

## **“THIS IS AMERICA”: VIDEOCLÍPE AGENTE MEDIATEZADO DE MUDANÇA SOCIOCULTURAL.**

Claudio Fontan<sup>1</sup>  
Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup> Sandra Fischer<sup>2</sup>

### RESUMO

Neste artigo apresentamos uma reflexão acerca do corpo dentro do audiovisual (videoclipe), e seus processos de comunicação e mediação, com uma contextualização histórica, poética e tecnológica do videoclipe. Entendendo o corpo aqui mediados pela tela do vídeo como instrumento da comunicação mediada, destacando sua constante semiose, sempre em movimento e reconfiguração. O corpo é pensamento que evolui e coexiste com as máquinas (extensões do corpo) usado no videoclipe e corpus da pesquisa por seus criadores, para proporcionar esse desconforto corporal em comunicação, que reflete na audiência que se traduz em mais compartilhamentos e comentários nas ruas e no ciberespaço. O *corpus* selecionado para a análise é o videoclipe *This is America* (Murai, 2018) performado pelo ator/*rapper* Donald Glover. A partir de concepções teóricas de Helena Katz, Lúcia Santaella, Michel Chion, Denise Azevedo Duarte Guimarães, Thiago Soares e Andreas Hepp, propomos o argumento de que ocorre uma transformação social com este grande fluxo de comunicação e compartilhamento da sociedade mediada.

**PALAVRAS-CHAVE:** corpo; videoclipe; mediação; ciberespaço; comunicação.

### 1 INTRODUÇÃO

Neste artigo apresentamos o corpo como linguagem e comunicação dentro de um processo de mediação proposto por Andreas Hepp, em que as mídias influenciam as transformações socioculturais por meio deste corpo-mídia (KATZ; GREINER, 2001) sempre em movimento e reconfiguração dentro da cultura e sociedade.

Observamos a produção de signos e recriação destes mesmos signos, em corpos mediados pela tela do vídeo, aqui sendo usado como objeto da nossa investigação e análise o videoclipe *This is America* (Murai, 2018) performado pelo ator/*rapper* Donald Glover.

---

<sup>1</sup> Mestrando em comunicação e linguagem da linha de Cinema e Audiovisuais, na Universidade Tuiuti do Paraná, e-mail: claudiofontan@gmail.com.

<sup>2</sup> Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup> Sandra Fischer, na Universidade Tuiuti do Paraná, [sandrafischer@uol.com.br](mailto:sandrafischer@uol.com.br).

Em nossa reflexão, abordamos a influência e o impacto que nosso *corpus* e produto midiático (videoclipe), produz como narrativa, ícone cinético e transformador sociocultural, traduzindo de que forma e com que meios através de imagem e do som de forma híbrida (re) criam ou (re) configuram poéticas audiovisuais, como também através de uma breve contextualização histórica de seu percurso e de seu desenvolvimento como mídia popular modifica a sociedade.

Assim podemos entender como se dá este processo de comunicação e compartilhamento de informações, tão acentuada de *This is America*, adotando a midiatização, como conceito que pode explicar esses fenômenos dentro destas sociedades fortemente ligadas e dependentes das mídias e das comunicações em rede e todas as demais variantes dos avanços sócio técnicos experimentados velozmente a partir do final do século XX, com destaque para internet, como também as redes sociais, e as formas de comunicação propiciadas a partir dos telefones celulares para criação de grupos de compartilhamento de conteúdo e temáticas. (Hepp 2013).

## **2 CORPO MIDIATIZADO EM CONSTANTE TROCA E MODIFICAÇÃO**

Podemos dizer que o corpo é um sistema aberto como todo organismo vivo que mantém contínuo fluxo de entrada e saída de informação (Bertalanffy, 1977). Esse instrumento de comunicação que se especializa (corpo que dança), cria a chamada corporalidade, termo usado na antropologia cultural, em investigações histórico-culturais, para entender o corpo-sujeito no tempo/espaço e compreender a existência humana nas diferentes dimensões sociais, políticas, cultural e sensíveis.

O corpo mediado pelo *medium* tela do vídeo - no caso desta investigação, cujo *corpus* é o videoclipe *This is America* (Hiro Murai, 2018) performado pelo ator/*rapper* Donald Glover, pode ser visto como um corpo-processo, sendo atravessado por informações e em troca simbiótica contante com o *medium* que lhe transforma e ressignifica.

O estudo da corporalidade em convergência midiática tem destaque aqui buscando entende-la, como instrumento da comunicação midiatizada, destacando o processo constante de semiose dos corpos humanos em comunicação e seus processos de cognição e produção de metáforas corporais, sua evolução e relação com as novas mídias que no atual momento se tornaram quase que uma extensão de nossos corpos (MCLUHAN, 1964) e de nossa fala, enfim de nossa comunicação tornando esses objetos em uma espécie de prótese tecnológica do nosso próprio corpo. “O corpo está em todos os lugares.” (SANTAELLA, 2004, p. 133).

Essa contaminação da informação e como os corpos que dançam são capazes de propagar informações e ressignificá-las quando incorpora um novo *medium*, é estudada através do referido videoclipe. Tentando entender de que forma e com que meios este videoclipe - produto tecnoestético da contemporaneidade, nas palavras de Denise Guimarães (2007) - incorpora o gesto, a dança, a música, gerando, através dos estímulos cinéticos e audiovisuais, uma ampliação do vocabulário cultural e uma permanente transferência de informações de forma aberta (ECO, 1968) e com poder transformador e de grande alcance na sociedade, podemos então dizer até que ponto este corpo *medium* gerado tecnoesteticamente é gerador de cultura e agente transformador? Ou como seus criadores estão buscando formas de traduzir narrativas e coreografar seus corpos midiaticizados de forma poética para refletir seu tempo?

Os dançarinos do videoclipe em destaque o ator/*rapper* Donald Glover, comunicam com o corpo: produzem textos de alta gestualidade estética, acima de tudo sentimentos e emoções que se propagam e contaminam o ambiente de variadas informações não verbais com grande poder de proliferação e propagação de informação cultural modificando o ambiente e sendo modificado como produto artístico e comunicacional com múltiplas referências históricas e de outros produtos culturais que mexem com a audiência, através da performance dos artistas fazendo o videoclipe ter até o momento mais de 800 milhões de visualizações e milhares de compartilhamentos como também os vários vídeos tentando explicar ou comentar seus significados aparentes ou escondidos e várias versões como “This is Brazil” ou “This is Nigeria”, Estes ‘clipes’ que se tornaram grandes hits da internet através do “marketing viral”, ou seja, da propagação do “assista a este vídeo” em plataformas como o YouTube. A internet, como espaço democrático, também aciona a criação dos chamados “fanclipes”, vídeos toscos, feitos por fãs e que tentam reproduzir o videoclipe original (Thiago Soares 2013). Um fenômeno midiático mundial que rompeu fronteiras e mexeu com milhares de pessoas.

Neste contexto a dança e o corpo no videoclipe *This is America* são agentes do processo de trocas de informações, a dança aqui passa a ser o pensamento do corpo (Helena Katz 2006). É este pensamento que evolui e co-existe com as máquinas é usado como proliferação das idéias por seus criadores para proporcionar esse desconforto corporal em comunicação, gerando também um desconforto na audiência que se traduz em mais compartilhamentos e comentários nas ruas e no ciberespaço um movimento da informação para frente e para trás que gera mais conteúdo e novas conexões.

Quando o computador reformulou como vivemos a partir da quarta geração com tamanhos menores e pessoais, modificou também conceitos e relacionamentos, permitiu (ou exigiu) que também o meio e o indivíduo realizassem trocas de matéria e informação de forma

mais veloz e dinâmica. Isto apenas significa, citando as palavras de (McLuhan 1974, p. 21) que “as consequências sociais e pessoais de qualquer meio – ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos – constituem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos”. Contribuindo e alterando toda nossa noção e relações com a política, a religião, a família, a educação e outras esferas individuais e sociais tanto no material como no virtual. Assim que a midiatização proposta por Andreas Hepp (2013), neste aspecto é fundamental para a própria renovação das teorias da comunicação por trazer à tona novas abordagens sobre influência das mídias; distinções entre midiatização e mediação, as transformações socioculturais e midiática, os processos de Inter midiatização, configurações das tecnologias comunicacionais em rede, as estratégias de ações multimídia como os usos de redes sociais e dos telefones móveis. E como tudo isso modifica nossa noção de corpo, e como incorporamos tais mudanças sócio comunicacionais.

### 3 VIDEOCLIFE PERCURSO HISTORICO

O videoclipe é um meio de expressão audiovisual pleno de potencialidades artísticas para (Guimarães 2007), como um produto híbrido em sua constituição, integra uma música com imagens e é produzido para fins promocionais ou artísticos de forma curta e dinâmica onde geralmente os artistas musicais são seus protagonistas. Chion afirma que “O esforço mental em fundir imagem e som produz uma ‘dimensionalidade’ que faz a mente projetar o som “por trás” da imagem, como se ele emanasse da imagem em si. O resultado é que nós vemos algo que existe somente na nossa mente. (...) ou seja, nós não vemos e depois ouvimos um audiovisual, nós ouvimos/vemos”. (CHION, 1994, p.21).

Michel Chion trabalha a ideia de que música e imagens são indissociáveis que não podemos “separá-las” academicamente, “naturalizar” o ver-ouvir sem uma ordem de o que acontece primeiro. Assim, nossa busca pela análise dos videoclipes, como produtos midiatizados, principalmente o nosso “*corpus*” desta pesquisa tem o *ver-ouvir* como uma condição tão singular quanto *ler-e-interpretar* em um texto literário para nossa compreensão de todas as mensagens sugeridas nesta junção sintática.

Vamos fazer um pequeno panorama histórico do desenvolvimento deste meio audiovisual para entender como sempre esteve ligado com novas tecnologias e mudanças socioculturais. O videoclipe surge por volta dos anos 1980. O termo ‘clipe’ é derivativo de clipping, ou recorte, e possivelmente alude à técnica midiática de recortar imagens e fazer a colagem sob a forma de narrativa linear ou não-linear (Wosniak 2017). A estética do videoclipe é herdeira da montagem revolucionária feita pelos diretores russos como Eisenstein (ideológica)

e Potemkin (estrutural). Mas a sincronização de música vem de muito antes com os cinema musicado e experiências de vídeoarte, performances musicais filmadas e *Jingle* comerciais da televisão. Uma das primeiras experiências consideradas videoclipe é *Bohemian Rhapsody*, do Queen, de 1975 que além da construção narrativa também tinha um apelo comercial ao estrear a música na televisão antes da mesma ser lançada nas rádios, aqui juntando o produto e a popularidade dos músicos tão importante para esta pesquisa porque já em seus primórdios mostrava seu potencial de influenciar a cultura, por meio do público alvo destas bandas de rock.

O auge da popularidade dos videoclipes foi devido às ações da MTV um canal de TV criado especificamente em seu início, para a indústria da música, e com grande adesão de artistas de vídeo multimídia fazendo parte da criação de clipes e programas para emissora que ilustravam as letras das músicas ou transmitindo mensagem sobre as canções no intuito de vendê-las para o público jovem surgindo uma cultura do videoclipe sustentada pelas gravadoras. Este tipo de formato perdeu a força por volta de 2006, quando as grandes gravadoras pararam de pagar a conta, assim emissoras como a MTV e VH1 começaram a virar seleiros para novos formatos jornalísticos e programas de reality shows tirando aos poucos os videoclipes da programação. Assim novamente os videoclipes mudaram e migrando para outras plataformas dentro do ciberespaço principalmente no YouTube, nos blogs e nos sites de música tendo uma fruição mais dinâmicas e orçamentos mais modestos obrigando os artistas a lançarem suas músicas apenas para chamar atenção ao álbum e acelerar as vendas. Este formato segue até os dias de hoje como acréscimo das várias plataformas de *streaming* e também os *links* nas redes sociais principalmente Facebook e Instagram.

Desde o início de sua história a poética do videoclipe, sempre evoluiu tecnologicamente, contaminando-se com cenário audiovisual tanto do cinema como da publicidade. Entre essas incorporações estão a hibridação de formatos, dispositivos, gêneros e técnicas de pós-produção como também incorporando diretores e toda espécie de artistas. O videoclipe, nesta esfera midiática e artística, faz convergir, portanto, ciência, arte e comunicação (WOSNIAK, OLIVA 2018).

O videoclipe é um exemplo atualizado de texto que repercute uma visão de mundo e, ao mesmo tempo, é capaz de proporcionar uma experiência estética a quem assiste, o videoclipe, não é tão somente “do” artista, assim como é o corpo que o próprio artista “usa” em suas performances como também é a forma como representa e enxerga o mundo, dividi e o narra para seus milhares de fãs e seguidores de suas plataformas. Como explica (Tiago Soares, 2013, p.523) “O corpo do artista musical é a sua presença, seu lastro biográfico, seu estar-em-cena diante do público, como uma espécie de comprovação ou de autenticidade de sua

existência – digamos – artística. É no ato performático”

Faz assim o videoclipe ser a extensão de sua materialidade, texto e personalidade. O que na investigação, a partir da observação do videoclipe e da revisão bibliográfica, observo, que este ato performático tem funcionado como alicerce uma estética que traduz o próprio corpo do artista e sua indiciabilidade, (Soares 2013) fala em o videoclipe ser uma configuração fragmentada e cheia de camadas, micronarrativas, com uma edição “veloz” e um ambiente que se traduz em imagens produzidas pelo corpo do artista no ato performático.

Protagonizado pela performance do artista e ganhando significado pelas mãos de um diretor deste audiovisual (videoclipe) apresenta uma forma de narrar o mundo, com experimentação e descoberta, caracterizando-se principalmente como uma forma não-narrativa, não-linear de narração, em que o que importa é menos a intenção de se contar uma história e mais o desejo de se passar múltiplas sensações.

As informações não-relacionadas, que acompanham os sons e letras da música – o ritmo das imagens” provocam um processo interacional, que constitui realidades sociais fortemente marcadas por jogos variados e sutis entre objetivações e contingencialmente indeterminadas (que não são “definidas” por conjunturas específicas) e um trabalho necessário, em diversos níveis, de redeterminação contingencial – isto é, processos que repõem em circulação aquelas mensagens refazendo articulações com contingências específicas dos usuários para gerar sentido e pertinência fazendo o usuário aqui no caso os fãs interagir ou não com a visão de mundo do artista mas gerando grande fluxo de comunicação e compartilhamento neste mundo midiaticizado. (BRAGA, 2006).

#### **4 THIS IS AMERICA AGENTE DE MUDANÇA SOCIOCULTURAL**

O videoclipe *This is America* (Murai, 2018), estrelado pelo rapper norte-americano Donald Glover, o artista se denomina Childish Gambino como seu alter-ego em seu trabalho de Rapper e dirigido por Hiro Murai – especialista em videoclipes e parceiro de vários trabalhos de Glover é um videoclipe para assistir estupefato durante horas como afirmam inúmeras chamadas das revistas e jornais especializados em música pelo mundo, lançado em maio de 2018, causou uma enorme polêmica internacional rivalizando. Embora possa parecer bizarro à primeira vista como afirmam os cronistas dos jornais, o vídeo narra várias discriminações raciais que atravessam a história do país norte americano ou pelo menos sugerem atos reais de forma fictícia embalados pela música e muita dança.

O teor de crítica social e ironia dos seus versos e imagens, torna o tema numa

espécie de hino contemporâneo antirracismo como afirmam as manchetes nas capas dos jornais, refletindo e sendo amplamente discutido na internet, sobre o modo como os Estados Unidos, mas aqui podemos ampliar para a comunidade mundial, pôr o racismo se tratar de um problema global, tratam a sua população negra.

O vídeo narra incontáveis discriminações raciais que atravessam a história do país e se repetem por anos, deixando nas entrelinhas estes fatos que nos lembram histórias reais que identificamos como o massacre do coral no vídeo que faz recordar o massacre de Charleston recém acontecido e amplamente divulgado pouco tempo antes do lançamento do videoclipe. Fazendo um comentário social e político, inteligente e provocador, gerando inúmeras teorias que voam pela Internet acerca de suas referências.

Os negros são reduzidos frequentemente a estereótipos de violência ou de mera diversão (música, dança) pela sociedade branca, aqui uma imagem midiaticizada do negro e amplamente divulgada na sociedade através das mídias principalmente em filmes e pela televisão, suas opressões e discriminações raciais são apagadas, colocadas em segundo plano. Um sistema que reduz os indivíduos negros a exotismo ou a ser esportistas ou ao entretenimento, ignorando as suas lutas e as discriminações de que são alvo. Embora legalmente os direitos de todos cidadãos sejam os mesmos.

O videoclipe nos lembra que um homem negro não pode "vacilar". Precisa estar sempre atento, todo o tempo enquanto vive numa sociedade racista. Por trás da imagem passada pela mídia, que reduz a cultura negra a entretenimento e diversão, estão sendo escondidas e minimizadas as violências que a comunidade negra sofre nos Estados Unidos ou na comunidade mundial, que aparecem diariamente estampando as capas dos jornais policiais, tema esse que aparece repetidas vezes em obras cinematográficas como o filme do mesmo ano do videoclipe *This is America*, do diretor de Spike Lee, *Infiltrado na klan* premiado com o Oscar de melhor roteiro adaptado em 2019.

A mensagem no videoclipe é, então, a de que a mídia nos distancia da verdade, nos distrai daquilo que realmente importa e no qual a nossa atenção deveria estar focada a igualdade real de direitos que é negligenciada para a comunidade negra. A mesma sociedade que consome massivamente os produtos culturais afro-americanos como a cultura *Hip-Hop* da onde sai o Rap estilo musical exaltado no videoclipe pesquisado, ignorando e perpetuando a discriminação racial. Donald Glover com sua performance no videoclipe por meio de seu corpo negro e sua música, e seu trabalho em diversas áreas do entretenimento como afirma site *medium.com*<sup>3</sup> que

---

<sup>3</sup> A História Transmídia de Donald Glover (Pensador #2)  
Lost Watcher

o chama de “*renaissance man*”, artista bem-sucedido em diversas áreas, Glover quer quebrar os limites que a sociedade branca construiu para ele como produto cultural e homem negro tentando quebrar tais estereótipos usando de forma magistral o ciberespaço como sempre faz desde o início de sua carreira, de comediante no primórdios do YouTube com *Derrick Comedy*, tenta criar em seus lançamentos uma espécie de eventos Transmídias, onde Glover procura expandir a história do álbum para além das músicas ou dos videoclipes, utilizando várias plataformas como Youtube, performance via texto no Twitter, publicações no Instagram, etc. Que proporciona uma rede de comentários e interações sobre seus trabalhos.

O que torna Glover um agente Transmídia, é o fato deste artista não ter sua imagem dissociada do seu trabalho mais popular e midiático e que usa as diversas mídias de forma simultânea para ampliar o alcance de suas ideias e trabalho, assim o videoclipe analisado é um exemplo de performance deste artista, não apenas como uma “leitura sinestésica” dos sons da canção, mas, sobretudo, para entender seus produtos musicais, sua influência popular massiva, há codificações de gênero, raça e estratégias das trajetórias individuais deste artista como produto e performer (Soares 2013). O que facilita uma maior inserção de Glover como sujeito e suas propostas que visem ao aproveitamento da inteligência coletiva (LÉVY, 2003), nos ambientes de colaboração em meio digital, direcionando seus esforços em redes de informações e ações em diferentes mídias, fortalecendo a informação dentro do ciberespaço em prol da coletividade, e do seu ativismo digital. (JENKINS, 2008). É fundamental perceber como artistas como Glover promovem esta renovação na comunicação por trazer à tona questionamentos sociais e utilizar de forma inteligente e com novas abordagens a crescente influência das mídias principalmente as redes sociais. Assim entendemos que Glover propõe essa espécie de ativismo midiático, em sua performance Transmídia, que se aproxima de (Hepp 2013) quando ele fala que: “Midiatização reflete consequências globais de múltiplos processos de mediação fazendo transformações sociais com a crescente emergência nos diferentes tipos de mídia”, O que faz as pesquisas em comunicação abranger as transformações sociais que vem ocorrendo devido à crescente presença midiática na sociedade. Principalmente por estes artistas influenciadores digitais e multimidiáticos serem esta espécie de ativista contemporâneo, sabendo como ninguém se utilizar de sua influência nas redes sociais e com seus milhões de seguidores.

Em “*This is America*”, observamos que Glover e Murai, através de toda simbologia colocada em discussão no videoclipe e amplamente discutida nas redes, seu corpo e performance, afirmam para sua audiência que ele não vai aceitar o racismo disfarçado de elogio,



o preconceito escondido na admiração pelo ídolo musical e ainda a segregação que, de uma forma ou de outra, continua silenciada, mas existente em seu país. Glover está denunciando todo o massacre feito espetáculo pelas mídias? Está denunciando que o pop e as cores berrantes estão tirando os verdadeiros problemas de foco? O silêncio sobre o racismo e outros problemas sociais? A banalização das mídias e sua futilidade? Sua consequência gera jovens principalmente os jovens negros que buscam inutilmente pela vida dourada de seus ídolos? Seu foco num consumismo desenfreado? Todas estas perguntas estão representadas no videoclipe e discutidas por milhões de pessoas em diversas plataformas nas redes e múltiplas mídias. Como podemos perceber quando no videoclipe é representado em certo momento a ostentação, Glover canta com atitude entusiasta com bailarinos dançando descontraídos nas suas costas: “Eu sou tão bonito! Eu uso Gucci! Veja como eu danço!”, enquanto no fundo tudo irrompe em violência e horror fazendo clara referência ao cinema e às artes visuais que é percebida imediatamente no videoclipe, como também a série Atlanta, com uma abordagem inspirada no simbolismo, no surrealismo e no cinema de suspense, criando uma ambientação propositalmente confusa, com referência em filmes como o brasileiro Cidade se Deus e o trabalho de Spike Lee. Assim nos perguntamos se não está nos fazendo cair nesse erro? Ele também não está agora banalizando a violência e o preconceito racial? Mas de alguma forma ele faz o mundo se perguntar e replicar seus questionamentos criando está grande quantidade de material em diversas plataformas digitais sobre o videoclipe, que analisamos e confrontamos com a revisão bibliográfica dos autores utilizados nesta pesquisa, levantando um grande debate da força deste videoclipe e um grande debate sobre o racismo e as diversas tentativas muitos comunicadores e jovens em seus blogs e redes sociais de entender tais problemas socioculturais.

Consideramos “*This is America*” esta espécie de espírito que faz refletir o *zeitgeist* de Andrea Greca<sup>4</sup> As tendências da nossa época e seus movimentos sociais que surgem de alguma alteração do contexto e se refletem em mudanças no comportamento humano. Onde receber informações sobre o horror, a beleza, a morte, o racismo e a esperança sem um filtro é como uma torrente, através de múltiplas vias, em alta definição e centenas de milhões de cores e sentimos na pele a emergência do mundo em constante mudança através das tecnologias que cada vez mais nos conectam através da midiaticização nos fazendo se perguntar como podemos entender e incorporar tais mudanças e que elas precisam cada vez mais ser debatidas e entendidas pela sociedade.

---

<sup>4</sup> Pesquisadora e professora, especialista em Coolhunting e Investigação Qualitativa de Tendências (Universidad Ramón Llull –Barcelona). Diretora da agência BERLIN (berlin.inf.br | @berlin\_cwb). Disponível em: <<http://trendobserver.com/trend-talks-zeitgeist/>>

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao tecermos reflexões acerca do corpo e da performance dos bailarinos e principalmente do ator/*rapper* Donald Glover, no videoclipe *This is America* (Hiro Murai, 2018) partimos da hipótese de que o corpo é um sistema aberto em contínuo fluxo de entrada e saída de informação (Bertalanffy, 1977). Esse instrumento de comunicação que se especializa como corpo que dança, criando a chamada corporalidade em convergência midiática e destacamos aqui a busca de entendê-la, como instrumento da comunicação midiaticizada.

Foi possível verificar que o corpo constantemente evolui e co-existe com as máquinas e que no videoclipe estudado, seus criadores e performers traduzem narrativas de forma coreográfica e poética para discutir seu tempo e sua cultura principalmente a questão racial, produzindo textos de alta gestualidade, estética, imagens, sons e a letra da música, acima de tudo produzindo sentimentos e emoções que se propagam e contaminam o ambiente de variadas informações não verbais com grande poder de proliferação e propagação de informação cultural proporcionar esse desconforto tanto corporal como na consciência da audiência que se traduz em inúmeros audiovisuais produzidos em blogs pessoais como nas revistas especializadas, uma comunicação feita por compartilhamentos e comentários nas ruas e no ciberespaço sobre *This is America* (Hiro Murai, 2018).

Traçamos uma discussão e revisão bibliográfica sobre a história a poética do videoclipe, sua evolução tecnológica, contaminando-se tanto do cinema como da publicidade. Entre essas incorporações estão a hibridação de formatos, dispositivos, gêneros e técnicas de pós-produção como incorporando diretores e toda espécie de artistas. O videoclipe, nesta esfera midiática e artística, faz convergir, portanto, ciência, arte e comunicação sendo um veículo de grande alcance principalmente por vincular uma indústria de entretenimento com a grande popularidade dos artistas.

O olhar que projetamos busca entender a forma como nos relacionamos com a comunicação nos dias de hoje e sua velocidade e ligação com as redes virtuais e o ciberespaço. Usando as reflexões de Andreas Hepp e sua *Midiaticização* onde reflete as consequências de seu processo mundialmente por meio da mediação fazendo transformações sociais principalmente com o crescimento e grande emergência dos diferentes tipos de mídia, podemos inferir assim, o videoclipe *This is America* (Hiro Murai, 2018) atua como um áudio visual amplamente divulgado nestas diversas mídias, principalmente discuti a performance corporal e de influenciador, com seus posicionamentos como homem negro e artista, o tornando um

ativista que carrega para seu trabalho mais popular o espírito de seu tempo (*zeitgeist*), provocando o usuário a reagir e se posicionar também criando essa onda de desconforto no ciberespaço em forma de discussões e compartilhamentos.

O videoclipe tem um teor de crítica social e ironia, seus versos torna o tema um hino contemporâneo antirracismo amplamente estampados nos slogans dos sites e revistas musicais, mas mais do que isso, Glover está denunciando todo o massacre feito espetáculo pelas mídias. Que estamos tirando os verdadeiros problemas de foco, o racismo estrutural e a desvalorização das conquistas de pessoas pretas na sociedade. Abrindo com o videoclipe, questionamentos que ao assisti-lo logo queremos tentar responder de alguma forma, faz proliferar nossas respostas e rediscutir principalmente nas redes, este polemico trabalho. Gerando milhares de reverberações e assim de alguma forma o silêncio sobre o racismo e outros problemas sociais discutidos em “*This is America*”, sempre mascarados pela sociedade são mais amplamente debatidos mesmo ainda necessitando ser verdadeiramente combatidos de forma mais eficaz.

#### REFERÊNCIAS

- AGUSTONI, M. **Convergências entre cinema e vídeo: contaminações e dissoluções de limites**. In: SANTAELLA, Lúcia. (Org.). **Novas formas do audiovisual**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.
- BERTALANFFY, L. V. **Teoria geral dos sistemas**. Tradução de Francisco M. Guimarães. Petrópolis: Vozes, 1977.
- CHION, M. **A audiovisual: som e imagem no cinema**. Lisboa: Texto & Grafia, 2008.
- \_\_\_\_\_. **Audio-Vision: Sound on Screen**. New York: Columbia University Press, 1994.
- DUBOIS, Philippe. **Cinema, vídeo, Godard**. São Paulo: Cosac & Naif, 2004.
- ECO, Humberto — **Obra Aberta**. São Paulo, Editora Perspectiva, 1968.
- GUIMARÃES, Denize Azevedo Duarte. **Comunicação tecnoestética nas mídias audiovisuais**. Porto Alegre: Sulina. 2007.
- HEPP, Andreas. **Cultures of mediatization**. Cambridge: Polity Press, 2013.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- KATZ, Helena. **Um, dois, três: a dança é o pensamento do corpo**. Belo Horizonte: FID, 2006.
- \_\_\_\_\_. e GREINER, Christine. **Corpo e Processo de Comunicação**. Revista fronteiras Estudos Midiáticos. UNISINOS, 2001.

LEVI, Pierre. **A Inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 2003.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. 2ª. Ed. Campinas-SP: Papiros, 2002.

\_\_\_\_\_. **Arte e mídia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem** (Understanding media). São Paulo: Editora Cultrix. 1964.

PIGNATARI, Décio. **Informação, linguagem, comunicação**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Corpo e comunicação: sintoma da cultura**. São Paulo: Paulus, 2004.

\_\_\_\_\_. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** São Paulo: Paulus, 2005.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Introdução à semiótica: passo a passo para compreender os signos e a significação**. São Paulo: Paulus, 2017. Coleção Introduções.

SOARES, Thiago. **Videoclipe: o elogio da desarmonia**. Recife: Livro Rápido, 2004.

\_\_\_\_\_. **A ESTÉTICA DO VIDEOCLÍPE** Editora da UFPB João Pessoa - Paraíba 2013

TEIXEIRA, Coelho Neto João. **Semiótica, Informação e Comunicação**. São Paulo: Perspectiva. 2014.

**THIS IS AMERICA**. Performed by Childish Gambino (pseudônimo do ator/*rapper* Donald Glover); Direção de Hiro Murai. EUA. 1 videoclipe (4:02 min), son.; color.; *youtube*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VYOjWnS4cMY>. Acesso em: 15 out 2018.

VILLAÇA, Nízia. **A Edição do Corpo: tecnociência, artes e moda**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

WOSNIAK, Cristiane do Rocio. **Dança, cine-dança, video-dança, ciber-dança: dança, tecnologia e comunicação**. Curitiba: UTP, 2006.

\_\_\_\_\_. e OLIVA, Rodrigo. **Convergências e diálogos entre a linguagem cinematográfica e o videoclipe Cold (2017) de Rich Lee**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 2018.

Hjarvard, Stig. Da Mediação à Mdiatização: a institucionalização das novas mídias  
file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Downloads/331-1028-1-PB.pdf

Watcher, lost. A História Transmídia de Donald Glover (Pensador #2) site: *medium.com*  
<https://medium.com/space-daydream/a-hist%C3%B3ria-transm%C3%ADdia-de-donald-glover-pensador-2-fdd0baf8a864>

