



O VIDEOCLIQUE COMO FERRAMENTA DE ATIVISMO DIGITAL PRÓ FEMINISMO

Carolina Araujo de Brito

Universidade Federal de Campina Grande, carool.brito@hotmail.com

RESUMO: O videoclipe é o produto audiovisual que tem na música a sua base e que não necessariamente transpõe para a imagem uma adaptação da letra, mas que de toda forma da uma amplitude imagética a música. Com o avanço tecnológico e o fácil acesso a materiais digitais, o videoclipe passa a incorporar a internet como o meio principal de impulsionar o trabalho de artistas e bandas no geral. É também nesse ciberespaço que surge o ativismo digital, que utiliza a internet como meio para debates e militância acerca de temáticas como direitos humanos e civis, luta de classes e o feminismo, que quando incorporado luta à este meio, recebe a nomenclatura de Ciberfeminismo e vive uma crescente apoiada em *fanpages*, blogs e campanhas discursivas da vida off-line. A produção artística do videoclipe é também contribuinte para discursos políticos de assuntos como o feminismo. No presente artigo, foi estabelecida uma relação videoclipe, ativismo digital e ciberfeminismo, para de melhor compreender a utilização de forma e conteúdo no tocante a este universo analisando os videoclipes *Express Yourself*, de Madona e *Formation*, de Beyoncé

Palavras chave: Videoclipe, Feminismo, Ciberfeminismo, Ativismo Digital.

INTRODUÇÃO

Etimologicamente falando, deve-se entender clipe como derivado de *clipping*- recorte. Videoclipe seria um vídeo de recortes de imagens, ‘em forma de narrativa em vídeo’ (CORRÊA, 2011) que tem na música o seu suporte. Inicialmente, as imagens do clipe eram frenéticas e não havia uma narrativa explícita ou linearidade, como comenta Segundo Corrêa (2011, p.02) e completa ao dizer que esses vídeos podia ser somente uma justaposição de imagens com objetivo de vender um pacote completo: música e imagem do artista.

A internet passa a ser incorporada não apenas como meio de entretenimento e lazer, mas sim para pesquisa de conteúdo, criações artísticas, divulgações e debates, também, relacionados à vida off-line oferecendo um novo espaço de militância. Como comenta De Oliveira Santos (p.02) “As redes sociais se tornaram as ruas, os cartazes e panfletos informativos e críticos, hoje, são os posts”. É justamente da união do discurso libertário do *ativismo digital* e ideologia do *feminismo* que nasce o que observamos como Ciberfeminismo.

Procurando, neste trabalho, entender a dimensão imagética do videoclipe aliando a adaptação direta ou indireta da letra-imagem, para a veiculação desse material na internet e construção do discurso feminista, partiu de uma pesquisa histórica e bibliográfico sobre videoclipe, ativismo digital e ciberfeminismo, observação de casos de campanhas da internet,



como análise dos videoclipes “Express Yourself”, de Madonna, e “Formation”, de Beyoncé, levantando aspectos estéticos e sociais das épocas de divulgação dos mesmos, contextualizando o papel do ativismo digital e a abordagem da figura feminina nestes produtos que não são campanhas, mas levam a debater sobre a temática.

Auditivos no visual

Deve-se ter, primeiramente, ter consciência que em qualquer produto audiovisual, e ainda mais no videoclipe o áudio não deve ser um acessório da imagem, ambos devem ter o mesmo peso. Como é bem colocado por Michel Chion (2011,p.11) “.Não vemos a mesma coisa quando ouvimos, não ouvimos a mesma coisa quando vemos”. O som responde também pela a percepção da velocidade e do tempo do produto como um todo, que é parte da expressão do vídeo.

A gênese deste gênero, só é possível, primeiramente, devido ao processo de evolução do cinema sonoro e as tecnologias de sincronização entre imagem e som. Após anos de trabalho na tentativa de captação de áudio e sincronização da imagem, há em 1927 o rompimento do que era conhecido anteriormente como Cinema Mudo, quando é lançado o filme *O Cantor do Jazz* em que, pela primeira vez, palavras gravadas foram escutadas saindo diretamente do filme. Em 1964, é lançado o filme *A Hard Days Night*, da banda The Beatles, que é visto como o precursor do que seria a linguagem videoclíptica.

Os anos entre 1970 e 1980, ficaram conhecidos como período em que se firmou a utilização de ferramentas eletrônicas e sintetizadores. Assim, em 1975, a banda *Queen* lança o *Bohemian Rhapsody*, segundo Corrêa (2011), conhecido como primeiro da banda e também da história. Ainda nessa época, surge o canal *Music Television*, mais conhecido como MTV. O canal apostava na apresentação de videoclipes 24h por dia, um espaço todo dedicado a essa nova linguagem e que impulsionou a produção e a popularização de videoclipes que juntam a características da produção do cinema, com a visão de marketing da publicidade para impulsionar artistas e banda.

“Portanto, ele não pode ser analisado somente por um aspecto, o artístico, por exemplo. Assim estaria excluída uma importante característica do videoclipe nas condições de circulação dos bens simbólicos no modo de produção capitalista que são o processo de venda e consumo. O videoclipe, nestas condições socioeconômicas, torna-se uma espécie de peça de divulgação publicitária.” (CORRÊA, 2011, p.04)



A autora acrescenta, ainda, que o videoclipe, tal como conhecemos hoje, acaba por ser uma junção da influência do cinema de vanguardas do século 20, os movimentos cinematográficos experimentais dos anos 50 e 60 e a videoarte dos anos 60 e 70. O surgimento desta nova linguagem audiovisual passa a exercer, mais vigorosamente, modificações no comportamento da sociedade dos anos 80 e ditar moda.

Tendo no hibridismo uma das suas características mais fortes, se referencia e relaciona livremente com outras artes e linguagens, abrindo também, espaço experimentações. Para Machado, o vídeo surge “como um dos raros espaços decididamente abertos a mentalidades inventivas capazes ainda de dar continuidade ou novas consequências a atitudes experimentais inauguradoras”. Sobre esta força que o videoclipe ganha, Paula Faro (2010, p.14) acrescenta:

“O videoclipe deixou de ser apenas um vídeo promocional para a indústria musical. Nele eram mostrados apenas os cantores e as bandas fazendo suas performances na frente da câmera, aparecendo durante o vídeo inteiro. O videoclipe passou a ser considerado uma obra audiovisual com características bastante expressivas.”

Este gênero audiovisual, caracteriza-se por trabalhar com a tríade música-imagem-montagem, tendo na primeira seu suporte principal. A iluminação, o figurino, cenografia, o roteiro, a escolha das locações, a fotografia e a captação/gravação do áudio determinam o caráter da produção. Além desses elementos, a montagem é fundamental na dinâmica e no ritmo da expressão videoclíptica. Deve-se atentar ao modo de construir a composição do clipe de forma a tratar de uma narrativa linear, ou não, criando uma desautomatização da imagem através do ritmo da montagem e linguagem poética que não tem por obrigação, ser uma tradução imagética da letra da música. Soares (2001, p.05) comenta sobre a desarmonia do videoclipe ocasionada pelo processo de montagem:

“Todo, partes, recortes, elementos que, juntos, formarão um objeto, na maioria dos casos desarmônico (o videoclipe) – como as relações artísticas na pós-modernidade. O que vai ser relevante para se dar o efeito rítmico, em geral, ‘movimentador’ da desarmonia no videoclipe é a pouca duração da imagem na tela e como esta imagem se articula com sua antecedente e subsequente, de forma a que venha expressa a noção de conflito e estranhamento (desautomatização). O conceito de ritmo, no videoclipe, traz agregado uma outra idéia que precisamos trazer à tona: a descontinuidade.”

Ideia complementada pelo seguinte comentário de Machado

“Os planos de um videoclipe (...) são unidades mais ou menos independentes, nas quais as idéias tradicionais de sucessão e de linearidade já não são mais determinantes, substituídas que foram por conceitos mais flutuantes, como os de fragmento e dispersão.” (MACHADO, 2001, p.180)



O videoclipe sofre, ao longo dos anos e do avanço tecnológico, mudança que acarretam na sua conceituação, produção e compartilhamento, principalmente com o surgimento de plataformas como o *Youtube*. Asumindo, assim, um caráter híbrido e experimental que se alimenta de outras artes e linguagem na sua formatação. Tendo na internet um alicerce para tornar este produto audiovisual um dos que mais possibilita interação com público e levantamento de debates acerca de estética e conteúdo utilizado, o videoclipe na contemporaneidade é usado pelas cantoras pop como forma de divulgação de seus trabalhos e discursos.

Reféns do ciberespaço artistas procuram por inovações para atender a demanda tecnológica ao qual estamos inseridos e manter o interesse do público em relação ao videoclipe em sua abordagem. Artistas como a cantora Beyoncé, vem modificando a forma de lançamento de músicas e videoclipes, como também na distribuição deste material. No ano de 2013 lançou de surpresa o álbum ‘Beyoncé’, que continha 14 novas músicas e 17 videoclipes lançados de uma única vez. Seu mais recente trabalho “*Lemonade*” teve seu lançamento no canal HBO em um especial com 12 clipes, com a temática de racismo e feminismo, que foram apresentados em sequência e posteriormente disponível para *download* e *streaming* no Tidal¹.

A construção do ativismo digital e o ciberfeminismo

O final do século XX a início do século XXI acabou por configurar uma sociedade que tem no avanço tecnológico um fator propulsor de interferências em processos do mais diversos, como o exemplo da produção e distribuição dos videoclipes, citados anteriormente. No que concerne a isso, a *Internet* vem a contribuir na formatação de uma civilização tecnológica e globalizada, facilitando a inserção e compartilhamento de informações em tempo real, com acesso livre no tocante a lugar/espaço, que quebram com limites geográficos.

Esta nova realidade sociotecnológica globalizada, acaba por configurar o que se é conhecido por cibercultura. Novidade comentada por Castells (1999 *apud* Rigitano, 2003, p.01) como constituinte de uma nova morfologia social que modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura. A cibercultura passa a reconfigurar também seus próprios aspectos ao adaptar seu caráter

¹ Serviço lançado em 2014 para distribuição digital de músicas, seja através de áudio ou vídeos.
<www.tidal.com>



democrático à dromocracia². Entendendo *dromos* como rapidez, a dromocracia passa a ser conhecida como uma democracia mais ágil que, em virtude da utilização do espaço virtual, melhor representa as mudanças da vida contemporânea.

Além de ser espaço de divulgação de conteúdo, a internet, atualmente, é um espaço de mediação direta entre produções artísticas, em âmbito geral, e a resposta do público. É o que configura a Web 2.0, que assume a participação dos que tem acesso a internet também produtores de conteúdo, que transforma em fonte de questionamento público aquilo que não é muitas vezes não é dado real importância (Trivinho, 2008, p.260), afim de trazer “reivindicações e desenvolver espaços de interação e de mobilização pelos direitos da cidadania” (Moraes, 2001) causa essencial para o surgimento do ativismo digital (ou ativismo on-line).

“a Internet se constitui uma ferramenta imprescindível para as lutas sociais contemporâneas, já que facilita as atividades (em termos de tempo e custo), pode unir e mobilizar pessoas e entidades de diferentes localidades em prol de uma causa local ou transnacional, bem como quebrar o monopólio da emissão e divulgar informações ‘alternativas’ sobre qualquer assunto.” (RIGITANO, 2003, p.02)

Passasse a se encontrar na internet um meio de intercomunicação e agrupamentos ideológicos que se expressa sem regulamentação por meio de outros, que tem uma grande eficácia no tocante a velocidade de informação, com baixo custo para grandes divulgações e que se unem de forma cooperativista em prol da cidadania no combate a desigualdade das mais diversas formas.

“A Internet oferece novas ferramentas de intervenção, como as campanhas virtuais, o correio eletrônico, grupos de discussão, fóruns, salas de conversação, boletins, manifestos *on line*, murais, anéis de *sites* e árvores de *links*. É uma arena complementar de mobilização e politização, somando-se a assembléias, passeatas, atos públicos e panfletos.” (MORAES, 2001)

Há, então, uma *politização multilateral*³ que muitas vezes não pretende ficar apenas no espaço virtual. Para atingir o público e/ou a sociedade como um todo, os grupos, ONG’s

² Eugênio. Estética e cibercultura: arte no contexto da segregação dromocrática avançada. **Significação: Revista de Cultura Audiovisual**, v. 33, n. 26, p. 257, 2006.

³ Termo utilizado por Trivinho para descrever as relações a politização da cibercultura, seus vetores de sustentação e relação com a dromocracia.



ou coletivos, se utiliza, desta cibernitância e dromocracia, também, para articulações políticas de atos, encontros para debates e divulgação de eventos, nascidos ou não no ciberespaço, mas que acontecem também na esfera ‘off-line’ através de interação interpessoais que tentam reestruturar a visão social sobre determinados temas. A defesa é feita por causas que se globalizam e que precisam de conscientização e reivindicação de direitos de uma parcela da sociedade pouco vista ou pouco ouvida, criando uma “rede de cidadãos”⁴, tratando de assuntos como etnias, direitos humanos, saúde e do feminismo, que acaba tendo uma atenção específica no fortalecimento do movimento devido a atuação na internet.

Não cabe ao presente estudo, fazer uma abordagem aprofundada sobre história do movimento feminista, seja teórico ou prático. Isto porque o interesse é se ater ao que pode ser visto como uma nova forma de militância, resultado da junção da ideologia do movimento com aplicações das conexões comunicativas da *internet*: **O Ciberfeminismo**. Mas faremos um apanhado geral sobre do que se trata o feminismo, para poder entender a contribuições da rede mundial de computadores à esta luta.

A teoria feminista está relacionada não só ao empoderamento do sujeito feminino, como também tentar compreender a identidade do mesmo⁵, procurando admitir e conscientizar que a identificação do gênero ‘mulher’ não deve ser ligado diretamente aos fatores biológicos, como é o caso das mulheres *trans*. Em um contexto global, o feminismo tanto está aplicada no tocante a visão social sobre a mulher, como procura reverter a desvalorização e injustiça para com a figura feminina, seja no quesito sexual, econômico, político ou cultural, não em prol de uma supremacia feminina, como se é dito erroneamente nos estereótipos que o próprio nome do movimento carrega, mas sim, procura a igualdade de gêneros, muitas vezes relacionando o feminismo com a constituição do pensamento moderno e pós-moderno.

“(…) a modernidade não apenas acredita na possibilidade de emancipação do sujeito, mas coloca como alvo a construção da igualdade através dos direitos civis, como voto, trabalho e escolarização universal, entre outros – o que será chamado posteriormente – de ‘promessas da modernidade’. Com efeito, a modernidade termina por produzir um discurso universalista assentado na defesa de um sujeito universal (humano universal) e expresso em um pensamento social evolucionista” (MACÊDO, 2011, p.32)

⁴ (DEIBERT, 2000 *apud* Rigitano, ano, p 02),

⁵ Como comenta Macêdo (2011, p.41) segundo estudos de Judith Butler, filósofa pós-estruturalista e uma das principais estudiosas do movimento feminista.



Assim, o pensamento moderno acaba por ajudar o feminismo nos caminhos para emancipação do feminino, contraria a sociedade patriarcal e emergentes na construção uma identidade própria e de uma sociedade igualitária. Enquanto a pós-modernidade, contrastando com o ultimo ponto citado anteriormente, tem nas desigualdades socioeconômicas a crítica de como ‘promessas do modernismo’ não contemplaram a sociedade em sua totalidade, como era proposto, pensando e problematizando as diferenças e utilizando o poder do avanço tecnológico e dos novos meios de comunicação para propagação de discurso (Macêdo, 2011, p. 33-40).

“Poucas oportunidades aparecem como as deste momento para começar a construir um mundo virtual menos discriminatório para as mulheres. Para isto não podemos estar em minoria no acesso às Novas Tecnologias, temos que ser muitas, e por isso para o ciberfeminismo social aparece como prioritária a educação tecnológica das mulheres e, de fato, os números sobre a utilização da Internet por parte das mulheres vai crescentemente modificando o equilíbrio da balança com respeito à presença masculina no ciberespaço.” (BOIX, 2013, p.72)

A militância online assume todas as ferramentas ao qual são disponíveis em seu meio, desde imagens, vídeos, áudios, textos, hipertextos, interatividade, campanhas, até os próprios *memes*, como foi o caso do “Bela, Recatada e do Lar”, uma crítica ao posicionamento da revista *Veja* que não só enaltecia o poder aquisitivo do até então presidente em exercício, Michel Temer, como, principalmente, o aspecto da então primeira dama, Marcela Temer, definida no perfil de mulher ideal a ser seguido sendo recatada e “do lar”, o que causou grande crítica nas redes sociais não.

Outro caso que pode ser discutido, foi a campanha *#meuamigosecreto* que denuncia, por meio de post das usuárias de redes sociais, o machismo, violência doméstica e assédio cotidiano não só vivenciados pela pessoa que faz a publicação, como também é observado em casos gerais e muitas vezes passam despercebidos, e/ou não são encarados com seriedade, por parecer ser algo cujo a sociedade tenha tomado como algo normal. A campanha impulsionou a criação do livro *# Meu Amigo Secreto: feminismo além das redes*, organizado pelo Coletivo Não Me Kahlo, que explora temas da vida off-line repercutidas na internet em forma de campanhas que abordam pautas da temática feminista.

Além dos tipo de materiais citados acima, há também produções que não são feitas exatamente para serem campanhas na internet, mas que sua repercussão faz com que se iniciem debates acerca da temática feminista, como é o caso dos videoclipes das cantoras pop.



Análise dos videoclipes “Express Yourself” de Madonna e “Formation” de Beyoncé

Com a pretensão de analisar videoclipes lançados e produzidos em diferentes épocas por artistas de diferentes gerações mas ainda atuantes, foram escolhidas duas cantoras exercem forte influência em jovens e adultos. A primeira foi Madonna cantora, compositora, atriz, dançarina, empresária e produtora musical e cinematográfica norte-americana que nasceu em 1958, lançando seu primeiro álbum em 1983⁶. Em sequência Beyoncé, cantora, compositora, atriz e coreógrafa americana, nascida em 1981, que começou sua carreira aos 7 anos em programas de talentos da sua cidade natal, *Houston*, no Texas⁷.

Quanto aos videoclipes, foram escolhidos “*Express Yourself*”, da cantora Madonna e lançado em 1989, visto como um manifesto feminista na época e é tido como um dos 100 melhores clipes de toda história pelo MTV; e o “*Formation*”, da cantora Beyoncé, lançado no ano de 2016 como *single* do álbum *Lemonade*, que no Tidal está definido como "projeto conceitual baseado na jornada de autoconhecimento e cura de todas as mulheres".

A mensagem principal da música *Express Yourself* está envolta da “independência afetiva das mulheres” (Soares, 2014, p.02), mas que atrelada ao discurso midiático e ao contexto da época, ainda apresenta contradições ao mostrar necessidade da presença masculina para se ter felicidade, como no trecho “O que você precisa é de uma mão grande e forte, para te elevar para seu plano mais alto”, em contraposto com frases como “Ficar em segundo plano nunca é o bastante, você fará melhor por conta própria”.

Além dos discursos, podemos perceber imagetivamente, a abordagem da figura masculina é mostrando ressaltando o trabalho e força física que a locação é uma fábrica e presença em cargos superiores. Já a figura feminina, podemos observar uma Madonna que se apresenta, principalmente, numa esfera luxuosa que entra em contraste com o ambiente da fábrica. A personagem aparece, também ora uma posição imponente, com vestes “masculinas” que lhe indicam um cargo alto, ora com um figurino preto que brinca com a sensualidade feminina e, por fim e contraditório a liberdade feminina, a cantora se apresenta

⁶ Informações tiradas do site Madonna Brasil. Disponível em < <http://madonnabrasil.com/madonna/>> Acesso em 15 de Maio de 2016

⁷ Informações tiradas do site Beyonce Brasil. Disponível em < <http://beyoncebrasil.com/beyonce/biografia/>> Acesso em 15 de Maio de 2016



na cama acorrentada. Na fotografia, elementos como luz e sombra são utilizados como característica principal, além de tons azulados e alaranjados contrapondo ambientes.

Já o videoclipe “*Formation*” lançado este ano de 2016 tem uma abordagem bem diferente do clipe analisado anteriormente principalmente por ter o feminismo negro como característica principal. O videoclipe inicia com narrações e questionamentos de Messy Maya, gay e ativista negro. Recriação e imagens de como a cidade ficou após o furacão Catrina, critica o papel da polícia branca e desigualdade e racismo na região⁸. A todo momento a origem negra é enaltecida e apresentada, inclusive nas origens da cantora (citada na letra da música) e a genética repassada na participação da filha da cantora, Blue Ivy, no videoclipe.

As mulheres do clipe aparecem, em dados momentos, com vestimentas de época em cores claras que trazem elegância e que faz referência a época de libertação dos escravos. Em outros momentos em locais internos de residência, em uma piscina vazia e na rua, onde é explorada a dança e as próprias figuras coreográficas fazem alusão a união das mulheres “em formação”. O cabelo black power é um elemento importante para a aceitação da origem negra e apresentado em todas as dançarinas que acompanham a cantora. A participação masculina não é tão forte, mas representativa em cenas específicas.

CONCLUSÃO

Por ter um contato mais aproximado com o público, o videoclipe permite falar do cotidiano, dos sentimentos, da história e da própria sociedade trabalhando dinamismo e criatividade. Afetado pela era digital, este material audiovisual sofreu transformações na sua produção, distribuição e recepção. O surgimento de plataformas e sites como o exemplo do YouTube faz com que as produções de vídeos sejam criados especialmente para este meio.

O videoclipe, pelo seu caráter experimental e híbrido discutido ao longo deste estudo, permite uma maior discussão sobre seus aspectos de estética e conteúdo, bastante utilizados no meio pop e no tocante ao feminismo, pelas divas do gênero, como podemos observar sobre a repercussão dos videoclipes analisados, em especial ao videoclipe da música *Formation*, como também do trabalho *Lemonade* no geral, que além de críticas positivas e negativas, serviu como material para impulsionar o empoderamento feminino e aceitação das mulheres

⁸ 7 motivos para *Formation* de Beyoncé ser uma aula de empoderamento negro. Disponível em <<http://literatortura.com/2016/02/7-motivos-para-formation-de-beyonce-ser-uma-aula-de-empoderamento-negro/1>> Acesso em 17 de maio de 2016



às suas características negras, além de entender a relação direta entre o feminismo, os direitos humanos, igualdade racial e a luta de classes, pensamentos que foram resultados de das influências da sociedade pós-moderna.

O militarismo do ciberfeminismo constrói discurso online sobre fatores da vida off-line. Provoca uma união das mulheres através do espaço digital, que transpassa fronteiras, desconstrói machismos em culturas diversas e também na cibercultura, permite a troca de experiências e discurso em tempo real e numa interatividade incomum e, também, é capaz de articular movimentos, protestos e atos, em geral, que nascem neste meio e saem para ruas, cidades, espaços públicos por todo o mundo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOIX, Montserrat; MIGUEL, Ana de. **Os gêneros da rede: os ciberfeminismos**. NATANSHON, Graciela. Internet em Código Feminino: Teorias e Práticas. Buenos Aires, La Crujía Ediciones, p. 39-76, 2013.

CHION, Michel. **A Audiovisão: Som e Imagem no cinema**. Tradução: Pedro Elói Duarte. Lisboa: Texto e Grafia, 2011.

CORRÊA, Laura Josani Andrade. **Breve história do videoclipe**. In: VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Centro-Oeste–Cuiabá–MT. 2006.

DE MORAES DO, Maria Lygia Quartim. **O feminismo político do século XX**. Disponível em <<http://www.geledes.org.br/o-feminismo-politico-do-seculo-xx/>> Acesso em 10 de Maio de 2016

DE OLIVEIRA SANTOS, Nícia; BARROS, Jordana Fonseca. **O movimento feminista no Facebook: uma análise das páginas Moça, você é machista e Feminismo sem demagogia-Original**.

FARO, Paula. Cinema, vídeo e videoclipe: relações e narrativas híbridas. **Rumores-Revista de Comunicação, Linguagem e Mídias**, v. 4, n. 2, 2010.

MACÊDO, Márcia dos Santos. Feminismo e pós-modernidade: como discutir essa relação. **Gêneros, mulheres e feminismos**. Salvador: EDUFBA: NEIM, p. 29-52, 2011.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2001.

MORAES, Dênis de. **O ativismo digital**. Universidade Federal Fluminense, Brasil, 2001.

RIGITANO, Maria Eugenia Cavalcanti. **Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente**, 2003.

SANTOS, Bárbara; SOARES, Thiago. As Contradições do Feminino no Videoclipe “Express Yourself” de Madonna1. In: **Anais eletrônicos XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. João Pessoa: Intercom. 2014.



SOARES, Thiago. Videoclipe, o elogio da desarmonia: Hibridismo, transtemporalidade e neobarroco em espaços de negociação. In: **Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. INTERCOM**. 2004.

SOUZA, Vanessa Cristine Zaccharias de. Chega de Fiu Fiu: o papel do ciberfeminismo na construção do feminismo na era da Web 2.0. 2015.

TRIVINHO, Eugênio. Estética e cibercultura: arte no contexto da segregação dromocrática avançada. **Significação: Revista de Cultura Audiovisual**, v. 33, n. 26, p. 99-122, 2006

ZOMER, Denise. **Pós-modernidade e suas significações: a mulher como tema em videoclipes de música POP**. 2012.

