sobre determinado artista como cantores, atores, bandas, ou qualquer tipo de pessoa pública, o *fã site* é utilizado para que os fãs de determinado artista foquem atualizados de sua vida. (ESPINDOLA, 2015, UNISINOS).

álbum pop dance, eleito pela revista *Billboard*⁷. Com esse álbum conquistou a segunda posição na lista dos 200 melhores da *Billboard*. No ano de 2009 foi indicado a seis prêmios *Grammy*, ganhando por melhor gravação na categoria dance, com o single *Poker Face*. Sobre a mensagem abordada nesse álbum Gaga (2009, s/p), afirma: “*The Fame* é sobre como qualquer um pode se sentir famoso. Cultura pop é arte [...]. Mas é uma fama compartilhável. Eu quero convidar todos para a festa. Eu quero que as pessoas se sintam parte deste estilo de vida”.

A cantora lançou, em 18 de novembro de 2009, *The Fame Monster*, seu segundo álbum, em princípio, as oito faixas, seriam adicionadas ao *The Fame*, porém a cantora decidiu disponibilizá-las em forma de outro álbum, pois essas canções traziam um conceito totalmente diferente do anterior. Gaga (2009) fala sobre a mensagem que esse álbum apresenta:

[...] eu simplesmente tenho notado um ressurgimento dessa ideia de monstro, de fantasia, mas de uma forma bem realista. Se você prestar atenção, nesses filmes há sempre uma justaposição de sexo e morte. É isso que faz eles tão amedrontadores. Corpo e mente estão preparados para um orgasmo, mas ao invés disso alguém é morto, contou (GAGA, 2009, s/p).

Ainda segundo o site RDT, o álbum *The Fame Monster* obteve aproximado de 5.9 milhões cópias vendidas pelo mundo. No dia 23 de maio de 2011, Gaga lançou seu terceiro álbum chamado, *Born This Way*, onde atingiu no mesmo ano, a posição de número 1 na lista *Billboard*. No mesmo ano de 2011, o álbum vendeu aproximadamente 288.000 cópias em apenas um dia e, em seguida arrecadou cerca de 1.108.000 em apenas uma semana nos Estados Unidos. Gaga explicou mais sobre o álbum como:

Eu sabia que tinha uma habilidade para mudar o mundo quando eu comecei a receber cartas de fãs dizendo: Você salvou a minha vida. Eu sou gay e meus pais me expulsaram de casa. Meus fãs se identificaram comigo como um ser humano e como um ser não humano - como um super-humano que eu realmente sou (GAGA, 2011, s/p).

Gaga, sofreu grave lesão em seu quadril, fazendo com que ficasse reclusa após uma cirurgia. Em 11 de novembro de 2013, Gaga volta com o lançamento de seu quarto álbum chamado de *Artpop*, atingindo a primeira posição na *Billboard*. Porém, o álbum não foi tão aceito quanto os anteriores, pois sua venda foi de 2,5

⁷ A *Billboard* é uma revista norte-americana especializada em informações sobre a indústria musical (www.billboard.com).

milhões de cópias em todo o mundo, marca que o álbum *Born this Way* alcançou em apenas uma semana. Assim, Artpop não teve uma venda considerável para o nome Lady Gaga, contudo o conceito de arte na música pop fez com que seu trabalho não caísse popularmente.

No dia 23 de setembro de 2014, Gaga junto com o cantor de Jazz, Tony Bennett, lançou o álbum *Cheek to Cheek* e alcançou a primeira posição na *Billboard*. A parceria fez com que a cantora pudesse explorar ainda mais sua potência vocal e por se tratar de um álbum de jazz conquistou pessoas que antes não faziam parte de seu público.

No ano de 2015, Gaga interpretou sua primeira personagem na série de terror e suspense, *American Horror Story*, dos criadores Ryan Murphy e Brad Falchuk, Lady Gaga interpretou a personagem Elizabeth Johnson, uma proprietária de um Hotel na Califórnia na qual ela assassinava pessoas para poder se alimentar do seu sangue. Em junho de 2015, a cantora com apenas 29 anos foi a primeira artista feminina a receber o *Contemporary Icon Award*, do Hall da Fama de Compositores, esse prêmio é destinado para artistas que alcançam o status de ícone da cultura pop. Em dezembro de 2015, a cantora também recebe mais um prêmio da *Billboard*, o *Billboard's Woman of the Year*, sendo nomeada a mulher do ano de 2015.

No dia 10 de janeiro de 2016, Lady Gaga ganha o *Golden Globe Awards* pela categoria de melhor atriz em minissérie, graças a seu papel na série *American Horror Story*. Em fevereiro de 2016 Gaga canta o hino nacional norte-americano no *Super Bowl*. Depois de um tempo ela em parceria com a empresa multinacional *Intel Corporation* se apresentou no *Grammy Awards*, fazendo um tributo ao cantor falecido David Bowie, essa apresentação teve tanta visualização que foi avaliada pelo maior festival de publicidade do mundo, o *Cannes Lions Festival*, onde a cantora juntamente com a empresa *Intel* e outras parcerias conquistaram o prêmio *Cannes Lions* pela categoria de *Media Lions* essa na qual premia as ideias inovadoras de marketing feitas nos meios midiáticos.

Ainda em 2016, Gaga se apresentou na entrega do *Oscar* com a canção que compôs em parceria com a cantora Diane Warren "Til It Happens to You", do filme documentário "*The Hunting Ground*", filme que aborda sobre o abuso sexual que

ocorre em escolas dos Estados Unidos. Em julho desse mesmo ano, a canção foi indicada ao *Emmy Award* na categoria de Melhor Letra e Canção Original, assim tornando-se a primeira canção na história a concorrer ao Grammy, Emmy e ao Oscar.

Em 21 de outubro de 2016, Lady Gaga lança seu quinto álbum chamado *Joanne*, um conjunto composto de estilos, pop, country e rock. O nome do álbum foi em homenagem a sua tia paterna Joanne, que faleceu aos 19 anos vítima de Lúpus, uma doença que Gaga também possui. Em entrevista a *Beats1*, Gaga fala sobre o álbum ser algo mais pessoal que já fez da seguinte forma:

Todas as músicas nesse álbum novo são completamente autobiográficas, eu me relaciono profundamente com todas elas. Lady Gaga em entrevista ao Elvis Duran: É sobre mim como a filha do meu pai e como a filha da minha mãe. Como a garota da cidade que está entrando em um novo território (GAGA, 2016, s/p).

Em fevereiro de 2017, a cantora novamente em parceria com a empresa *Intel* se apresenta mais uma vez no *Super Bowl*, dessa vez como *Halftime show*, alcançando aproximadamente a audiência de 117.5 milhões de expectadores apenas nos Estados Unidos, sem contar a internet, sendo assim o 2º show mais assistido do *Super Bowl*, ficando apenas atrás da apresentação da cantora Katy Perry.

No dia 14 de setembro Lady Gaga cancela sua participação festival *Rock in Rio* por complicações de saúde, uma crise de Fibromialgia, uma doença que faz com que a pessoa sinta fortes dores pelo corpo, a deixou impossibilitada de comparecer ao festival que começava no dia seguinte, a cantora então foi substituída pela banda *Maroon 5*, na qual já havia chegado para se apresentar no dia 16 de setembro. Em 22 de setembro de 2017 Gaga, em parceria com a empresa provedora de filmes e séries americana *Netflix*, lança a documentário “Gaga: *Five Foot Two*” onde mostra todo o processo do álbum *Joanne*, sua apresentação no Super bowl, e como é seu dia a dia. Nele é possível ver como funcionam os tratamentos pelos quais a cantora passa para combater o Lúpus e dor crônica causa pela Fibromialgia.

Após um tempo de recuperação a cantora retorna a suas turnês. No dia 19 de novembro de 2017 ela apresenta a música “*The Cure*” em uma transmissão ao vivo

de seu show em Washington D.C. para o *American Music Awards*, na qual em seguida recebe o prêmio pela categoria de Artista Feminina de Pop/Rock Favorita.

Por ter uma alta repercussão, aos seus 25 anos, Gaga foi a primeira pessoa a conquistar 30 milhões de seguidores no twitter no ano de 2011. Atualmente no ano de 2017, a cantora de 31 anos, possui aproximadamente 155 milhões de seguidores de acordo com suas redes sociais, Instagram, Twitter, Facebook. Até meados de 2017 a cantora contava com 403 prêmios obtidos e 452 indicações.

Em seu canal do YouTube chamado, *Lady Gaga VEVO*, a cantora possui aproximadamente 9 milhões de inscritos, onde segundo o site, seus vídeos possuem aproximadamente 5 bilhões de visualizações em todo o site. Sua influência na internet se tornou tão grande, que junto com sua equipe, criou sua própria rede social, chamada The Little Monsters, no qual recebe milhares de usuários regularmente conforme o site starcount.com.

Imagem 1: Lady Gaga na cerimônia de premiação do Golden Globe 2016.



Fonte: <https://www.goldenglobes.com/video/lady-gaga-pressroom-golden-globes-2016>.

5.1 Videoclipe “*Bad Romance*”

Para melhor entendimento do assunto “Banalização social do amor” é necessário analisar o seu 4º trabalho audiovisual, esse que ilustra com mais clareza o tema, o videoclipe intitulado “*Bad Romance*”. Lançado em 2009, com duração de 5:07, *Bad Romance* é um videoclipe do gênero Pop Dance no qual em suas 17 cenas diferentes, possui mensagens intrínsecas, entretanto a principal mensagem abordada nele se trata do conceito Amor Líquido, vivenciado dentro de uma sociedade.

Na história do videoclipe a personagem interpretada por Lady Gaga é capturada por um grupo de supermodelos e leiloada para a máfia russa no valor de um milhão de rublos⁸. Isso acontece dentro de uma casa de banhos branca e luminosa. A história do vídeo se inicia com a personagem de Gaga sentada em um trono, vestida de dourado dentro de uma sala branca sem ter começado a canção. Após iniciar a música, o restante do local começa a ser mostrado. Em seguida um dos compradores a arremata no leilão e ela aos poucos começa a ter que aceitar sua situação. Durante o enredo a personagem tem que se submeter aos seus superiores, sendo forçada a aceitar de qualquer forma o seu propósito. No decorrer do videoclipe a personagem da cantora utiliza 10 tipos de figurinos diferentes para ilustrar a sua transformação.

5.2 Composição do videoclipe

Nesse tópico será analisada a composição do videoclipe mostrando em quais momentos o tema banalização social do amor é abordado; as composições como o tempo e o ambiente em que se passa a história; as fases vivenciadas pela personagem principal; seu comportamento diante das ações dos demais personagens e o comportamento destes em relação a personagem da cantora.

Em uma entrevista feita pela revista *Rolling Stone*, a cantora Lady Gaga, junto ao responsável pelo videoclipe, o diretor austríaco *Francis Lawrence*, explicaram sobre a proposta do vídeo. Na história, Lady Gaga é mantida presa para

⁸ O **rublo** (em russo рубль), oficialmente rublo russo, é o nome dado a moeda da Federação Russa e de Bielorrússia.

ser leiloadada a um grupo da máfia russa. Logo no primeiro cenário é mostrada uma casa de banho na qual Lady Gaga e suas dançarinas interpretam escravas sexuais, que ficam dentro de caixões brancos. Conforme é mostrado na Imagem 2 a seguir:

Imagem 2: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, feixe de luz atingindo a casa de banho.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

Após a luz do sol entrar no local uma iluminação fluorescente contida nas paredes da sala se acende e a personagem de Gaga e as outras mulheres saem de dentro desses caixões brancos. Durante o tempo em que a primeira parte da música começa, as dançarinas vestindo *collants* de cor branca saem de dentro dos caixões, junto com a personagem da cantora, ilustrado na Imagem 3:

Imagem 3: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem de Gaga e as dançarinas saindo de dentro dos caixões brancos.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

A personagem de Gaga se veste toda de branco. Suas costelas e coluna estão marcadas em sua roupa de lycra branca e ela também veste uma espécie de coroa que cobre os olhos mostrando apenas o final do nariz e a boca. É válido ressaltar que o cenário no qual se passa essa cena, a cor predominante é o branco e em contraste com o preto e o cinza, dão um aspecto de limpeza e profundidade ao local. Como pode ser visto na Imagem 4:

Imagem 4: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem da cantora sai do caixão branco da casa de banho.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

Na cena onde a personagem de Lady Gaga está sentada em uma banheira vestindo uma roupa branca aparecem duas mulheres do grupo de supermodelos, que a retiram da banheira de forma agressiva e em seguida arrancam a sua roupa para prepará-la para a exposição, conforme é mostrado na Imagem 5:

Imagem 5: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, as mulheres arrancam a roupa da personagem de Lady Gaga.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

Após ter suas roupas arrancadas é forçada a ingerir um líquido, que vem a ser “*Lex Nemiroff*”, uma bebida alcoólica ucraniana, frequentemente mostrada no enredo do videoclipe como Merchandising roteirizado⁹. Durante essa cena, é possível observar certa resistência da personagem ao ser obrigada a ingerir o produto. Conforme a Imagem 6 mostra:

Imagem 6: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem é forçada a ingerir a bebida alcoólica.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

Mesmo ela sendo segurada e forçada a ingerir a vodka, em um ato de resistência, a personagem cospe parte do produto em uma das mulheres. A sua resistência nesse momento é intercalada entre cenas dela chorando e dançando com as demais mulheres, conforme a Imagem 7 mostra a seguir:

Imagem 7: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem cospe parte da bebida em uma das mulheres.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

⁹ O **merchandising roteirizado** é uma parte do marketing na qual uma empresa engloba as técnicas mercantis, permitindo apresentar, nas melhores condições materiais e em um enredo audiovisual, o produto ou serviço que pretende vender ao seu consumidor. (SHIDOMI, 2011, Universidade Presbiteriana Mackenzie).

Após a personagem beber parte da vodka ela é levada para ser apresentada ao grupo de homens que participariam do leilão. Em seguida as dançarinas arrancam um casaco que cobre o seu corpo colocando-a em frente aos compradores. Percebesse que Gaga tenta lutar para que as outras mulheres não a deixem seminua na frente daqueles homens. Como apresenta a Imagem 8 abaixo:

Imagem 8: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, as mulheres arrancando o casaco da personagem.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

Ao tirarem o casaco da personagem de Lady Gaga, percebe-se que está vestindo uma *Lingerie* coberta de diamantes, um acessório que cobre sua cabeça e olhos para que apenas seu corpo seja valorizado. Também é possível ver que seus seios estão levemente visíveis através dos diamantes, conforme a Imagem 9:

Figura 9: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, as mulheres deixam a personagem de Gaga seminua.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

Sendo tratada como um objeto precioso, a personagem de Gaga, junto das outras mulheres, se exhibe para os compradores através de uma dança coreografada na qual as mãos se movimentam para cima e para baixo e o corpo faz uma espécie de reverência, neste momento a personagem também é jogada no chão ficando abaixada onde demonstra medo e inferioridade diante dos homens. Segundo a Imagem 10 mostrada abaixo:

Imagem 10: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem de Gaga abaixada olhando assustada para um dos homens.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

Após a personagem ser apresentada, os homens finalizam a sua compra. Assim, ao perceber que não terá mais saída, a personagem aparenta estar resignada e aceita seu destino. Depois que é arrematada pelo comprador, seu comportamento começa a mudar, em seguida em um ato de submissão se senta no colo do homem que a adquiriu pelo maior lance, mostrando a ele que mesmo sendo contra a sua vontade, esta aceitando o fardo. Conforme é mostrado na Imagem 11 a seguir:

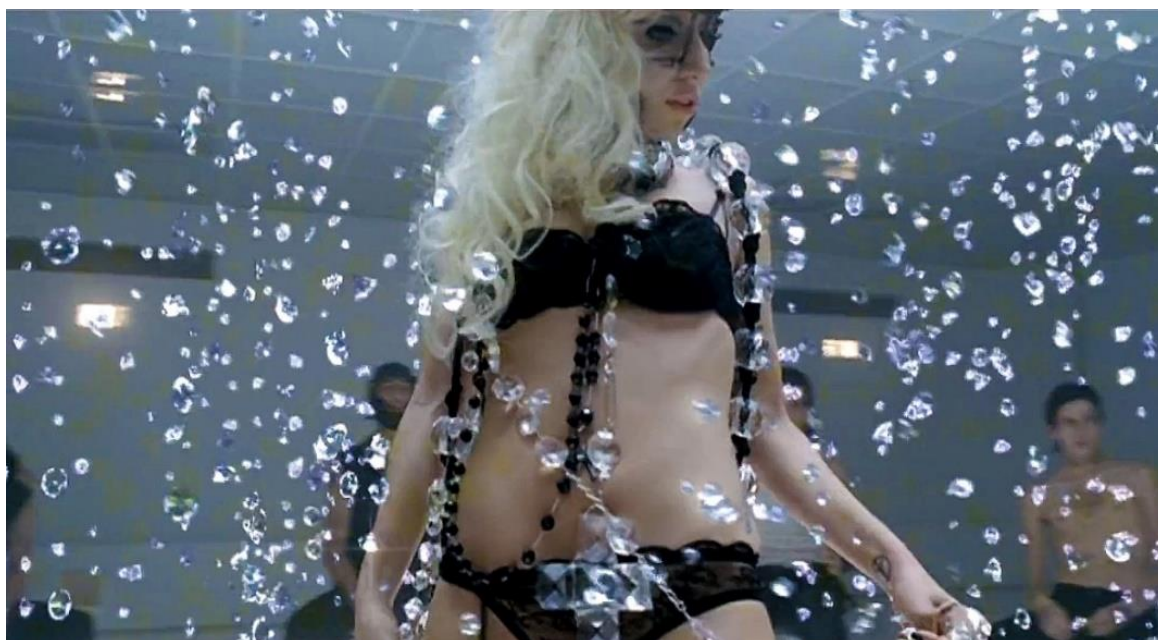
Imagem 11: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem senta no colo do homem que a adquiriu.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

Após o comprador a adquirir, ela percebe que não tem escolha a não ser aceitar. Visto que a personagem de Gaga passa por um processo de resignação, as próximas cenas são intercaladas mostrando o comportamento dela após o término do leilão. Na próxima cena, a personagem de Lady Gaga está paralisada, em pé e de cabeça baixa no centro da sala, na qual é fica no meio dos homens da máfia. Ela veste um Lingerie preto e o seu corpo está envolvido por uma cortina e um rosário de diamantes. A Imagem 12 aclara a cena descrita:

Imagem 12: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem de Gaga paralisada no meio dos homens.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

Seguindo com a história da personagem, cenas são intercaladas em que canta “*walk, walk fashion, baby, work it! Move that bitch crazy!*” vestindo uma roupa dourada com sapatos “*Alien*” de 25 centímetros do estilista e costureiro britânico *Alexander McQueen*. Essa vestimenta, quando é acompanhada da canção, trata da transição imposta que a protagonista acaba de concluir, ilustrada na Imagem 13 seguir:

Imagem 13: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem da cantora vestida de dourado.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

As cenas subsequentes vão encerrando a história da personagem de Lady Gaga. Após aceitar seu destino, ela surge vestindo um casaco de pele de urso branco caminhando lentamente em direção ao mafioso que a comprou. Cena exibida na Imagem 14 abaixo:

Imagem 14: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem caminha lentamente em direção a seu comprador.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

Diante disso, cenas são intercaladas da personagem de Gaga junto de suas dançarinas, dentro da sala de banho com as luzes apagadas, abandonando totalmente o branco agora ela veste uma Lingerie vermelha com sapatos pretos. Vemos que ela, acompanhada das outras mulheres, fazem movimentos

coreografados em que suas mãos batem diversas vezes no chão. Conforme a Imagem 15 mostra a seguir:

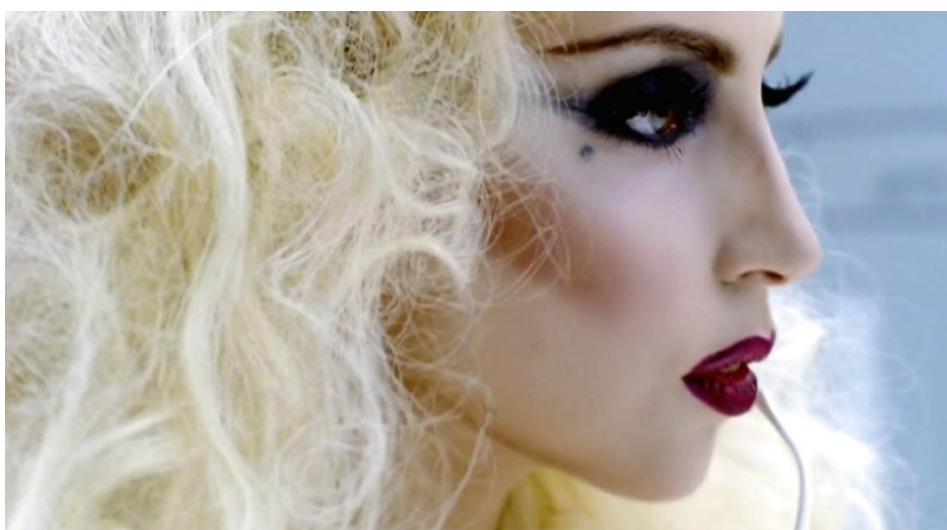
Imagem 15: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem de Gaga junto das outras mulheres dançando de forma agressiva.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

Voltando a cena da personagem de Gaga indo ao encontro do mafioso ela retira seus óculos e, ao finalmente aproximar-se da cama, ela retira o casaco de pele que a cobria mostrando estar vestida com um Lingerie branca. Conforme é mostrado abaixo na Imagem 16:

Imagem 16: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem de Gaga olhando para o homem que a comprou.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

Nas próximas cenas intercaladas mostram novamente a personagem vestida de vermelho dançando juntos das demais mulheres. Dessa vez as luzes da casa de banho se ascendem e podemos ver com mais clareza a expressão e os movimentos que elas praticam. Conforme mostra na Imagem 17 abaixo:

Imagem 17: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a personagem de Lady Gaga faz a coreografia com uma expressão agressiva.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

Foi observado durante algumas cenas do videoclip que havia o uso de bebida alcoólica (merchandising roteirizado), demonstrado nas imagens 6 e 7 quando a personagem é obrigada a consumir a vodka “Lex Nemiroff”. Essa constatação faz com que haja a necessidade de abordar o assunto mais detalhadamente. Entende-se que seu enredo faz parte da característica abordada por Hernandez (2003) a respeito da submissão feminina.

5.3 – A Vodka “Lex Nemiroff”

A “Lex Nemiroff” é uma vodka produzida pela empresa ucraniana de bebidas alcoólicas “Nemiroff”. Segundo o site da empresa *nemiroff.vodka*, a marca está entre as três principais líderes internacionais de álcool consumidas, ainda pelo site da empresa, eles descrevem o produto da seguinte forma:

Nemiroff vodka não é apenas um gosto sofisticado, mas também um atributo de status para homens reais. Por exemplo, a vodka LEX foi apresentada no vídeo Bad Romance de Lady Gaga. Foi visto 635.000.000 vezes - é o vídeo do YouTube mais popular para os anos de 2009 à 2010 (NEMIROFF, 2017, s/p).

A marca aparece diversas vezes dentro cenário do vídeo Bad Romance de Lady Gaga, entretanto no início do videoclipe o produto recebe um foco maior para que o consumidor possa identifica-lo. O produto é mostrado dessa forma a fim de estimular o desejo do consumidor de experimentá-lo. A Imagem 18 demonstra o momento de exposição do produto no videoclipe:

Imagem 18: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, a bebida alcoólica “Lex Nemiroff” mostrada no início do videoclipe.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

O produto mostrado também em outras cenas do clipe, e na maioria das vezes sendo consumido pelos homens da máfia, conforme mostra a Imagem 19: Com base na descrição do site a bebida, os “homens reais” de que ela agrega esse valor, se tratam de homem de status os quais possuem um poder financeiro e social superiores, “homens de Elite”. Com base nisso, quando o produto aparece sendo consumido no clipe mostra que esses mafiosos são superiores à personagem de Lady Gaga. Conforme é mostrado na Imagem 19 abaixo:

Imagem 19: Cena do clipe “Bad Romance” de Lady Gaga, homem consumindo a vodka.



Fonte: Print Screen do vídeo retirado do YouTube.

Desse modo é possível identificar que uma das questões principais abordadas pelo videoclipe são as diferenças de valores entre homens e mulheres. Sendo a personagem de Gaga inferior a esses homens, a bebida não é um produto feito para ela.

7. ANÁLISE CRÍTICA

O videoclipe intitulado “*Bad Romance*”, lançado em 2009, constituiu um trabalho do gênero Pop Dance, com diversas mensagens intrínsecas. Entretanto a principal mensagem abordada em seu enredo trata de temas que estão relacionados à vivência do “Amor Líquido” (BAUMAN, 2004) por pessoas da sociedade, como: submissão; inferioridade; resignação; desrespeito.

Com base nesse contexto o vídeo utiliza linguagem verbal e não verbal, métodos utilizados pelos produtores que podem ser percebidos pelo público. Como por exemplo, em uma das cenas do videoclipe “*Bad Romance*” da cantora Lady Gaga, ela faz gestos com as mãos durante a coreografia remetendo a garras de monstros em direção ao telespectador, ilustrando dessa forma a agressividade de sua personagem.

Partindo do conceito de banalização social do amor, como citado anteriormente na fundamentação do assunto, influenciadores da mídia como cantores, e nesse caso a Lady Gaga, podem utilizar de temas correlacionados em seus trabalhos como discurso, a fim de orientar, de uma maneira específica, sua mensagem em direção ao público alvo. Com base nisso, cantores geralmente transmitem essas mensagens por meio de vídeos (SOARES, 2014).

O videoclipe intitulado “*Bad Romance*” contraria o conceito de verdadeiro amor de Hernandez (2003), o amor-próprio e o amor ao próximo, conforme Bauman (2004) e pode ser percebido em vários momentos do vídeo, quando a protagonista é obrigada a ingerir álcool por exemplo. Dessa forma é possível compreender que a violência que a personagem de Gaga sofreu nessa cena seja uma característica do falso amor ou o amor sob uma dependência passiva, como Hernandez (2003) descreve. A personagem é resignada a se submeter ao que as mulheres estão querendo, mesmo tentando resistir, conforme apresentado na Figura 6.

Outro fato pode ser ilustrado pela cena em que retiraram o seu casaco na frente dos compradores. Nesse caso pode-se entender que as cenas tratam da “objetificação” da mulher, pois a personagem interpretada por Lady Gaga está sendo despida na frente dos homens como um objeto de valor.

Com base no autor, é possível entender que nessa cena a personagem foi exibida como um produto para seu futuro dono. Ao encher o corpo da personagem de diamantes, eleva-se a ideia de valor sexual, ou seja, na cena os diamantes representam a pureza da personagem. Ao unir o branco do clipe com os diamantes em seu corpo, entende-se que o seu corpo seja ainda mais valorizado nesse leilão, como se ela fosse a peça de mais alto valor na exposição.

Na cena seguinte em que ela está abaixada no chão olhando para os mafiosos é possível ver um sinal de inferioridade diante das figuras masculinas e do futuro dono. Ao se levar em consideração o que ocorre durante essa cena, é possível ver que se trata de uma das características abordadas por Hernandez (2003) sobre o falso amor ou amor por sob uma dependência passiva, ou seja, na cena em questão a personagem da cantora está totalmente submissa diante dos homens que irão comprá-la.

Na cena da Figura 11, após o leilão ser finalizado, e a protagonista ser comprada, ela passa por um processo de resignação. Ao ser colocada de pé no meio dos mafiosos, em uma sala escura, a expressão de medo contida em seu rosto não está mais presente. Levando em consideração tal desenvolvimento de aceitação, vemos que ela fica a maior parte do tempo de cabeça baixa aparentando estar submissa aos demais homens.

As cenas finais das Imagens 15, 16 e 17 mostram a personagem de Lady Gaga caminhando em direção ao homem que a comprou. A expressão calma da personagem nessa cena é intercalada com outro cenário onde a mesma, junto das demais dançarinas, fazem uma coreografia com movimentos agressivos no qual batem repetidas vezes no chão expressando dor e hostilidade.

Apesar do ritmo agitado da canção, no videoclipe a personagem não esboça nenhum prazer, pois há uma banalização social presente, segundo as características apresentadas por Hernandez (2003), é possível identificar no videoclipe características que fazem alusão ao o falso amor como resignação de indivíduos e a submissão feminina.

Ao levar em conta a letra da canção (Anexo 1) com o que é mostrado no videoclipe, compreende-se que esse “romance ruim” de que a cantora Lady Gaga aborda venha a ser uma crítica de como as pessoas podem ser descartáveis diante das outras, seja essas outras por possuírem um poder moral, financeiro ou popular.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados do trabalho demonstram à importância de se levar a prática o estudo dos conceitos contidos em videoclipes, para que com eles o cenário acadêmico de publicidade e propaganda possa trabalhar em prol do questionamento de materiais elaborados para o mercado de comunicação. Apesar de existir poucas pesquisas sobre o tema, até o ano de 2017, foi possível atingir o objetivo de entender como artistas e influenciadores da mídia propagam suas ideologias através de seus trabalhos audiovisuais. Assim percebe-se que as técnicas utilizadas por artistas em seus trabalhos apresentam como principal propósito atingir o público, a fim de levar sua mensagem por esse meio ilustrativo.

A partir desse trabalho foi possível compreender que o tema abordado trata de um assunto que vale a pena ser estudado mais a fundo. A partir de uma análise detalhada do videoclipe “*Bad Romance*” foi possível perceber que a cantora Lady Gaga utiliza de vários métodos intrínsecos para transmitir sua mensagem para o público receptor. Apesar de aparentar que a cantora contribui para a banalização social do amor conclui-se que as técnicas utilizadas por Lady Gaga não favorecem essa vulgarização, pois de acordo com a letra da canção e as imagens contidas no videoclipe a cantora, por meio de sua personagem, é vítima desse comportamento.

A linguagem verbal e a letra da canção “romance ruim” apresentam uma faceta da hostilidade e do desapego vivenciado pela sociedade moderna. Os movimentos corporais de sua personagem e dos demais figurantes ilustram de forma direta o que a banalização social do amor pode causar no convívio dos indivíduos.

9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, Leila. **Raízes, Ano XVIII. Comunidade e sociedade: conceito e utopia**, p. 50 – 53. Brasil: Número 20, 1999.

ALMEIDA, Thiago; OLIVEIRA, Halley C. **A IMPORTÂNCIA E A BANALIZAÇÃO DO AMOR NO COTIDIANO**. São Paulo: Laboratório de Saúde Mental e Psicologia Clínica Social Departamento de Psicologia Clínica - IPUSP, 2007. p. 127-142.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido. Sobre a fragilidade dos laços humanos**. Tradução por Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. ed. 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Tempos Líquidos**. Tradução por Polity Press. Edição Brasileira: Jorge Zahar Editor Ltda. Rio de Janeiro: 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. 2. ed. Tradução por Polity Press. Edição Brasileira: Jorge Zahar Editor Ltda. Rio de Janeiro: 2008.

billboard.com Disponível em: <<https://www.billboard.com/billboard-music-awards>> Acesso em 30 nov. 2017.

CAREGNATO, C. A. Rita; MUTTI, Regina. **Pesquisa Qualitativa: Análise De Discurso Versus Análise De Conteúdo**. Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), 2006. p. 679-684.

CASTRO, Viveiros Eduardo. **O CONCEITO DE SOCIEDADE EM ANTROPOLOGIA: UM SOBREVÃO. Os dois sentidos: o geral e o particular**. São Paulo: A inconstância da alma selvagem (2002).

CHAUÍ, Marilena. **O QUE É IDEOLOGIA**. (1980). 2º Edição, Brasiliense. São Paulo, 2008.

ESPINDOLA, Polianne. **Cultura De Fãs e Redes Sociais: Como a Cultura Participativa e o Capital Social Atinge as Organizações**. Santa Catarina: Intercom Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2015.

FIORIN, L. José. **Linguagem e Ideologia**. Tradução por Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: UNESP, Araraquara, Editora Ática. 1998.

FOUCAULT, Michel. **A ORDEM DO DISCURSO**. São Paulo, 3º edição de abril de 1996.

GOLDENGLOBES.COM, Site. **Lady Gaga - Pressroom - Golden Globes 2016**. Disponível em: <<https://www.goldenglobes.com/video/lady-gaga-pressroom-golden-globes-2016>> Acesso em 10 jul. 2017.

GOMES, Borges Celma. **A banalização da vida, suas consequências e seus condicionantes**. Bahia: UFBA. Faculdade de Educação. Universidade Federal da Bahia. 2004.

HERBERT, Emily. **Lady Gaga: A revolução do pop**, Brasil, Editora Globo S.A. 2010.

letras.mus.br **BAD RMANCE – LADY GAGA**. Compositores: Nadir Khayat / Stefani Germanotta. Disponível em <<https://www.letras.mus.br/lady-gaga/1561430>> Acesso em 01 dez. 2017.

MOREIRA, M. Ranúlio. **O Neoliberalismo e a Banalização da Injustiça Social**. Especialização em Direito do Trabalho no IEPC - Instituto de Ensino e Pesquisa Científica/UCG. 2007.

MTV.COM, Site. **LADY GAGA SAYS 'BAD ROMANCE' VIDEO IS ABOUT 'TOUGH FEMALE SPIRIT'**. Disponível em: <<http://www.mtv.com/news/1625848/lady-gaga-says-bad-romance-video-is-about-tough-female-spirit>>. Acesso em 27 out. 2017.

nemiroff.vodka **Nemiroff é um bônus para o gosto e status dos homens**. Disponível em: <<http://www.nemiroff.vodka>>. Acesso em 30 out. 2017.

PEDERNEIRA, L. Isabella. **Etimologia e Reanálise de Palavras**. UFRJ/ Faculdade de Letras. Rio de Janeiro, Fevereiro de 2010.

pucrs.br **A Violência na Sociedade Contemporânea**. Disponível em: <<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/violencia.pdf> >. Acesso em 10 abril. 2017.

RAMALHO, R. José. **Ideologia: O Que devemos saber?** Campina Grande: editora da UFCG, 2012.

rdtladygaga.com **As vendas de Lady Gaga**. Disponível em: <<http://www.rdtladygaga.com/2016/04/pergunte-a-billboard-as-vendas-de-lady-gaga>>. Acesso em 20 mai. 2017.

RIBEIRO, Anely; GUIMARÃES, H. Marcelo. **A linguagem verbal e não verbal: influência da corporalidade no processo de comunicação organizacional**. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, abril de 2009.

SHIDOMI, Flavio. **MERCHANDISING NO VÍDEO CLIPE**. Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2011.

SOARES, Thiago. **Construindo Imagens de Som & Fúria: Considerações Sobre O Conceito de Performance na Análise de Videoclipes**. Recife, Brasil: 2014, p. 323-339.

SOARES, Thiago. **Videoclipe: O elogio da desarmonia**. Rio de Janeiro: - Núcleo de Artes Midiáticas do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB, 2012.

theamas.com **Favorite Female Artist - Pop/Rock**. Disponível em: <<https://www.theamas.com/winners/2017-winners>> Acesso em 20 nov. 2017.

TREVISAN, Michele. **A ERA MTV: ANÁLISE DA ESTÉTICA DE VIDEOCLÍPE (1984-2009)**. Universidade Católica do Rio Grande do Sul; Departamento de Comunicação, 2011.

10 – ANEXO I

Letra da Música e tradução

Bad Romance – Lady Gaga

Oh-oh-oh-oh-oh! Oh-oh-oh-oh-oh-oh!
 Caught in a bad romance
 Oh-oh-oh-oh-oh! Oh-oh-oh-oh-oh-oh!
 Caught in a bad romance
 Rah rah ah-ah-ah!
 Ro mah ro-mah-mah
 Gaga oh-la-la!
 Want your bad romance
 Rah rah ah-ah-ah!
 Ro mah ro-mah-mah
 Gaga ooh-la-la!
 Want your bad romance
 I want your ugly
 I want your disease
 I want your everything
 As long as it's free
 I want your love
 Love-love-love
 I want your love
 I want your drama
 The touch of your hand
 I want your leather studded kiss in the sand
 I want your love
 Love-love-love, I want your love (Love-love-love, I want your love)
 You know that I want you
 And you know that I need you
 I want it bad
 Your bad romance
 I want your love and
 I want your revenge
 You and me could write a bad romance
 (Oh-oh-oh-oh-oooh!)
 I want your love and
 All your lovers revenge
 You and me could write a bad romance
 Oh-oh-oh-oh-oh! Oh-oh-oh-oh-oh-oh!
 Caught in a bad romance
 Oh-oh-oh-oh-oooh! Oh-oh-oooh-oh-oh-oh!
 Caught in a bad romance
 Rah rah ah-ah-ah!
 Ro mah ro-mah-mah
 Gaga ooh-la-la!
 Want your bad romance
 I want your horror

I want your design
 'Cause you're a criminal
 As long as your mine
 I want your love
 Love-love-love
 I want your love
 I want your psycho, your vertigo shtick
 Want you in my rear window
 Baby you're sick, I want your love
 Love-love-love, I want your love (Love-love-love, I want your love)
 You know that I want you
 And you know that I need you
 I want it bad, bad romance
 I want your love and
 I want your revenge
 You and me could write a bad romance
 (Oh-oh-oh-oh-oo!)
 I want your love and
 All your lovers revenge
 You and me could write a bad romance
 Oh-oh-oh-oh-oo! Oh-oh-oo-oh-oh-oh!
 Caught in a bad romance
 Oh-oh-oh-oh-oo! Oh-oh-oo-oh-oh-oh!
 Caught in a bad romance
 Rah rah ah-ah-ah!
 Ro mah ro-mah-mah
 Gaga ooh-la-la!
 Want your bad romance
 Rah rah ah-ah-ah!
 Ro mah ro-mah-mah
 Gaga oh-la-la!
 Want your bad romance
 Walk, walk fashion baby, work it move that bitch crazy
 Walk-walk fashion baby, work it move that bitch crazy
 Walk-walk fashion baby, work it move that bitch crazy
 Walk-walk passion baby, work it I'm a free bitch baby
 I want your love
 And I want your revenge
 I want your love
 I don't wanna be friends
 (J'veux ton amour et je veux ta revanche j'veux ton amour)
 I don't wanna be friends, I don't wanna be friends
 I don't wanna be friends, I don't wanna be friends
 Want your bad romance (caught in a bad romance) want your bad romance
 I want your love and
 I want your revenge
 You and me could write a bad romance
 (Oh-oh-oh-oh-oo!)
 I want your love and
 All your lovers revenge

You and me could write a bad romance
 Oh-oh-oh-oh-oh! Want your bad romance
 Caught in a bad romance
 Want your bad romance
 Oh-oh-oh-oh-oh! Want your bad romance
 Caught in a bad romance
 Rah rah ah-ah-ah!
 Ro mah ro-mah-mah
 Gaga ooh-la-la!
 Want your bad romance

10.1 Tradução da letra

Romance Ruim – Lady Gaga

Oh-oh-oh-oh-oh, oh-oh-oh-oh-oh-oh-oh-oh-oh-oh
 Presa em um romance ruim
 Oh-oh-oh-oh-oh, oh-oh-oh-oh-oh-oh-oh-oh-oh-oh
 Presa em um romance ruim

Ra ra-ah-ah-ah
 Roma-romama-ah
 GaGa, oh la-la
 Quero o seu romance ruim

Ra ra-ah-ah-ah
 Roma-romama-ah
 GaGa, oh la-la
 Quero o seu romance ruim

Eu quero a sua feiura, eu quero a sua doença
 Eu quero o seu tudo, contanto que seja de graça
 Eu quero o seu amor
 Amor, amor, amor, eu quero o seu amor

Eu quero o seu drama, o toque da sua mão
 Eu quero o seu beijo sujo de couro na areia
 Eu quero o seu amor
 Amor, amor, amor, eu quero o seu amor
 (Amor, amor, amor, eu quero o seu amor)

Você sabe que eu quero você
 E sabe que preciso de você
 Eu quero muito
 Um romance ruim

Eu quero o seu amor e eu quero sua vingança
 Você e eu poderíamos escrever um romance ruim
 (Oh-oh-oh-oh-oh)
 Eu quero o seu amor e a vingança de todas as suas amantes

Você e eu poderíamos escrever um romance ruim

Oh-oh-oh-oh-oh, oh-oh-oh-oh-oh-oh-oh
Presa em um romance ruim
Oh-oh-oh-oh-oh, oh-oh-oh-oh-oh-oh-oh
Presa em um romance ruim

Ra ra-ah-ah-ah
Roma-romama-ah
GaGa, oh la-la
Quero o seu romance ruim

Eu quero o seu pavor, eu quero o seu estilo
Porque você é um criminoso contanto que seja meu
Eu quero o seu amor
(Amor, amor, amor, eu quero o seu amor)

Eu quero a sua obsessão, sua vara vertical
Quero você na minha janela traseira, querido, você é doente
Eu quero o seu amor
Amor, amor, amor, eu quero o seu amor
(Amor, amor, amor, eu quero o seu amor)

Você sabe que eu quero você
(Porque eu sou uma vadia livre, baby!)
E você sabe que eu preciso de você
Eu quero muito
Um romance ruim

Eu quero o seu amor e eu quero sua vingança
Você e eu poderíamos escrever um romance ruim
(Oh-oh-oh-oh-oh)
Eu quero o seu amor e a vingança de todas as suas amantes
Você e eu poderíamos escrever um romance ruim

Oh-oh-oh-oh-oh, oh-oh-oh-oh-oh-oh-oh
Presa em um romance ruim
Oh-oh-oh-oh-oh, oh-oh-oh-oh-oh-oh-oh
Presa em um romance ruim

Ra ra-ah-ah-ah
Roma-romama-ah
GaGa, oh la-la
Quero o seu romance ruim

Ra ra-ah-ah-ah
Roma-romama-ah
GaGa, oh la-la
Quero o seu romance ruim

Desfile, desfile
 Na moda, querido, arrase!
 Deixe a vadia louca
 Desfile, desfile
 Na moda, querido, arrase!
 Deixe a vadia louca
 Desfile, desfile
 Na moda, querido, arrase!
 Deixe a vadia louca
 Desfile, desfile
 Na moda, querido, arrase!
 Eu sou uma vadia livre, meu bem

Eu quero seu amor e eu quero a sua vingança
 Eu quero o seu amor, eu não quero que sejamos amigos
 Eu quero seu amor e eu quero a sua vingança
 Eu quero o seu amor, eu não quero que sejamos amigos

(Quero o seu romance ruim, quero o seu romance ruim)
 Não quero que sejamos amigos
 (Quero o seu romance ruim, quero o seu romance ruim)
 Não quero que sejamos amigos
 (Quero o seu romance ruim, quero o seu romance ruim)
 Quero o seu romance ruim
 (Quero o seu romance ruim, quero o seu romance ruim)
 Quero o seu romance ruim!

Eu quero o seu amor e eu quero sua vingança
 Você e eu poderíamos escrever um romance ruim
 (Oh-oh-oh-oh-oh)
 Eu quero o seu amor e a vingança de todas as suas amantes
 Você e eu poderíamos escrever um romance ruim

Oh-oh-oh-oh-oh, oh-oh-oh-oh-oh-oh-oh (quero o seu romance ruim)
 Presa em um romance ruim (quero o seu romance ruim)
 Oh-oh-oh-oh-oh, oh-oh-oh-oh-oh-oh-oh (quero o seu romance ruim)
 Presa em um romance ruim

Ra ra-ah-ah-ah
 Roma-romama-ah
 GaGa, oh la-la
 Quero o seu romance ruim