



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
CENTRO DE ARTES
CURSO DE CINEMA E ANIMAÇÃO

Felipe Tapia

**O uso de Referências da Cultura Pop no Audiovisual:
Uma análise do videoclipe Telephone**

Trabalho de Conclusão de Curso realizado como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Cinema e Animação pela Universidade Federal de Pelotas, com orientação da profa. Ana Paula Penkala.

Pelotas, fevereiro de 2013

RESUMO

A cultura popular e a Cultura Pop servem como grandes repertórios de ideias para realizadores, em uma época onde tudo parece já ter sido feito, as referências e homenagens servem como ferramentas para a criação de obras audiovisuais. Buscando em trabalhos que fazem o uso de referências, procuro entender sua contribuição para a obra audiovisual.

Palavras-chave: Referências; Cultura popular; Cultura Pop; Telephone; Lady Gaga

INTRODUÇÃO

O uso de referências para a criação de obras audiovisuais é algo muito comum e já existe há muito tempo. Meu interesse pela Cultura Pop e pela produção audiovisual contemporâneos sempre me fez observar uma constante “reciclagem” de pedaços de uma produção em outra, algo que é mais evidente ainda nos videoclipes. Esta pesquisa é justificada, portanto, com uma busca que parte de um interesse pessoal que também é profissional. Como consumidor de cultura popular, estou interessado na circulação de imagens que a Cultura Pop e a cultura visual hoje proporcionam e demandam. Como realizador, na cadeia produtiva do audiovisual, gosto de trabalhar com as referências a gêneros, filmes e artistas que estão entre meu repertório. Ao longo do curso de Cinema e Audiovisual desta Universidade, venho fazendo experimentos nesse sentido de pensar justamente a referência em filmes. Recentemente, criei, escrevi, produzi e dirigi um curta-metragem, *Bad Bitch* (2012), usando um repertório de referências ao cinema de Quentin Tarantino, aos quadrinhos e à Cultura Pop em geral. Meu interesse no tema das referências é assim, de pesquisador e realizador. Como roteirista e diretor, me preocupo com o valor criativo da obra, porém também compreendo que as ideias vêm sendo “remixadas” por um longo período, e que intencionalmente ou não, nossas ideias sempre partem de um objeto já existente em nosso repertório.

O presente artigo é um trabalho de análise do videoclipe *Telephone* (2010), da cantora Lady Gaga, famosa pelo uso de referências e influências da cultura pop em sua carreira. Com essa análise, busco compreender como são feitas as referências e como elas podem servir como uma ferramenta criativa para a criação de um produto audiovisual. A escolha de *Telephone* deve-se ao fato de o videoclipe ser conhecido como uma obra repleta de referências e, principalmente, referências à Cultura Pop e a seus artistas. A análise será organizada a partir de dois tipos de referências: não visuais e visuais. As referências visuais normalmente são uma citação explícita a uma obra de arte ou outro elemento da cultura visual

popular, enquanto que as referências não visuais podem ser de diálogos, estilo de música e até de roteiro. Todas elas, no entanto, carregam em si o significado dos originais que referenciam, ganhando novos sentidos a partir da forma como são explorados em *Telephone*. A análise pretende atingir um objetivo geral, que é compreender como as referências de outros produtos da cultura pop são usadas no audiovisual de forma criativa, partindo da premissa de que são ferramentas de criação. O problema de pesquisa configura-se, portanto, em “como o videoclipe *Telephone* utiliza referências da cultura pop como elementos narrativos e que sentido essas referências trazem para este produto audiovisual?”. Os objetivos específicos desta pesquisa são:

1. Estudar a diferença entre cultura popular e Cultura Pop, buscando entender o quanto uma está a serviço da outra em relação à criação no audiovisual.
2. Observar o uso de referências nos produtos audiovisuais contemporâneos;
3. Compreender de que forma um videoclipe pode usar referências da cultura pop em seus mais diversos aspectos.

Nas próximas sessões falarei sobre a cultura popular, sua abrangência e importância na formação de costumes e características da sociedade, e como isso a torna um instrumento para a Cultura Pop e o uso de referências em produções audiovisuais. Ao falar sobre as referências busco compreendê-las no sentido de ferramentas importantes no processo criativo de uma produção. A análise será baseada nestes estudos, servindo como uma “ilustração” para o entendimento do uso de referências.

1 CULTURA POPE CULTURA POPULAR NO AUDIOVISUAL

Cultura popular e Cultura Pop são dois tipos de cultura distintos que muito comumente são contextualizados e associados como sinônimos, muitas vezes por equívoco de tradução ou simplesmente pela semelhança dos nomes, levando-se a tratá-los como o mesmo. A cultura popular e a Cultura Pop possuem abrangências e objetivos distintos, sendo a Cultura Pop um segmento, dentre vários, dentro da cultura popular.

A cultura popular é formada pela cultura visual, os costumes e características culturais de um grupo de indivíduos que vivem em sociedade, sendo percebida antes mesmo de começar a ser chamada por cultura popular. Já existiam elementos de cultura popular entre os

povos primitivos, como nas lendas e no folclore, que permeiam até hoje os costumes da sociedade moderna de muitos países. A cultura popular está se tornando menos setorizada e mais global, se fundindo e se misturando entre os povos. Atualmente isso acontece principalmente por meio de livros, televisão etc., que acabam influenciando gerações e agindo na criação de costumes, de gírias, da moda, entre outros.

Sem dúvida, a expansão urbana é uma das causas que intensificaram a hibridação cultural. O que significa para as culturas latino-americanas que países que no começo do século tinham aproximadamente 10% de sua população nas cidades concentrem agora 60 ou 70% nas aglomerações urbanas? Passamos de sociedades dispersas em milhares de comunidades rurais com culturas tradicionais, locais e homogêneas, em algumas regiões com fortes raízes indígenas, com pouca comunicação com o resto de cada nação, a uma trama majoritariamente urbana, em que se dispõe de uma oferta simbólica heterogênea, renovada por uma constante interação do local com redes nacionais e transnacionais de comunicação. (CANCLINI, 1997, p.2)

Com a modernização e globalização dos meios de comunicação, a cultura popular como cultura visual está em expansão, espalhada por todo o mundo, possibilitando a convergência entre culturas de sociedades distintas, que interagem entre si com mais facilidade graças à internet e à televisão, entre outros meios, como destaca Ribeiro:

Com o passar dos anos e a mudança da sociedade, a comunicação foi conceitualmente sendo modificada para hoje tentar englobar todas as formas comunicacionais disponíveis em nosso meio. O que hoje temos como sociedade do espetáculo nasce no âmago do consumo. Trata-se de um braço da cultura onde a mídia interfere diretamente e não pretende com isso buscar o enriquecimento cultural daqueles que se relacionam com os novos produtos culturais; pelo contrário, busca uma aproximação entre as partes produtoras e consumidoras. (s/d. p.2)

A cultura popular se manifesta em todos os meios de uma sociedade, ocorrendo em grandes massas e em pequenos grupos, como nas chamadas “tribos urbanas” comuns na sociedade moderna. Essas tribos, por serem um grupo de pessoas com pensamentos, estética e estilos de vida parecidos, acabam por criar (ou adotar) costumes em comuns, aderindo à modos de se vestir e falar característicos, gírias e significações particulares para diversos elementos, muitas vezes compreensíveis apenas para quem pertence ao grupo. Podemos perceber em aspectos culturais, a cultura visual no modo de vestir, de falar, muitas vezes sugeridos ou influenciados pela televisão. Em grupos menores, é comum os costumes serem originados por fãs que se juntam por algum objeto cultuado em comum como, por exemplo, o estilo musical, como é mostrado no artigo de Schio (1995), sobre as tribos urbanas¹.

1 Disponível em: <<http://www.mundojovem.com.br/grupo-jovens/as-tribos-urbanas>> Último acesso em: 24 de fev. 2013.

O audiovisual faz uso da cultura popular frequentemente. Esse uso se faz necessário na criação de uma narrativa, para o entendimento dos costumes e comportamento de uma sociedade, para criar uma identificação com um determinado grupo, etc. Temos, por exemplo, as novelas² no Brasil, que tendem a mostrar os costumes das mais diversas classes sociais, para criar uma proximidade com seus espectadores como um todo, para que esta consuma o produto (a própria telenovela e produtos referentes, como revistas, roupas etc.). Se as novelas, que são direcionadas para as massas, tratassem de assuntos estranhos ao espectador, provavelmente não teriam público, pois a maioria das pessoas espera das novelas um entretenimento rápido e de fácil acesso, e isso se consegue criando uma aproximação entre elementos da narrativa e aqueles que a consomem. Pode-se dizer que a cultura popular serve como um instrumento para a criação de produtos audiovisuais, para principalmente criar a aproximação com o público destinado.

Entendo que, se a cultura popular é um instrumento, a Cultura Pop é um produto, e é aí que se percebe a diferença entre as duas. Enquanto a cultura popular está difundida na sociedade, a Cultura Pop consiste em criar produtos para as massas, de fácil acesso para o consumo do grande público, fazendo o uso da cultura popular para agradar consumidores. “A cultura pop nasce na classe média e dela se mantém cativa até o presente início de século; busca em todas as suas relações manter o consumo na superfície, escancarado, e “pós-modernizando” as expressões culturais anteriores através da bricolagem.” (RIBEIRO, s/d. p.3). O termo bricolagem, usado aqui, está no sentido de colagem, de produzir algo partindo de uma base já existente, dando a este produto um novo “significado”.

Pode-se dizer que a Cultura Pop utiliza referências e elementos de familiaridade com o público para a criação de novos produtos, “*remixando*” produtos já existentes. O termo bricolagem se torna apropriado mais uma vez se pensarmos no que diz Zygmunt Bauman, quando afirma que a cultura “[...] infere continuamente novos signos de qualquer coisa que, por acaso se ache à mão” (1998, p.174). A partir das palavras de Bauman podemos perceber que as releituras acabam por associar ao que foi referenciado, novos significados, partindo da concepção e se firmando na recepção do público ao produto novo.

2 Disponível em: <http://www.jurisciencia.com/artigos/cultura-de-massa-televisao-e-telenovela/86/>>
Último acesso em: 24 fev. 2013.

O movimento artístico da *Pop Art* sintetiza o conceito de utilizar referências para a criação de objetos novos e trabalha com os produtos da cultura pop. Surgindo no final dos anos 50, suas obras faziam uso de imagens já existentes sob um tratamento e contexto diferentes. Um exemplo disso é a icônica foto de Marilyn Monroe, de Andy Warhol, que utilizou uma foto promocional do filme *Torrentes da Paixão* (*Niagara*, de Henry Hathaway, 1953) colorida com cores fortes e saturadas, a qual se tornou uma das representações mais famosas de Marilyn. As imagens saturadas tornaram-se uma grande marca registrada da estética do movimento, servindo de referência para muitos trabalhos nos anos seguintes, inclusive nos últimos anos, como a capa do álbum *Celebration* (2009) de Madonna e o vídeo que será analisado adiante, *Telephone*, de Lady Gaga. Em *Telephone*, além de Andy Warhol, outro ícone da *Pop Art* que é referenciado é Roy Lichtenstein que criava imagens utilizando-se da referência e estética das histórias em quadrinhos (HQs), utilizando as cores fortes e onomatopeias, característicos dos quadrinhos da época. Uma das grandes características da *Pop Art* era o fácil entendimento das obras, por se utilizar de conhecimento do público, muitas vezes da publicidade, ou celebridades, ou mesmo produtos ordinários de consumo da população, como as próprias embalagens e transformando-os em obras de arte acessíveis para todos. Essa acessibilidade que popularizou a *Pop Art* fez com que a própria se tornasse um elemento da Cultura Pop, servindo de referência e inspiração para artistas até hoje³, como mostra Friedman (2008) mostrando a influência da *Pop Art* em trabalhos atuais.

Os ícones característicos da pop art já não eram os próprios objetos mecânicos, mas seus fac-símiles comerciais. Essa arte de tiras em quadrinhos, marcas registradas, gravuras de mulher, lemas brilhantes e ídolos confusos fornecia, como David Antin observou falando de Warhol em 1966, “uma série de imagens de imagens.” (ANDERSON, 1999, p.114)

Além de Warhol e Lichtenstein, existem vários artistas modernos que fizeram (e ainda fazem) uso da Cultura Pop em seus trabalhos: Madonna, Michael Jackson, Quentin Tarantino, entre outros. Esses artistas possuem em suas obras elementos de releitura de outros produtos e criaram uma aproximação com o público, dialogando com a sociedade e seus costumes. Quentin Tarantino⁴ é um dos maiores exemplos de artistas que fazem o uso da Cultura Pop em seus trabalhos, principalmente porque seus filmes foram reconhecidos e premiados, inclusive pelo Oscar, destoando da imagem de “subcultura” (termo usado com

3 Disponível em: <http://www.nj.com/entertainment/arts/index.ssf/2012/09/andy_warhol_influence_of_a_pop.html> e <<http://www.smashingmagazine.com/2008/07/21/pop-art-is-alive-classics-and-modern-artworks/>> Último acesso em: 24 fev. 2013.

4 Disponível em: <<http://www.pop.com.br/mundopop/noticias/cinema/Especial-A-cultura-pop-e-o-cinema-de-Quentin-Tarantino-893339.html>> Último acesso em: 24 fev. 2013.

intuito pejorativo para definir a Cultura Pop) a que os produtos deste tipo eram associados. O filme que melhor ilustra essa “prática” é *Kill Bill* (2003), que presta uma homenagem aos filmes de *kung fu* e *western spaghetti*, gêneros que influenciaram o cineasta em sua carreira. O filme é inteiramente construído sob uma série de referências não só aos gêneros citados como também auto-referências ao diretor e o “universo” criado em seus filmes.

As marcas de autoria de Tarantino em seus filmes, especialmente as citações e referências, estabelecem relações não apenas horizontais, explorando os itens “raros” de sua coleção de imagens de filmes. Há também uma relação vertical, em que o cineasta reorganiza essas referências visuais a partir de sua própria obra, auto-referenciação que potencializa a interação entre Tarantino e sua comunidade de fãs. (PENKALA, 2012, p.7)

Como a Cultura Pop tem o objetivo de atingir as massas, os artistas muitas vezes utilizam-se de referências para construir sua imagem perante o público, tornando-se parte da cultura popular das pessoas, como por exemplo, Michael Jackson que se apropriou de elementos de filmes de terror como lobisomens e zumbis em Thriller, o seu mais bem sucedido trabalho e Madonna que utilizou referências à Marilyn Monroe para a construção de sua estética, utilizando os mesmos penteados e até mesmo a pinta, feita com lápis, acima da boca. Ela apresentou esses elementos estéticos para outras gerações que puderam conhecê-los e para quem já estava familiarizado pode perceber a retomada de um estilo que outrora era tendência, agora com um novo significado representado por outra artista. Esses objetos servem como identificação destes artistas, pois foram imortalizados na mente do público, por eles. Esses “novos significados” podem tanto atingir as grandes massas como podem servir para dialogar entre membros de grupos específicos (as “tribos”, os fãs, etc.). Um exemplo disso é o Dia da Toalha, celebrado pelos fãs da série de livros *O Guia do Mochileiro da Galáxia*, que consiste em carregar uma toalha durante todo o dia, em homenagem ao criador da série, Douglas Adams.⁵ A toalha identifica a cultura “nerd”, indicando, com seu uso neste dia, uma prática da comunidade (os que se identificam como “nerds”).

Lady Gaga e seus fãs têm uma relação parecida, a cantora criou uma estratégia de aproximação daqueles que são seu público e consumidores de sua música. Os fãs da cantora costumam usar roupas que fazem referências às suas fantasias de palco e de aparição pública. Junte-se a isso a denominação dessa comunidade como “os monstros”, apelido carinhoso que a artista deu aqueles que seguem seu estilo na moda e no comportamento, sendo ela própria autodenominada a “Mãe Monstro”, a matriarca dessa “legião”. Cria-se, assim, uma comunidade, e nessa comunidade é possível perceber não apenas uma estratégia de

5 Disponível em: <<http://www.towelday.org/>> Último acesso em: 24 fev. 2013.

comunicação e de marketing, mas a criação de códigos dentro dessa cultura específica e restrita.

Lady Gaga nasceu Stephanie Joanne Angelina Germanotta, no dia 26 de março de 1986 em Nova York. Surgiu no mundo artístico por volta de 2008 e causou impacto pelo seu estilo excêntrico que lembrava as personagens de animes e sua música que marcou definitivamente a fusão entre os estilos eletrônico e pop, que perpetua na indústria até hoje. Lady Gaga demonstrou já no início da carreira a influência de grandes ícones da cultura pop em seu estilo e música, como David Bowie e Madonna. Em suas performances, sempre fez o uso de elementos que faziam referência à cultura pop. Em seu segundo álbum, *The Fame Monster* (2009), as referências ao Pop Europeu, que influenciou seu estilo musical, a seus ídolos como Elton John e Grace Jones, estão presentes tanto nas músicas quanto nos videoclipes. A música *Alejandro* fortemente influenciada pelo grupo sueco Ace of Base, traz em seu videoclipe, lançado em 2010 referências que vão desde Madonna a figuras da cultura popular e históricas como Adolf Hitler. No clipe de *Bad Romance* (2009) com uma estética que remete à *Laranja Mecânica* (*A clockwork orange*, filme de Stanley Kubrick de 1971), ela fala sobre o tráfico de mulheres e prostituição. Mas é em *Telephone*, o segundo single, lançado em 2010, que Gaga faz uma homenagem visual às suas influências estéticas e narrativas, com um vídeo totalmente criado com referências a diversos artistas e filmes da Cultura Pop. A cantora é, hoje, uma das contribuições mais ricas para a prática de referência no audiovisual, a exemplo de vários artistas, tanto na música quanto do cinema.

2 REFERÊNCIAS DA CULTURA POPULAR NO AUDIOVISUAL

O uso de referências no audiovisual é algo muito comum e existe já há muito tempo, porém, principalmente com a expansão da internet e a facilidade de chegarmos ao conhecimento de obras perdidas no tempo, obtemos o reconhecimento da origem de muitos produtos. O acesso imediato a esses e aos novos produtos lançados, torna cada vez mais comum a discussão e análise sobre o uso de referências no audiovisual. Na *websérie Everything is a Remix*⁶ de Kirby Ferguson, podemos perceber o quanto a indústria cinematográfica faz o uso de releituras das mais diversas formas e nos mais diferentes quesitos das produções. Sobre essa frequente “remixagem”, Bauman reflete:

6 Disponível em: <<http://www.everythingsaremix.info/>> Último acesso em: 24 fev. 2013.

(...) a importância de uma obra de arte é medida, hoje, pela publicidade e notoriedade (quanto maior a plateia, maior a obra de arte). Não é poder da imagem ou o poder arrebatador da voz que decide a “grandeza” da criação, mas a eficiência das máquinas reprodutoras e copiadoras (...). O que conta afinal, é o número de cópias vendidas, não o que está sendo copiado. (1998, p.130)

Apesar de um pouco pessimista, a citação do livro de Bauman sintetiza o mercado audiovisual de hoje. As ideias que funcionaram originalmente vão sendo recicladas para criar novos produtos para um novo grupo. Hoje em dia é um desafio encontrar uma ideia original, porém o uso de referências não deve ser visto como algo negativo. Mesmo partindo de algo existente, coletar ideias e formar um produto novo é sim um ato criativo, e muitas vezes, grandes obras são produzidas desta forma. Com essa escassez de ideias originais, que pode ser percebida na quantidade de *remakes*⁷ produzidos atualmente no cinema, muitos artistas usam as referências e homenagens a seu favor, e, a exemplo de Tarantino, acabam sendo reconhecidos por isso.

Mais especificamente no audiovisual, essas referências podem ser percebidas em todos os aspectos de um filme. Elas podem aparecer de forma visual, como na fotografia, figurinos, recriação de cenas, como de forma não visual, na narrativa, nos diálogos ou simples menções.

As referências muitas vezes servem como homenagens a outras obras. Novamente usando o exemplo de Quentin Tarantino, em *Kill Bill* ele presta diversas homenagens a uma série de filmes. Tarantino faz referências até na escolha do elenco de *Kill Bill*, como o veterano Sonny Chiba, clássico ator de filmes de artes marciais que o influenciaram para a criação de *Kill Bill*, que aqui faz o papel do fabricante de espadas Hatori Hanzo, que estava aposentado, assim como ator que há muito tempo já havia deixado de ser o mocinho dos filmes de artes marciais. Mais sutil é a referência feita em *Kill Bill* ao filme *Thriller – en grym film* (de Bo Arne Vibenius, 1973), na personagem Elle Driver, interpretada por Daryl Hannah, que usa um tapa olho, assim como a protagonista de *Thriller*. Essa referência é uma homenagem ao filme, pois este serviu de inspiração para o roteiro de *Kill Bill*, sendo mais um filme de vingança que Tarantino buscou referências para a concepção do filme.

Dentre homenagens e simples menções, nota-se que as referências são ferramentas de criação (ou “decoreção”) para obras audiovisuais. Elas necessitam, sim, passar por um

7 Disponível em: <<http://www.nextmovie.com/blog/upcoming-movie-remakes/>> Último acesso em: 24 fev. 2013.

processo criativo, talvez um conceito diferente de criatividade, mas ainda sim um processo criativo.

Pegar, misturar e disponibilizar. Essa é uma expressão da criatividade. Essa é uma criatividade da que devemos nos lembrar e celebrar. Existem aqueles que dizem que não existe criatividade à exceção desse tipo. Não precisamos ser tão radicais para reconhecer a sua importância. (LESSIG, 2004, p.42)

O entendimento e a percepção delas se deve ao público para qual a obra é destinada. Uma referência só é percebida por quem está imerso no universo da obra. Um filme com referências à “tribos” mais específicas só farão sentido para quem faz parte dela, o realizador precisa saber com quem ele está dialogando e destinando seu trabalho para que suas referências façam sentido.

Lady Gaga, em seu clipe *Telephone*, concretiza uma grande homenagem a diversos gêneros e artistas nos nove minutos do vídeo. Assim como os filmes de seu maior homenageado, Tarantino, o videoclipe é um exemplo de referências como ferramentas de criação de uma obra audiovisual.

3 ANÁLISE DE TELEPHONE

Telephone é o segundo single do terceiro *EP* de Lady Gaga. A música conta com a participação da cantora Beyoncé, sendo a segunda colaboração entre as duas, a primeira colaboração foi *Videophone*,(2009) para o Cd *I am Sasha Fierce* (2008), de Beyoncé. A letra da música fala sobre Gaga estar numa festa e seu namorado estar ligando constantemente, sobre relacionamentos sufocantes, mas também, segundo a própria artista, é uma metáfora sobre o excesso de trabalho e pouco tempo para se divertir. Originalmente a música foi oferecida para Britney Spears que chegou a gravá-la, descartando-a depois. Então Gaga tomou a música de volta, convidou Beyoncé para participar da gravação e do videoclipe, novos versos foram escritos e ela foi incluída no *Ep The Fame Monster*, sendo posteriormente lançada como single.

O videoclipe de *Telephone* foi lançado dia 11 de março de 2010, dirigido por Jonas Akerlund com roteiro do próprio diretor e de Lady Gaga, sendo uma continuação direta de outro vídeo de Gaga, *Paparazzi*. *Telephone* é basicamente um curta-metragem, e tem 9 minutos e 32 segundos de duração. A música é dividida e cortada em vários momentos para diálogos, aumentando a sensação de que se trata de um filme e não de um videoclipe.

Contrariando a principal função dos videoclipes, aqui a música serve de pano de fundo para o vídeo. A temática do clipe trata sobre assassinato em massa e sobre vingança, o que já nos remete ao estilo de Quentin Tarantino, porém o vídeo traz uma série de referências a diversas obras e artistas, como já foi apresentado neste trabalho e como irei focar nesta análise.

Para que tenhamos uma compreensão mais abrangente do vídeo aqui analisado, é preciso que se faça uma breve abordagem de eventos anteriores na carreira de Lady Gaga, uma vez que, aparentemente, seus clipes possuem relações externas com a vida pessoal e artística da cantora e seriam parte de uma narrativa maior, a qual seria costurada, pelos fãs, ao longo dos lançamentos. Cada videoclipe, portanto, traz algum “gancho” que o relaciona a outros videoclipes de Lady Gaga, estratégia também vista nos filmes de Quentin Tarantino, por exemplo. No vídeo da música *Paparazzi* (2009), vemos Gaga sofrendo um acidente quase fatal, nas mãos do namorado que tentava explorar sua fama. Ela acaba se recuperando e o envenena, sendo presa após sua vingança. No início do clipe de *Videophone*, vemos Beyoncé (em sua primeira parceria com Lady Gaga) como uma rainha do crime, seguida de guardacostas, em uma cena com estética muito semelhante à utilizada em *Telephone*. Trata-se da primeira aparição de Honey B, a cúmplice de Lady Gaga em *Telephone*.

A seguir o videoclipe será analisado, para melhor compreensão, as referências serão divididas em Referências Visuais, e Referências Não Visuais.

3.1 Referências não visuais

Todas as referências de roteiro, narrativa, diálogos e etc. serão descritas aqui. O videoclipe possui referências já no principal tema de sua narrativa, a vingança. Gaga, em *Paparazzi*, já se vingou do seu marido abusivo e agora vai ajudar sua amiga e cúmplice a fazer o mesmo. Vingança é um tema recorrente nos filmes de *Exploitation*⁸, como *Foxy Brow* (de Jack Hill, 1974), também é uma referência à *Thelma & Louise* (de Ridley Scott, 1991), percebe-se a semelhança devido à cumplicidade mostrada entre as duas amigas em ambas as produções. Também se nota a existência do namorado abusivo e a necessidade de ser livre de uma relação opressora, este último também presente na letra da música, que acaba ganhando um sentido visual com o videoclipe. Além da vingança, a violência e assassinatos mostrados de forma inconsequentes são uma referência à Quentin Tarantino, bem como os diálogos que “vem de lugar algum, levam a lugar algum e falam sobre nada” (PENKALA, 2012, p.119) percebidos

⁸ Exploitation - filmes com temáticas sensacionalistas que abusavam de sexo e violência, seu auge foi na década de 70. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Exploitation>> Último acesso em 26 de fevereiro de 2013.

nas cenas onde elas tem diálogos irônicos, com pitadas de humor negro durante as cenas do videoclipe. Essa atmosfera nos remete aos filmes de Tarantino, junto ao tema, parecendo se tratar de um filme do próprio diretor, que é característico por criar um universo onde a violência, a vingança inconsequente parecem aceitáveis, devido ao contexto em que estamos imersos. Assim como em *Kill Bill*, nós queremos acompanhar a vingança dessas mulheres, também como é visto em *Assassinos por Natureza (Natural Born Killers, de Oliver Stone, 1994)* onde vemos o casal de protagonistas em um furor assassino, levando a vida de inocentes consigo e mesmo assim, mantendo nossa simpatia. *Telephone* trabalha com estes elementos para a criação de sua narrativa, incluindo toda essa violência, humor negro e a falta de compromisso com o realismo quanto à violência e suas consequências, que junto aos demais elementos (gráficos e estéticos) mesmo mostrando assassinatos em massa e violência gratuita, acaba por não ser chocante e agressivo e sim entretenimento.

A temática da mulher como objeto presente tanto no *Exploitation* como na própria *Pop Art* (que tratava as celebridades como objetos de consumo) está presente no roteiro de *Telephone*. Quando Gaga é deixada na prisão, suas roupas são tiradas e as policiais fazem comentários abusivos sobre ela. Também é presente na relação entre Honey B e seu namorado, que a trata com palavras grosseiras e machistas. O comportamento repressor do namorado é o que culmina na vingança, justificando (dentro do contexto do videoclipe) o ato. A sensualidade das personagens é explorada, mostrando que, na prisão, Gaga é um objeto sexual. Os comentários feitos pelas demais detentas mostram isso, e ela é ciente disso, fato percebido na cena em que ela rouba o celular da mulher que está distraída enquanto a beija.

A união feminina contra estes paradigmas, como machismo, objetificação, consumo e etc. são comuns em filmes de *Exploitation* e nos filmes de Tarantino.

Objetificação da mulher, violência, vingança, assassinatos e cumplicidade (ou uma quase paixão platônica) entre amigas, são os principais temas de *Telephone*, referenciando trabalhos que possuem a mesma temática para criar a sua narrativa, e como cerne de suas referências visuais. O videoclipe cria uma nova versão de temas já explorados, prestando homenagens às suas influências.

3.2 Referências visuais

As referências visuais de *Telephone*, servem de “molde” para toda a estética do videoclipe. Desde os créditos até a edição, além de referências a muitos filmes e artistas.

No início de *Telephone*, nos créditos já é possível perceber que a fonte é baseada no estilo dos filmes *exploitation* dos anos 70. Esses créditos seguem enquanto planos dos arames

farpados e de guardas nos indicam se tratar de uma prisão. Vemos então Gaga sendo escoltada pelos corredores da prisão. A detentas vestidas com roupas curtas e atitudes vulgares é uma referência ao filme de *exploitation* *Caged Heat* (de Jonathan Demme, 1974). As mulheres sensuais e perigosas sofrendo abusos na prisão, sendo exploradas e marginalizadas de todas as formas pelas companheiras e pelas carcereiras, remetem aqui a uma das principais características do *exploitation*: a mulher como um objeto. As policiais tiram a roupa de Gaga, deixando-a nua.

A objetificação da mulher segue, em contínuas referências à *Caged Heat*, mostrando no comportamento das outras presidiárias. Mostrando que essa é uma prisão sem lei, Gaga rouba um celular após seduzir uma masculinizada detenta, as mulheres brigam entre si sob os olhares das policiais, formando gangues e comandando a prisão. Apesar de ser comandada por mulheres, a hierarquia têm em seu topo as policiais musculosas e masculinizadas, o que remete ao machismo e mais uma vez à mulher como objeto presentes nas produções de *exploitation*.

A música começa com Gaga recebendo uma ligação de Honey B. A conexão da cena com a letra faz que se perceba um tom de ironia vindo de Gaga: ela está presa, porém fala com Honey B como se estivesse em um clube, ocupada por estar dançando e bebendo. Essa cena mostra que Gaga que não está abalada com sua situação, burlando as regras, mantendo um celular roubado em sua cela, seus trajes e sua atitude, é uma mulher perigosa como as outras (Bem como o fato de ela estar presa por assassinato). Está é uma referência a Quentin Tarantino e ao próprio *exploitation* de novo e suas “heroínas”, mulheres independentes e perigosas, como A Noiva (*Kill Bill*), Jackie Brown (Quentin Tarantino, 1997) entre outras. Nesta cena também temos uma pequena referência a Doom (1993), o clássico jogo de videogame. Proibido em diversos países devido à violência, o logo do jogo está aplicado na jaqueta de Gaga, o que compactua com a periculosidade sugerida à personagem na cena, que, assim como o protagonista do jogo, também é uma assassina.

Na próxima cena, onde Gaga dança no corredor, sua atitude e movimentos, assim como suas roupas, maquiagem e penteados, são referências à Madonna (Figura 1) no início dos anos 90, em sua fase mais ousada, do lançamento do álbum *Erotica* (1992) e da polêmica turnê The Girlie Show. Para associar a homenagem ao contexto do clipe, é preciso dizer que na época do lançamento de *Erotica*, sua principal característica foi a de romper barreiras quanto à liberdade sexual e contra a hipocrisia e preconceito envolvendo os homossexuais e a sexualidade feminina. Em *Telephone*, essa referência à Madonna especificamente dessa

época, se dá quando Gaga não se submete ao regime “machista” e repressor da prisão, dançando nos corredores em trajés mínimos, como uma afronta às policiais e demais presidiárias. Vemos Gaga na cela, utilizando o celular roubado, enviando um SMS para Honey B, com a frase “Obrigado por pagar minha fiança, irmã”, denotando a cumplicidade das duas. A utilização do termo “irmã” no sentido de amizade e solidariedade têm sua origem entre as mulheres negras, nas gírias dos guetos, sendo adotado pela comunidade gay, sobretudo entre as Drag Queens e é utilizado para representar lealdade e cumplicidade entre amigos.

Gaga então está deixando a prisão, a música entra em um “break”. Na porta de saída a policial ironiza a saída de Gaga, que debocha dela fazendo um passo de dança característico de Michael Jackson, sendo o segundo ícone pop referenciado pelo clipe. Gaga deixa a prisão, e entra em um carro que a aguarda na saída. Quem dirige é Beyoncé, ou Honey B. O diálogo a seguir, é uma referência à Quentin Tarantino. O conteúdo da conversa, junto com as ações e expressões da personagem são uma homenagem às famosas cenas de diálogos do diretor. As referências à Tarantino continuam ao vermos que a caminhonete é a mesma que Uma Thurman usa em *Kill Bill*, com a atmosfera de *Road movie* e os cenários áridos que parecem ser o Texas como é mostrado nos filmes do diretor. A música então continua e Honey B “dubla” a sua parte como se estivesse acompanhando a música pelo rádio, como a cena final, dos créditos em *Jackie Brown*.

È importante ressaltar nesta cena também a referência à *Thelma e Louise*, o pouco que vemos do relacionamento das duas é bastante semelhante ao das protagonistas do filme homônimo, de cúmplices e protetoras uma da outra. A cena em que Beyoncé canta e Lady Gaga fica tirando *polaroids* é uma recriação de uma cena de *Thelma & Louise*. Apesar de ser uma releitura da cena, em *Telephone* ela ganha um caráter sexual, denotando uma possível atração entre as duas. Temos também uma sutil homenagem ao clássico do cinema *exploitation*, *Faster, Pussycat. Kill! Kill!* (de Russ Meyer, 1965) nas roupas, maquiagem e cabelo de Beyoncé, que são muito semelhantes à personagem Varla, vivida pela atriz Tura Satana. Varla é uma personagem vil e cruel, que adora dirigir seu carro em alta velocidade, essa semelhança estética é mais uma indicação de que Honey B não é apenas uma amiga, mas sim uma parceira de crime e cúmplice de Gaga. A dupla então chega a uma lanchonete de beira de estrada, uma referência à *Assassinos por Natureza* e *Pulp Fiction* (de Quentin Tarantino, 1994), que possuem cenas importantes em lanchonetes, semelhantes em contexto e desfecho. Honey B então senta com seu namorado, que se mostra abusivo em suas palavras,

então temos mais alguns planos que nos remetem à *exploitation*, como planos detalhes nos seios de Honey B, as roupas provocativas e o machismo do namorado, que passa a mão em uma mulher que está sentada no bar. Esta cena representa o momento em que a violência é de certa forma justificada, simpatizamos com Honey B e queremos vê-la livre de seu péssimo namorado.

Gaga então está na cozinha da lanchonete cercada de cozinheiros usando um chapéu de telefone, e Honey B está num quarto de Hotel, o que parece ser uma cena fora da cronologia. Essa cena indica parte do plano de vingança delas, que consistia em Gaga se infiltrar na lanchonete, Honey B aguardando no hotel, o momento de se encontrar com o namorado, uma referência a *Pulp Fiction*, onde a namorada de Butch o aguarda no hotel enquanto ele resolve seus problemas com Marcellus Wallace. Mostrar a elaboração do plano depois das intenções das personagens reveladas é um recurso de narrativa constante nos filmes de Tarantino, bem como as cenas fora de cronologia.

Na próxima cena Gaga prepara um sanduíche e come. Trata-se de uma homenagem à Andy Warhol, uma referência direta à *Andy Warhol eating a Hamburger* (de Andy Warhol, 1981). Gaga como garçonete aparece e entrega o pedido de Honey B e seu namorado. Vemos mais um pouco do seu lado rude, na falta de maneiras enquanto come, ele então começa a tossir. Vemos que Gaga o envenenou. Ele então morre, o diálogo de vingança de Honey B é carregado de humor negro, mostrando a falta de remorso dela e seu lado criminoso, que até então não tinha sido totalmente mostrado. A sequencia mostra o envenenamento de todos da lanchonete. Essa chacina é uma referência à cena inicial de *Assassinos por Natureza*, onde Mickey e Malory massacram as pessoas em um bar, sem aparente motivo, e divertem-se dançando entre os corpos. Vestidas com a bandeira dos Estados Unidos (Figura 2), com figurinos que lembram a Mulher- Maravilha, a cena mostra que as duas “heroínas” venceram e o mal sucumbiu, ou pelo menos na cabeça doentia de assassinas psicopatas que elas são. Essa referência aos Estados Unidos pode-se tratar também sobre a Guerra ao Terror (iniciativa militar desencadeada pelos Estados Unidos após os ataques de 11 de setembro) em que se massacram inocentes por um suposto “bem maior”. A coreografia nesta cena é baseada na dança protagonizada por zumbis em *Thriller*, de Michael Jackson (1982),

O clipe termina com uma última referência à *Thelma & Louise*. Após concluírem suas vinganças contra seus namorados, as duas amigas dão as mãos partindo pela estrada. A cena é uma releitura do final de *Thelma & Louise*(Figura 3), onde elas vão em direção ao penhasco de mãos dadas. Assim como as personagens referenciadas as duas estão livres para

ir a encontro do seu destino, sem poder voltar atrás, pois cometeram uma série de delitos e a polícia está em seu encalço. Diferente do suicídio em *Thelma & Louise*, elas decidem fugir com a promessa de jamais voltarem a este lugar. As duas partem rumo à estrada, para algum lugar longe dali.

As referências visuais de *Telephone* estão presentes também em outros momentos. A maquiagem, figurinos, penteados e cores do cenário, bem como as onomatopeias presentes nas cenas são referências à *Pop Art*, mais especificamente à estética “quadrinista” de Roy Liechstein (Figura 4). Ao dar esse tom “quadrinista” à estética do videoclipe, a violência torna-se ainda mais estilizada e artística, contribuindo para a aceitação da mesma. Essa estética serve também para caracterizar os personagens, nas sobancelhas minuciosamente delineadas, maquiagem colorida e com tons saturados, fazendo com que elas pareçam “desenhadas” tornando-as musas de histórias em quadrinhos, que possuíam em seus traços influências das ilustrações de pinups e tinham personalidades sedutoras e, em alguns casos, tendências à vilania, como por exemplo, a Mulher-Gato de *Batman*. As cores das roupas, predominando o branco e o preto principalmente em Gaga, utilizado para representar as cores primárias berrantes, uma das referências ao trabalho de Andy Warhol.

Ainda referenciando a Pop Art, percebemos toda a estética sugerindo o consumo rápido e marcas, Gaga usa latas de refrigerante (Coca-Cola Light), óculos de cigarros, roupas de estilistas, o que sugere que a cadeia seja uma metáfora à sociedade consumista, pois as grifes e marcas estão presentes inclusive nas demais detentas, quando Gaga deixa a prisão as marcas e produtos de consumo passageiro não aparecem mais, quase todos os figurinos que seguem após a saída da prisão são produzidos pela própria equipe de Gaga, a Haus of Gaga, sendo peças únicas feitas para a própria artista, representando que ela está livre da “prisão do consumo”. Vale ressaltar que a prisão do consumo só possui mulheres, pois como o machismo da narrativa sugere, as mulheres são mais suscetíveis ao consumo desses produtos do que os homens.

A edição além de lembrar o *exploitation* nas fontes dos créditos possui planos que objetificam as mulheres, mostrando detalhes de seus corpos em trajes mínimos, a tela dividida mostrando mais de um acontecimento é uma referência à Tarantino e Brian de Palma, que por sua vez, fazem o uso desse recurso referenciando Alfred Hitchcock, que foi o precursor dessa técnica.

O videoclipe usa esses elementos para contar uma história de vingança, porém de amizade e cumplicidade entre duas mulheres que despertam nossa simpatia mesmo sendo

assassinas frias e cruéis. As referências são a base e a decoração de *Telephone*, sendo importantes para o entendimento da história quanto a sua proposta, e permitindo assim, a imersão neste universo criado pelo videoclipe. Utilizando-se de referências à produtos que enaltecem a violência, o consumo, a objetificação da mulher e a “glamurização” da violência, o videoclipe constrói sua narrativa e a contextualiza visando o objetivo de contar essa história e buscando nestas referências os elementos necessários para atingir o público da forma pretendida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As referências existem de uma forma ou de outra com ou sem intenção do artista. O repertório subconsciente acaba por influenciar no seu trabalho, e, como já foi citado, ideias originais estão em extinção. Com a consciência deste fato, as referências servem como uma ferramenta a nosso favor. As referências não precisam ser sempre uma homenagem ou tão explícitas como em *Telephone*, porém o uso de nosso repertório é muito importante para encontrarmos um “caminho” para o desenvolvimento de ideias, ou até para a concepção das mesmas. Vale ressaltar que os artistas homenageados no videoclipe, também fazem o uso de referências em seus trabalhos, sendo *Telephone* uma homenagem também ao uso de referências.

Telephone faz referências a outros trabalhos em todos os seus aspectos, da narrativa à estética, dos diálogos à edição, mostrando que o uso de referências para a criação de uma obra é sim um modo criativo de produção. *Telephone* caracteriza referências de produtos que trabalham com coerência entre si, as referências se completam para a criação do produto. Coletar referências de nosso repertório serve não só como inspiração, mas também para direcionar a linha a ser seguida pela obra, por exemplo, em *Telephone*, que é uma homenagem à Cultura Pop e às obras e artistas que pertencem a ela.

Outro fator que pode se concluir é de que uso das referências não causam prejuízos às obras que a influenciaram, como no caso de *Telephone*, o público alvo poderia passar despercebido por várias das referências, mas por se tratar de uma artista que traz influências explícitas em seus trabalhos, faz com que os fãs busquem a cerne das referências e passem a conhecer os demais trabalhos. Com a internet, as redes sociais e fóruns, essas referências podem propor discussões e análises dos trabalhos, assim como direcionar o interesse das pessoas não só ao produto quanto aos produtos referenciados sendo de benefício para ambos. Esses artistas homenageiam seus ídolos como forma de manter seu público, e cativar um público que gosta das mesmas narrativas.

A Cultura Pop que tanto se recicla e se faz de releituras acaba proporcionando um vasto campo de pesquisa e de repertório para o audiovisual e a sociedade em geral.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Perry. **As origens da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

BISCHOFF, Dan. **Andy Warhol: Influence of a Pop Star**. Disponível em: <http://www.nj.com/entertainment/arts/index.ssf/2012/09/andy_warhol_influence_of_a_pop.html> Acesso em: 24 fev. 2013.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas - estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 1997.

FERREIRA, Maria Alice Silveira. **Cultura de Massa, Televisão e novela**. Disponível em: <<http://www.jurisciencia.com/artigos/cultura-de-massa-televisao-e-telenovela/86/>> Acesso em: 24 fev. 2013.

FRIEDMAN, Vitaly. **Pop Art is Alive: Classics and Modern Artwork** <<http://www.smashingmagazine.com/2008/07/21/pop-art-is-alive-classics-and-modern-works/>> Acesso em: 24 fev. 2013.

LESSIG, Lawrence. **Cultura Livre: Como a mídia usa a tecnologia e a lei para barrar a produção cultural e controlar a criatividade**. 2004. Disponível em: < <http://free-culture.cc/>> Acesso em: 24 de fev. 2013

PENKALA, Ana Paula. **Os colecionadores da arca perdida: Cultura pop e memória nas autorias do cinema**. Orson Revista, Pelotas, v. 2, p. 118-135, julho de 2012. Disponível em: <http://orson.ufpel.edu.br/content/02/artigos/primeiro_olhar02/penkala.pdf>. Acesso em: 24 fev. 2013.

RIBEIRO Raquel de Paula. Pós-Moderno: **A cultura pop e a subversão de gênero no cinema de Quentin Tarantino**, s/d. Disponível em: <<http://www.sbpcnet.org.br/livro/63ra/conpeex/mestrado/trabalhos-mestrado/mestrado-raquel-paula.pdf>> Acesso em: 24 fev. 2013.

SCHIO, Pe. Adilson. **As Tribos Urbanas**. Jornal Mundo Jovem, v. 263 Porto Alegre, p.9, agosto de 1995. Disponível em: <<http://www.mundojovem.com.br/grupo-jovens/as-tribos-urbanas>> Acesso em: 24 fev. 2013.

VILELA, Luis Gustavo. **A cultura Pop e o Cinema de Tarantino**. Disponível em: <<http://www.pop.com.br/mundopop/noticias/cinema/Especial-A-cultura-pop-e-o-cinema-de-Quentin-Tarantino-893339.html>> Acesso em: 24 fev. 2013.

ANEXOS



Figura 1: Madonna na turnê The Girlie Show (Disponível em: <http://www.lastfm.com.br/music/Madonna/+images/40298777>), ao lado de Lady Gaga em Telephone à direita (Frame do videoclipe, disponível em: < <http://youtu.be/EVBsypHzF3U>>)



Figura 2: Coreografia após o massacre. (Frame do videoclipe, disponível em:<<http://youtu.be/EVBsypHzF3U>>)



Figura 3: Thelma & Louise á esquerda (Disponível em: < <http://www.screeninsults.com/thelma-and-louise.php> >) , Beyoncé e Gaga em Telephone à direita. (Frame do videoclipe, disponível em:<<http://youtu.be/EVBsypHzF3U>>)



Figura 4: Obra de Roy Liechnstein (Disponível em: < <http://www.smashingmagazine.com/2008/07/21/pop-art-is-alive-classics-and-modern-artworks/>>) ao lado de Lady Gaga em Telephone. (Frame do videoclipe, disponível em: < <http://youtu.be/EVBsypHzF3U>>