temática
ISSN|1807-8931

A presença da estética pós-moderna no videoclipe da música "*dá um like*" da Banda Uó

The presence of postmodern aesthetics in the music video "gives a like" Banda Uó

Luíza Fernandes MEDEIROS[1]
Vinícius Nogueira SILVA[2]

Resumo

O artigo traz em questão a forma como a banda musical brasileira "Banda Uó" insere a estética pós-moderna no videoclipe "*dá um like*". Através do método de revisão bibliográfica, são abordados os principais elementos pós-modernos presentes no clipe, como o *pastiche*, com a mistura de estilos musicais, principalmente com as referências buscadas nos anos 90, assim como *games* para a produção visual, somados a efeitos 3D e psicodélicos. O *Camp*, que Sontag (1987), define como o exagero, está presente nas montagens, com as imagens dos integrantes que foram reproduzidas para retratar as fotos publicadas em redes sociais, para ganhar *likes*. E o *Kitsch* que segundo Moles (1972), se configura como uma mercadoria ordinária, que está indissociavelmente ligado à arte que se refere à ação de criar móveis novos a partir de velhos.

Palavras-chave: Pós-modernismo. Estética. *Camp. Kitsch. Pastiche.*

Abstract

The article brings up an issue as a Brazilian music band "Banda Uó" inserts a postmodern aesthetic into the videoclipe "gives a like". Through the bibliographic review method, the main post-production elements of clips, such as the pastiche, are presented, with a mixture of musical styles, mainly with the references sought in the 1990s, as well as games for visual production, added to 3D and psychedelic. The Camp, which Sontag (1987) defines as the exaggeration, is present in the montages, with images of the members that have been reproduced to portray like the photos published

[1] Graduada em Comunicação Social – Jornalismo, pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN. E-mail: luizaf.m@hotmail.com

[2] Mestrando pelo PPGCISH – UERN (Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Humanas pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte). Integrante do grupo de pesquisa: Informação, Cultura e Práticas Sociais da UERN. E-mail: viniciusnogueiraas@gmail.com

in social networks, to gain tastes. And Kitsch that second Moles (1972), is configured as an ordinary commodity, which is inextricably linked to the art that refers to the action of creating new vehicles from the old.

Keywords: Postmodernism. Aesthetics. *Camp. Kitsch. Pastiche.*

Introdução

O pós-modernismo é marcado pelas crises das utopias, crises ideológicas, pela onipotência do capitalismo, assim como um mundo de imagens e tecnológico. Tudo isso traz uma mudança dos valores na sociedade. As principais características do movimento, surgido no século XX, se destacam pelos sentimentos que são expressos através da arte, pelos avanços das tecnologias, o individualismo, a pluralidade, a ausência de valores, etc. O grande marco da arte pós-moderna é o "*Pop art*", um movimento inspirado pela cultura de massa e que ganha uma grande popularidade em Nova Iorque, que assim como os diversos aspectos da arte no pós-modernismo, possuem características estéticas que mantêm uma forte presença na arte contemporânea.

O presente trabalho realiza uma ligação do videoclipe da música "Dá um like", lançado em 2015 na plataforma digital do *YouTube*[3], com os conceitos estéticos pós-modernos, por meio da revisão bibliográfica e das análises da produção de sentidos reproduzidas pelo produto, através da construção imagética do clipe e da música cantada, que trazem referência aos elementos do pós-modernismo que mantêm um reflexo na arte contemporânea (*kitsch, o camp e pastiche*), e como a banda os utiliza para realizar uma ligação entre passado e futuro.

A Banda Uó, formada em 2010 na cidade de Goiânia – GO, em sua essência, apresenta os três elementos estéticos pós-modernos mencionados, por meio da música, do estilo e da maneira como os videoclipes são produzidos. No videoclipe "*dá um like*", os integrantes do grupo musical – composto pelos vocalistas Candy Mel, Davi Sabbag e Mateus Carrilho –, com participação da rapper Karol Conka, se apresentam com roupas que remetem ao estilo dos anos de 1990 do século XX, assim como os elementos

3 Banda Uó – Dá1LIKE feat. Karol Conka. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0Vpxp538vfs >. Acesso em: 25 abril de 2019.

audiovisuais presentes no produto. O *Camp* traz consigo o que pode ser considerado "cafona" por meio do exagero. Moles (1972) define o *Kitsch* como uma mercadoria ordinária, que está indissociavelmente ligado à arte. O *Kitsch* em seu sentido moderno, surgiu em 1860, em Munique. O *pastiche* é uma característica do videoclipe pela riqueza na mistura de referências para montagens audiovisuais e do estilo musical da Banda Uó, voltada ao pop e tecnobrega[4], com o estilo musical da cantora Karol Conka.

O pós-modernismo

O pós-modernismo é um conceito usado para denominar as mudanças que ocorreram nas sociedades a partir dos anos 60. Apresenta ideias como a pluralidade, a subjetividade, a ruptura de princípios antes impostos pela sociedade moderna, assim como uma ruptura de valores.

O pós-modernismo apresenta outra forma de ver o mundo e um jeito peculiar de produzir conteúdo, que levanta vários questionamentos sobre a relevância do movimento. Muitos críticos citam a falta de conteúdo intelectual do pós-modernismo, outros acreditam na sua importância pela unificação da arte e população de massa. O pós-modernismo também é visto como movimento que bebe em várias fontes, mas que não tem uma base sólida. Seria uma mistura de inúmeros elementos.

Hall (2005) cita que a pós-modernidade causou mudanças na construção das identidades dos sujeitos, fazendo com que os indivíduos deixassem de possuir uma identidade fixa e passassem a possuir uma identidade móvel, em que precisa assumi-la de formas diferentes em diversos momentos. Logo, a identidade passou a ser construída historicamente pelas relações sociais e pelo contexto vivido, não mais biologicamente como uma essência do ser, da forma como ocorria no iluminismo. O que pode ser visualizado pelos integrantes do videoclipe, identidades fluídas e mutáveis.

4 Tecnobrega ou Tecnomelody é um gênero musical surgido nos anos 2000 no estado do Pará, que mistura diversos elementos musicais como o eletrônico, o pop, música internacional e regional.

Elementos estéticos do pós-modernismo refletindo na arte contemporânea.

O pós-modernismo[5] foi caracterizado por diversas mudanças na sociedade, na cultura e também na arte. Alguns elementos estéticos que ganharam força durante esse período foram: o *kitsch*, o *pastiche* e o *camp*, que refletem bastante na arte contemporânea. A Banda Uó[6] é um exemplo da mistura dessas três características estéticas, que traz consigo a originalidade e o humor retratados através da música, com a mistura de ritmos, desde o pop ao tecnobrega. Os conceitos de *kitsch*, *pastiche* e *camp* estão abaixo:

- **Camp**

Sontag (1964) afirma que o *camp* é um tipo de estética que obtém sua essência através do inatural, do artifício, como também, do exagero. "Para começar de maneira bastante geral: Camp é um certo tipo de esteticismo. É uma maneira de ver o mundo como um fenômeno estético. Essa maneira, a maneira do Camp, não se refere à beleza, mas ao grau de artifício, de estilização." (SONTAG, 1964, n/p)

O *camp* pode ser identificado pelo mau gosto, por aquilo que é artificial, cafona e até banal. Pode até ser utilizado para realizar crítica, deboche ou ironia. "Camp é a experiência do mundo consistentemente estética. Ela representa a vitória do "estilo" sobre o "conteúdo", da "estética" sobre a "moralidade", da ironia sobre a tragédia." (SONTAG, 1964, n/p). Pode ser encontrado tanto em objetos, como na roupa ou estilo de alguém, no cinema, em móveis e na música. Esse estilo estético chama a atenção através do visual, um exemplo disso pode ser as *DragQueens*[7], que são personagens performáticos criados de forma artística com o estilo exagerado, e que trabalha diretamente com a estética visual. O *camp* também pode ter a intenção ingênua de divertir, sem o objetivo do julgamento.

---

[5] Pós-Modernismo em Toda Matéria, 2016. Disponível em < http://www.todamateria.com.br/pos-modernismo/ > Acesso em: 30 maio 2016.

6 Banda Uó é um grupo musical brasileiro, formado em 2010 na cidade de Goiânia – GO, pelos integrantes: Davi Sabbag, Mel Gonçalves e Mateus Carrilho.

7 Dragqueens são personagens criados por artistas performáticos que se vestem, fantasiando-se cômica ou exageradamente com o intuito geralmente profissional artístico.

> O gosto Camp é, acima de tudo, uma forma de prazer, de apreciação — não de julgamento. O Camp é generoso. Quer divertir. Só aparentemente é maldoso, cínico. (Ou, se é cínico, não é um cinismo impiedoso, mas doce.) O gosto Camp não propõe que é de mau gosto ser sério; não zomba de quem consegue ser seriamente dramático. Ele descobre o sucesso em certos intensos fracassos. (SONTAG, 1964, n/p)

- ***Kitsch***

O *Kitsch* em seu sentido moderno surgiu em 1860, em Munique, na Alemanha. Abraham Moles (1972), em seu livro "*O kitsch: a arte da felicidade*" o define como uma mercadoria ordinária, que está indissociavelmente ligado à arte e derivado do termo "*Kitschen"*, que se refere à ação de criar móveis novos a partir de velhos. O pós-modernismo foi marcado pelo consumo e o *Kitsch* está fortemente relacionado a ele, pois a reprodutibilidade e imitação vulgar de produtos, obras, estilos ou mesmo qualquer mercadoria que possua esse estilo estético, são movidas pelo consumismo, pela cultura de massa.

> De fato, os pós-modernismo têm revelado um enorme fascínio justamente por essa paisagem "degradada" do brega e do *Kitsch*, dos seriados de TV e da cultura do *Reader's Digest,* nos anúncios e dos motéis, dos *lates shows* e dos filmes B hollywoodianos, da assim chamada para literatura – com seus bolsilivros de aeroporto e suas subcategorias do romanesco e do gótico, da biografia popular, histórias de mistérios e assassinatos, ficção científica e romances de fantasia: todos esses materiais não são mais apenas "citados", como o poderiam fazer um Joyce ou um mahler, mas são incorporados à sua própria substância. (JAMESON, 1971, p.28)

O *Kitsch* pode ser encontrado na arte, estética, arquitetura e na variedade de produtos que são oferecidos pelas indústrias, principalmente que visam atingir a massa, apesar de estar presente entre todas as camadas das classes sociais. Ele tem por intenção atingir a massa, pessoas que não tinham acesso à arte, mas que a partir da produção de mercadorias que reproduziam estampas de diversas obras ou mesmo as imitavam – com o uso de produtos de qualidade inferior –, ela passou a estar acessível a todos. É uma arte que traduz as falsas sensações de objetos, decorações e obras de arte, por exemplo, que sejam luxuosos, porém, tratam-se, em muitos casos, de uma cópia. O *kitsch* pode ser identificado por objetos vulgares, de mau gosto, sem utilidade, que servem pra

decoração, com estereótipos que não são autênticos. É uma arte que pode ser recebida sem exigir certo senso crítico.

- ***Pastiche***

Dyer (2006), cita que a palavra *pastiche* vem do italiano, derivada da palavra '*pasticcio*' que significa uma torta feita de misturas. Também afirma que o *pastiche* consiste em inserir em um trabalho, elementos que pertençam a outro trabalho, assim como a citação e imitação de projetos anteriores. O pastiche se baseia em obras já existentes, mas com o objetivo de criar uma original. Pode ser tornar uma colcha de retalhos de diversos trabalhos.

O Pós-modernismo possuía aspectos como a multiplicidade, pluralidade e metalinguagem. A mistura de estilos se tornou comum na arte, na cultura e na sociedade. O pastiche esteve presente nesse período por trazer essas misturas de estilos e de vários elementos dentro de um contexto e, portanto, não estava só presente em obras de arte, como sugerido anteriormente, mas também na identidade dos indivíduos, na forma de se vestir, na arquitetura, na música e na forma de produzir qualquer trabalho, assim se tornando muito comum. "O desaparecimento do sujeito individual, ao lado de sua consequência formal, a crescente inviabilidade de um estilo pessoal, engendra a prática quase universal em nossos dias do que pode ser chamado de pastiche." (JAMESON, 1971, p.43).

- **Ligação dos conceitos com o clipe "Da um Like"**

A Banda Uó utiliza referências diversas, desde ritmos musicais, até estilos variados. O pós-modernismo traz a ideia de pluralidade, que está fortemente presente na banda, assim como a mudança de valores, os avanços da tecnologia e o individualismo. O videoclipe "*Dá um like*" da Banda Uó, que já conta com mais de 3 milhões de visualizações, traz consigo esse conceito de mudança de valores, pois retrata em sua letra o fato de que as pessoas estão mais ligadas à tecnologia do que a vida real. Essa questão foi iniciada no pós-modernismo e vem surtindo efeitos cada vez maiores na sociedade contemporânea. Eles citam o uso constante das pessoas no aplicativo *Instagram* em que diversas fotos são postadas com o objetivo de conseguir um "*like*" ou aprovação do público.

Imagem 1: Letra da música "Dá um like"

O cabelo precisava de um corte
Foi aí que eu tosei, pus laquê, fiz um retoque
Já 'to louco nesse penteado
Postei quatro, cinco
Pra mostrar que eu sou um gato
Eu sei que você quer me curtir
Então não enrola agora, vem, dá um like logo aí
Não importa a situação
De bicicleta sem as mãos
Eu sei que você quer, mas não vem
Não resiste agora, ah, provei e 'to de pé
Tudo que eu mais quero é te fazer engatinhar
Posto foto do meu corpo só pra você comentar

Eu sei que você quer me curtir
Então deixa de besteira, vem e dá um like logo aí
Eu sei que você quer me curtir
Então deixa de besteira, vem e dá um like logo aí
Eu sei que você quer me curtir
Então deixa de besteira, vem e dá um like logo aí
Eu sei que você quer me curtir
Então deixa de besteira, vem e dá um like logo aí

Dá um like, (dá um like)
Dá um like, (dá um like)
Dá like logo, da-dá like logo aí
Dá like logo, da-dá like logo aí
Dá like logo, da-dá like logo aí
Dá like logo, da-dá like logo aí

Eu já falei, menino
Que esse é meio que um dom
Eu já falei então senta aqui no meu guidão

Fonte: Captura de tela – pesquisa Google (elaborada pelos autores) em 26 de abril de 2019

Percebe-se os diferentes tipos de linguagens utilizadas na composição da música, bem como diferentes tipos musicais que são inseridos na sua melodia, além do uso de gírias e jargões do mundo jovem e pop, público da banda. Há uma quebra de valores e princípios que o pós-modernismo sugeriu, que antes eram impostos pela sociedade moderna. O videoclipe faz referências a esse período através do estilo de se vestir, das montagens, objetos de decoração, efeitos 3D e *games*, que eram comuns durante a década de 80 e, principalmente, a década de 90 do século XX, período ainda considerado por muitos estudiosos como pós-moderno. Mas além dos estilos comuns, eles possuem características fundamentais desse período, por serem considerados elementos que fazem parte da estética *kitsch*, *camp* e *pastiche*.

O videoclipe "*dá um like*", da Banda Uó, que foi lançado no ano de 2015, pode ser considerado como arte contemporânea principalmente porque a letra da música sugere situações da sociedade atual, como, por exemplo, o excesso de fotos postadas nas redes sociais para conseguir o tão desejado "*like*", além de retratar os tipos de fotografias que são publicadas. Na modernidade, as pessoas possuíam valores enraizados, de forma que não era comuns fotografias mais ousadas, enquanto a pós-modernidade traz consigo indivíduos com comportamentos mais livres de tabus. Isso se tornou mais comum ainda no período contemporâneo, com o uso constante das redes sociais e a busca por seguidores e *likes*, em que as pessoas também costumam postar muitas fotografias, de todos os tipos e em diferentes situações e poses.

O pastiche se identifica com a mistura de estilos e referências dentro da estética da banda e do videoclipe. Em entrevistas concedidas pela Banda Uó, os integrantes costumam retratar sobre as inúmeras referências que utilizam para a composição das canções, que são bastante variadas: forró, reggaeton, pop, raggae, dancehall, rock, axé, poprock, dance, house, tecnobrega, funk, black. O grupo também assume que utiliza como referências artistas considerados excêntricos, como Alcione, Rita Lee, Joelma, Chimbinha, Seu Jorge, Mick Jagger, Mamonas Assassinas, Luciana Gimenez, Rita Cadillac e muitos outros. E outro ponto que reforça o pastiche na banda é sua viagem musical pelo passado até o presente. No mais recente disco do grupo, intitulado como "Veneno" e lançado em 4 de setembro de 2015 pela gravadora *Deckdisc*, todas as faixas tiveram algum artista ou movimento (antigos e atuais), como fonte de criação. A banda é um exemplo de pastiche pelo fato de possuir todas essas influências, mas não ser um plágio de nenhuma delas.

Imagem 2: Banda Uó e Carol Conká

Banda Uó - Dá1LIKE feat. Karol Conka

Fonte: Captura de tela (elaborada pelos autores) em 25 de abril de2019

O clipe tem como influência os anos de 1990 e elementos da atualidade: usam o efeito *Chroma Key*[8], efeitos em 3D[9], linguagens de *games* antigos com avatares dos cantores, imagens psicodélicas[10], roupas e penteados exagerados de décadas passadas, efeitos com referência aos primeiros programas de edição de vídeo, mundo virtual, linguagens utilizadas nas redes sociais e diferentes ritmos musicais que são complementados pela cantora Karol Conka.

A Banda Uó também tem fortes características do *Kitsch*, em que tudo é extravagante, desde os integrantes do grupo ao seu universo cultural, ou seja: as cores, as letras das músicas, figurinos e coreografias. A banda também é considerada *kitsch* por ter uma grande influência do brega.

Existem cinco princípios para o *Kitsch*, desenvolvidos pelo autor Abraham Moles (1972): o primeiro é o princípio da inadequação; o segundo princípio é o da

8 *Chroma key* é uma técnica de efeito visual que insere uma imagem sobre outra através da anulação de uma cor padrão.

9 Efeito 3D, são gráficos que usam representações tridimensionais de dados geométrico

10 Efeitos psicodélicos, são efeitos que atraem a mente do público, que causa alucinação ou alteração da percepção, marcados pelo excesso de cores e formas.

acumulação, que se trata da acumulação de muitos objetos em um único espaço; o terceiro é o princípio de meio-termo; o quarto é o princípio da sinestesia, que explora diversos sentidos ao mesmo tempo; e como quinto e último, o conforto que está ligado às mudanças ocorridas pelo objeto de acordo com as necessidades exigidas pela sociedade.

Os cinco princípios do *Kitsch*, de Moles (1972) estão presentes no videoclipe. O princípio da inadequação aparece com muitos objetos que são inseridos nas cenas, mesmo sem ter ligação com o que está acontecendo: plantas artificiais, estátuas, formas geométricas e carro em 3D. Sobre a acumulação, esse princípio se faz presente durante todo o vídeo, com o excesso de objetos que são apresentados e acumulados o tempo todo. Em alguns momentos, o videoclipe causa uma poluição visual. O meio-termo é a junção dos elementos antigos com a letra da música, que fala sobre a busca frenética pelos *likes* dos usuários das mídias sociais. A Sinestesia fica por conta do ritmo da música, que causa uma sensação de felicidade e tem como efeito fazer com que as pessoas que tenham contato com o vídeo, automaticamente sintam vontade de dançar. O mesmo também causa surpresa, pois prende o telespectador, que espera as próximas sequências do vídeo. Conforto é o contexto geral do videoclipe.

O *camp* é um elemento recorrente na banda, pois o grupo já utilizou muitas músicas para fazer críticas a algum artista, à intolerância de gênero ou/e política, realizando protestos musicais com muito humor ácido, ironias e deboches, embora com cautela, de modo que estejam sempre respeitando o espaço do outro. O *camp* está presente durante todo o videoclipe, pois a música se trata de uma crítica clara aos usuários mais dependentes das redes sociais, que estão sempre em busca de ‘’likes’’ e que postam fotos e vídeos com grande frequência.

Considerações finais

O pós-modernismo é marcado por muitas mudanças em diversos setores da sociedade, a arte também sofreu com tais mutações e o setor da estética começa a ganhar novas formas. O *kitsch*, o *camp* e o *pastiche* ganham grande popularidade durante esse período. Esses três elementos estéticos não se limitaram ao pós-modernismo e refletem bastante na arte contemporânea.

A Banda Uó traz consigo todas essas três referências da estética pós-moderna citadas, mostrando o reflexo desse fenômeno na arte atual. O uso da letra da música "*dá um like*", da Banda Uó, é destacada ao longo do artigo por possuir, em especial, todas as características citadas acima. As mudanças dos valores da sociedade trazidas pelo pós-modernismo são citadas ao longo da letra da música não só por estarem relacionados ao fato do excesso de fotos publicadas nas redes sociais, mas também ao comportamento atual das pessoas nesses ambientes virtuais e o conteúdo visual que é publicado para ganhar *likes* dos demais usuários desses espaços. Porém, o grupo musical retrata isso de uma forma bem-humorada, como a banda costuma trabalhar em suas músicas, seja através das letras ou mesmo da produção de videoclipes oficiais.

Também está presente no clipe a fluidez das identidades dos indivíduos pós-modernos, que representam diversas identidades em variados momentos de suas vidas, um exemplo que é visto no clipe que pode ser relacionado a vida real social.

Referências

COELHO, Vania. **Art camp e kitsch:** art camp e kitsch frutos da sociedade de consumo. 2014. Disponível em: http://literacomunicq.blogspot.com.br/2013/05/art-camp-e-kitsch.html. Acesso em: 31 maio 2016.

COSTA, Janete J. S. Pós-modernidade, cultura e pastiche: algumas considerações acerca da contemporaneidade. In: SEMINÁRIO LINGUAGENS E IDENTIDADES, 5. P. 01-10.

DYER, Richard. **Pastiche.** Routledge, 2006.

FREITAS, *Susy* E. C. As características da pós-modernidade como influência estética da videoarte contemporânea. In: **Texto Digital**. Florianópolis, v**.** 8, n. 2, p. 68-82, jul./dez. 2012

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 8. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo:** a lógica cultural do capitalismo tardio. Atica, 1996. Tradução: Maria Elisa Cevasco.

LEITE, Luciana de A.; PECCININI, Daisy V. M. **Pós-moderno:** a problemática do pós-moderno no campo artístico. Disponível em: http://www.mac.usp.br/mac/templates/projetos/seculoxx/modulo6/posmoderno.html. Acesso em: 30 maio 2016.

MAYORCA, Juliana Pessi. As contradições da arte pós-moderna. In: **Revista Trías**, p.1-9. Disponível em: http://www.revistatrias.pro.br/artigos/ed-3/as-contradicoes-da-arte-pos-moderna.pdf. Acesso em: 03 jun. 2016.

MOLES, Abraham. **O "Kitsch", a arte da felicidade**. São Paulo. Editora Perspectiva. 1972.

NEVES, Dermeval. Conheça a Banda Uó: Conheça um pouco melhor a Banda Uó. 2013. Disponível em: http://gtxarpe.blogspot.com.br/2013/01/conheca-banda-uo.htmlhttp://gtxarpe.blogspot.com.br/2013/01/conheca-banda-uo.html. Acesso em: 07 jun. 2016.

ROCHA, Pedro. **Banda Uó e Karol Conká se unem na destruidora "Dá1LIKE".** Disponível em: http://www.papelpop.com/2015/08/banda-uo-e-karol-conka-se-unem-na-destruidora-da1like/. Acesso em: 24 maio. 2016.

SONTAG, Susan. Notas sobre o Camp. In: **Contra a Interpretação.** Porto Alegre: L&PM, 1987, 318-337.