

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MICHEL CARLOS VIER

ELEMENTOS ESTÉTICOS E CULTURAIS NA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL
CONTEMPORÂNEA: UMA ANÁLISE DOS VIDEOCLIPES DA ALASKA FILMES

CURITIBA

2024

Michel Carlos Vier

ELEMENTOS ESTÉTICOS E CULTURAIS NA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL
CONTEMPORÂNEA: UMA ANÁLISE DOS VIDEOCLIPES DA ALASKA FILMES

Artigo apresentado ao curso de Graduação em
Publicidade e Propaganda, Setor de Artes,
Comunicação e Design, Universidade Federal do
Paraná, como requisito parcial à obtenção do título
de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. Joao Damasceno Martins
Ladeira

CURITIBA

2024

TERMO DE APROVAÇÃO

MICHEL CARLOS VIER

ELEMENTOS ESTÉTICOS E CULTURAIS NA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL CONTEMPORÂNEA: UMA ANÁLISE DOS VIDEOCLIPES DA ALASKA FILMES

Artigo apresentado ao curso de Graduação em Publicidade e Propaganda, Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Prof. Dr. João Damasceno Martins Ladeira
Orientador – Departamento de Comunicação, UFPR

Prof. Dr. Marcelo Garson Braule Pinto
Departamento de Comunicação, UFPR

Msc. Victor Finkler Lachowski
UFPR

Curitiba, 15 de agosto de 2024.

Genres are a funny little concept, aren't they? (...) In theory, they have a simple definition that's easy to understand But, in practice, well, some may feel confined
(BEYONCÉ, 2024)

Gêneros são um conceito curioso, não são? (...) Em teoria, eles têm uma definição simples e fácil de entender Mas, na prática, bem, alguns podem se sentir confinados (BEYONCÉ,

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar quatro videoclipes lançados entre 2020 e 2023, das músicas “Modo Turbo”, “Nem um Pouquinho”, “Are u Gonna Tell Her” e “No One Dies From Love”, todos dirigidos pela dupla Alaska Filmes, a partir da perspectiva do pós-modernismo em Fredric Jameson. Investigando a convergência entre a Cibercultura-remix de André Lemos e a Infoestética de Lev Manovich na produção audiovisual contemporânea no Brasil. O estudo tem como objetivo geral analisar elementos culturais e estéticos que se manifestam nos videoclipes do duo. A metodologia adotada inclui uma análise dos videoclipes, buscando identificar padrões e tendências estéticas, enquanto a revisão da literatura conecta observações empíricas com percepções teóricas. Este estudo contribui para uma compreensão mais profunda do impacto da pós-modernidade na divulgação de produções musicais, exemplificado pela singularidade e influência da Alaska Filmes no cenário nacional.

Palavras-chave: videoclipes; direção audiovisual publicitária; pós-modernidade; infoestética; remix.

ABSTRACT

This article aims to analyze four music videos released between 2020 and 2023, from the songs “Modo Turbo”, “Nem um Pouquinho”, “Are u Gonna Tell Her” and “No One Dies From Love”, all directed by the Alaska Filmes duo, from the perspective of postmodernism as described by Fredric Jameson. It investigates the convergence between André Lemos' Cyberculture-remix and Lev Manovich's Info-aesthetics in contemporary audiovisual production in Brazil. The study's general objective is to analyze cultural and aesthetic elements that manifest in the duo's music videos. The adopted methodology includes a film analysis of the music videos, seeking to identify aesthetic patterns and trends, while the literature review connects empirical observations with theoretical perceptions. This study contributes to a deeper understanding of the impact of postmodernity on the dissemination of musical productions, exemplified by the uniqueness and influence of Alaska Filmes in the national scene.

Keywords: music videos; advertising audiovisual direction; postmodernity; info-aesthetics; remix.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8	2 REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 PÓS-MODERNISMO, PARÓDIA E PASTICHE	11	2.2 INFOESTÉTICA, METAMIX E CULTURA DIGITAL	
REMIX	12	3 ANÁLISE	17
3.1 LUÍSA SONZA, PABLO VITTAR, ANITTA - MODO TURBO (CLÍPE			

1 INTRODUÇÃO

Com o surgimento das novas tecnologias microeletrônicas de informação e comunicação (NTICS) na segunda metade do século XX, passa a surgir um novo conjunto de práticas, crenças e hábitos ligados à comunicação mediada por computadores, a cibercultura, que se diferencia das mídias de massa tradicionais (imprensa, rádio e televisão) pela sua característica transversal, onde não existe mais a diferença entre emissores e receptores. Essas transformações passaram a causar um grande impacto na informatização da sociedade com o tempo, reconfigurando práticas sociais, econômicas e culturais (Lemos, 2022).

A denominação cibercultura, surgida no último quarto do século XX, a partir da convergência das NTICS, das redes de telecomunicações e das formas sociais emergentes, é a que melhor expressa a cultura que toma forma com as NTICS. Pode-se afirmar que a cibercultura é o conjunto de saberes, hábitos e discursos (sociais, políticos, econômicos, históricos, artísticos) que se assenta em torno de três princípios básicos: a liberação do pólo da emissão da informação, o crescimento da conexão aberta e planetária, e a reconfiguração de práticas associadas a indústria cultural de massa. Como toda cultura, é derivada de processos dinâmicos, fruto das dimensões sociais e técnicas presentes no contexto histórico de seu desenvolvimento. (Lemos, 2022, p. 413)

Com a chegada dos anos 2000, se deu início ao período conhecido como Web 2.0, que mudou a forma como as pessoas utilizavam a Web (World Wide Web), com o surgimento das mídias e redes sociais, além do armazenamento em nuvem, consequentemente colocando o termo cibercultura em desuso, pois as NTICS se tornaram a base da cultura do século XXI, integrando-se completamente ao nosso cotidiano. A distinção entre os universos online e offline se tornou irrelevante, já que a presença das redes sociais, da internet e dos dispositivos móveis transformou radicalmente nossas práticas sociais e culturais. Hoje, falar de cultura contemporânea é falar de cibercultura, pois a conexão generalizada permeia todas as esferas da vida (Lemos, 2022). É nesse contexto que conceitos como cibercultura remix e infoestética ganham relevância, destacando as novas dinâmicas e estéticas emergentes no cenário audiovisual e publicitário.

A convergência dessa cultura digital remix e da infoestética desencadeou

transformações notáveis no cenário audiovisual e publicitário contemporâneo. No centro do mercado publicitário brasileiro, a dupla de diretores da Alaska Filmes, Marco Lafer e Gustavo Moraes, emergiu como influentes diretores nesse mercado, desafiando algumas das convenções da atual produção audiovisual publicitária. Este artigo propõe explorar como a fusão desses elementos culturais e estéticos

9

influencia as produções da Alaska Filmes, destacando sua notável presença no mercado audiovisual global.

A pesquisa tem como objetivo geral analisar como o pós-modernismo (Jameson, 1985), a cultura-remix (Lemos, 2005) e a Infoestética (Manovich, 2001) contribuem para a criação de produções audiovisuais, como as realizadas pela Alaska Filmes, utilizando elementos visuais e narrativos. Para alcançar esse objetivo, a pesquisa se propõe a desvendar alguns dos significados simbólicos presentes nos videoclipes, considerando ícones, índices e símbolos relacionados à pós-modernidade, à cultura digital remix e à infoestética. Além disso, busca-se identificar tendências estilísticas recorrentes, analisar a integração de elementos tecnológicos e investigar as influências culturais brasileiras na estética visual do duo.

O trabalho que se segue adquire significativa importância no contexto do mercado audiovisual, centrando-se na análise distintiva do estilo de dois renomados diretores no cenário publicitário contemporâneo. Marco Lafer e Gustavo Moraes, a dupla por trás do nome "Alaska", têm conquistado notável destaque nos últimos anos, representando as dinâmicas tendências do mercado audiovisual. Os videoclipes escolhidos para esta investigação acumulam uma audiência de mais de 250 milhões de visualizações¹ em quatro clipes, dois para artistas pop nacionais e outros dois para uma artista pop sueca, destacando a relevância e a influência da dupla em escala global. Suas propostas estéticas, abraçando elementos como cyberpunk, sci-fi, videogames, redes sociais, brasilidades e realismo fantástico, ressoam em sintonia com as demandas de um mundo interconectado, tornando-os protagonistas distintos e dignos de análise.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para minha pesquisa, decidi me concentrar na análise artística dos videoclipes produzidos pela dupla Alaska. Sempre fui um entusiasta de videoclipes e, em vez de abordar o aspecto publicitário de seu trabalho, optei por explorar a riqueza da arte visual em suas criações, visto que no mercado publicitário audiovisual, muitos diretores têm utilizado o videoclipe, que permite uma maior liberdade criativa para os criadores, como uma plataforma de colocar em seu portfólio trabalhos que condizem com sua visão artística. Escolhi os quatro videoclipes mais recentes em seu portfólio até 2023, que estão disponíveis no Youtube e também podem ser encontrados no Vimeo dos diretores. Os videoclipes selecionados são: "Luísa Sonza, Pablio Vittar, Anitta - MODO TURBO (Clipe Oficial)" (2020), "Duda Beat feat. Trevo - Nem Um Pouquinho (Clipe Oficial)" (2021), "Tove Lo - Are U gonna tell her? ft. ZAAC" (2020), e "Tove Lo - No One Dies From Love (Official Music Video)" (2022).

Alaska é uma dupla de diretores composta por Marco Lafer e Gustavo Moraes, que estão ativos desde 2012. O duo colabora profissionalmente desde a época da faculdade de Cinema, e ao longo dos anos, alcançaram um notável sucesso na indústria cinematográfica e publicitária. Em 2019, ocuparam a 6ª posição no ranking "Melhores da Produção Publicitária no Brasil" do (MEIO & MENSAGEM, 2019), subiram para a 3ª posição (Meio & Mensagem, 2023), demonstrando sua crescente influência e reconhecimento na área.

De acordo com uma entrevista ao Meio & Mensagem (2017), a dupla sempre teve uma inclinação por filmes visuais e narrativas mais curtas, o que os levou a seguir carreira na publicidade e na produção de videoclipes. Os primeiros

passos da dupla na indústria incluíram a criação de curtas-metragens e videoclipes, e sua habilidade logo chamou a atenção, resultando em convites para produzir vídeos publicitários.

Um dos marcos iniciais na carreira da dupla foi a criação de vídeos promocionais para o álbum "66" da banda O Terno. O primeiro vídeo divulgado em sua página no Facebook data de 15 de junho de 2012 e apresentava o clipe da música que dá nome ao álbum, "66". O clipe incluía cenas peculiares, como a banda tocando e cantando debaixo d'água em uma piscina, com um toque de comicidade e uma edição ritmicamente sincronizada que se harmonizava com a música.

11

Outro destaque na carreira da dupla foi o videoclipe da música "Ai, Ai, Como Eu Me Iludo" do O Terno, lançado em 13 de maio de 2016. De acordo com Marco Lafer, em entrevista para o Canal Curta! no YouTube, este clipe foi extremamente simbólico e significativo para os dois jovens diretores. Segundo ele, muitos dos elementos narrativos e estéticos desse vídeo continuaram a influenciar a identidade artística do duo ao longo de sua carreira.

A dupla se destacou por suas produções criativas e narrativas cômicas, com ampla utilização de efeitos visuais, animações e, notavelmente, películas em muitas de suas produções. Além disso, outra característica marcante de seu trabalho é a definição de seus vídeos como "realismo fantástico". Isso adiciona uma camada de surrealismo às suas narrativas cômicas, que muitas vezes possuem um traço de estranheza, tornando seus projetos ainda mais distintos e memoráveis. Atualmente, o duo é representado pela Iconoclast e já produziu trabalhos para uma variedade de clientes notáveis, incluindo Nike Football, Amazon, Samsung, Pepsi e Nissan. Eles também dirigiram videoclipes para renomados artistas como Luisa Sonza, Anitta, Pablio Vittar, O Terno, Duda Beat e Tove Lo.

2.1 PÓS-MODERNISMO, PARÓDIA E PASTICHE

A segunda metade do século XX marcou um período de transição, que surge como uma resposta crítica e alternativa à predominância da modernidade em várias esferas da sociedade. Segundo Fredric Jameson, o pós-modernismo representa a quebra de barreiras e divisões essenciais, especialmente a perda da antiga distinção entre cultura de elite e cultura popular, desconstruindo as barreiras de gênero e linguagem. No contexto dos estudos culturais e das transformações na percepção da individualidade, é importante considerar a perspectiva de que a noção de identidade

pessoal única poderia estar ultrapassada. Como argumenta Jameson (1985, p. 2), sobre a “morte do sujeito” no pós-modernismo:

Os grandes modernismos estavam, como dissemos, ligados à invenção de um estilo pessoal e privado, tão inconfundível como a nossa impressão digital, tão incomparável como nosso próprio corpo. Porém, isto significa que a estética da modernidade estava, de certo modo, organicamente vinculada à concepção de um eu singular e de uma identidade privada, uma personalidade e uma individualidade únicas, das quais se podia esperar o engendramento de sua visão singular de mundo, forjada em seu próprio estilo, singular e inconfundível. Contudo, hoje, a partir das mais distintas perspectivas, os teóricos sociais, os psicanalistas, mesmo os lingüistas, para não mencionar aqueles que como nós trabalham na área da cultura e das mudanças formais e culturais, estão todos investigando a hipótese de que esse tipo de individualismo e de identidade pessoal é coisa do passado;

12

de que o antigo indivíduo ou o sujeito individualista está "morto"; de que podemos considerar o conceito de indivíduo singular e a própria base teórica do individualismo como ideológica.

Para o autor, inúmeras razões contribuíram para o fim do individualismo, mas com o tempo se tornou cada vez mais difícil inventar um estilo ou universo novo, pois os mais marcantes já foram criados, afinal, a possibilidade de variações é limitada. A partir dessa mudança, os artistas passaram a incorporar referências de diversos gêneros artísticos em suas obras, “a ponto de ficar cada vez mais difícil discernir a linha entre arte erudita e formas comerciais”. Jameson (1985) caracteriza a pós-modernidade a partir de alguns traços importantes, dentre eles, paródia e pastiche.

A paródia utiliza a singularidade dos estilos para imitar o original, incorporando suas características únicas. Embora nem toda paródia tenha um propósito satírico, um bom parodista precisa entender e se identificar com o original. No entanto, o efeito geral da paródia, seja simpática ou crítica, é ridicularizar os maneirismos estilísticos exagerados e excêntricos em comparação com a maneira comum de falar e escrever (Jameson, 1985, p. 2). Por sua vez,

O pastiche é, como a paródia, a imitação de um estilo singular ou exclusivo, a utilização de uma máscara estilística, uma fala em língua morta: mas a sua prática desse mimetismo é neutra, sem as motivações ocultas da paródia, sem o impulso satírico, sem a graça, sem aquele sentimento ainda latente de que existe uma norma, em comparação com a qual aquilo que está sendo imitado é, sobretudo, cômico. O pastiche é paródia lacunar, paródia que perdeu seu senso de humor (Jameson, 1985, p. 2)

Os filmes dessa análise utilizam do pastiche, como forma de enriquecer visualmente e conceitualmente a produção, refletindo o mercado publicitário e audiovisual nos tempos atuais.

2.2 INFOESTÉTICA, METAMIX E CULTURA DIGITAL REMIX

Analisando o histórico da dupla Alaska, é evidente que parte de sua bagagem e estética reflete a linguagem do YouTube e, especialmente, o que Lev Manovich define como o impacto do software em seu livro "Infoestética". Ferramentas como After Effects e programas de manipulação de vídeos têm desempenhado um papel significativo na difusão dos efeitos especiais em produções audiovisuais. Em uma entrevista ao Canal Curta!, Marco Lafer afirmou que o videoclipe da banda ("O Terno - Ai, Ai, Como Eu Me Iludo (clipe oficial)", 2016) e dirigido pela dupla Alaska em

13

2016, apresenta elementos narrativos e estéticos que se desdobraram em outros projetos de sua carreira como diretores.

O clipe conta a história de um pequeno robô, com olhos ultra-realistas e cômicos, programado para auxiliar nas tarefas domésticas e na culinária, sendo vendido em grande escala nesta realidade. Notável pelo personagem do mini-humano cozinhando e se apaixonando como a letra da música sugere, que acaba criando uma relação de rivalidade com o humano, lembrando algumas das clássicas narrativas sci-fi. A influência das ferramentas digitais são perceptíveis já neste trabalho. Também é possível notar a utilização de elementos estéticos de diferentes mídias e épocas, como a televisão antiga, a estética de VHS no início do clipe, misturado com a narrativa de comerciais televisivos dos anos 80 e 90.

FIGURAS 1 E 2 – CLIPE DE AI, AI, COMO EU ME ILUDO DA BANDA O TERNO



Lev Manovich, artista, escritor e teórico russo, atualmente professor na Universidade da Cidade de Nova Iorque, destaca-se como um dos teóricos mais influentes da cultura digital. Em sua obra "The Language of New Media" (2002) (A Linguagem das Novas Mídias), Manovich explora o conceito de infoestética. Em uma entrevista com o pesquisador Cicero Inácio da Silva, Manovich define as infoestéticas como "respostas estilísticas às novas tecnologias da informação".

Infoestética, um termo formado pelas palavras "informação" e "estética", refere-se à estética da era da informação em que vivemos, abordando como as práticas culturais e a sociedade lidam com essa informação. Manovich concebe a estética "como princípios, os quais guiam de maneira específica a sensibilidade cultural, o estilo, as formas, que são específicas ao seu período histórico, lugar ou escola artística" (Da Silva, 2012). Utilizando um método comparativo, o autor analisa a sociedade no início do século XXI em relação ao início do século XX e a arte moderna, buscando, assim como as Vanguardas Artísticas foram para a revolução

14

industrial, "descobrir o que é o novo belo na era da informação. Não penso que já o sabemos."

Perceba que eu não falo sobre novas formas de arte e cultura que são possibilitadas diretamente por estas novas tecnologias, tais como videogames, net art, instalações interativas etc. Estou interessado particularmente nas tendências estéticas e estratégias criativas que podem ser encontradas através das várias áreas da cultura contemporânea e não só nas formas baseadas no computador. (Da Silva, 2012, p. 7)

Manovich também afirma que a partir da transição das mídias físicas para o formato digital, a produção midiática passou a adquirir muitas novas ferramentas, fundamentais para o consumo que estamos acostumados atualmente, tornando possível misturar conteúdos de diferentes linguagens (Da Silva, 2012).

A utilização da película cinematográfica nos filmes da Alaska destaca muito bem esse processo, visto que não apenas consumimos produções digitais, mas também digitalizações de imagens analógicas, agregando à estética do filme, com a textura e cores características da tecnologia pré-digital. Com a expressão "metamix", o autor afirma que atualmente nossa cultura e estilo de vida agregam diversos elementos remixados de diferentes períodos históricos, meios, mídias e culturas.

Tornou-se possível não só misturar diferentes conteúdos numa mesma obra –

o que é entendido pelo senso comum como a maneira que se produz um remix-, mas também mixar conteúdos em diferentes mídias e, mais importante do que isso, utilizá-los ao mesmo tempo com técnicas que previamente pertenciam à especificidade física de cada mídia. (DA SILVA, 2012, p. 9)

André Lemos (2005) destaca que a cultura digital se fundamenta no princípio da "remixagem", que consiste na manipulação e fusão de informações por meio das ferramentas digitais. De acordo com o autor, desde o advento do pós-modernismo, conceitos como obra, autor, autoria e propriedade sofrem questionamentos, permitindo que a arte transponha tais limites e viabilize a utilização do trabalho de outros artistas na criação de novas obras, por meio do ato de recriação. O surgimento das tecnologias digitais tem ampliado e reforçado esses elementos da pós-modernidade. Como afirma:

Na cibercultura, novos critérios de criação, criatividade e obra emergem consolidando, a partir das últimas décadas do século XX, essa cultura *remix*. Por *remix*, compreendemos as possibilidades de apropriação, desvios e criação livre [...] a partir de outros formatos, modalidades ou

15

tecnologias, potencializados pelas características das ferramentas digitais e pela dinâmica da sociedade contemporânea (LEMOS, 2005, p.2).

Podemos observar ainda outro aspecto nessas produções que dialoga com a obra do autor, o qual sustenta que a arte eletrônica constitui uma figura significativa dentro da cultura digital, conforme argumenta:

Essa nova forma do fazer artístico é a expressão de uma lógica recombinante que abusa de processos abertos, coletivos, inacabados. Isso não é nenhuma novidade no mundo da arte. No entanto, a criação artística na cibercultura coloca em sinergia processos interativos, abertos coletivos e planetários, problematizando as noções de espaço e de tempo, o lugar do espectador e do autor, os limites do corpo e do humano, as noções de real e de virtual (LEMOS, 2005, p.2).

Podemos também observar nos cliques o emprego da película cinematográfica, que confere uma textura e cores características da estética clássica da cinematografia. Essa combinação de elementos tradicionais e tecnológicos visa criar novas experiências visuais, buscando se afastar do convencional vídeo digital.

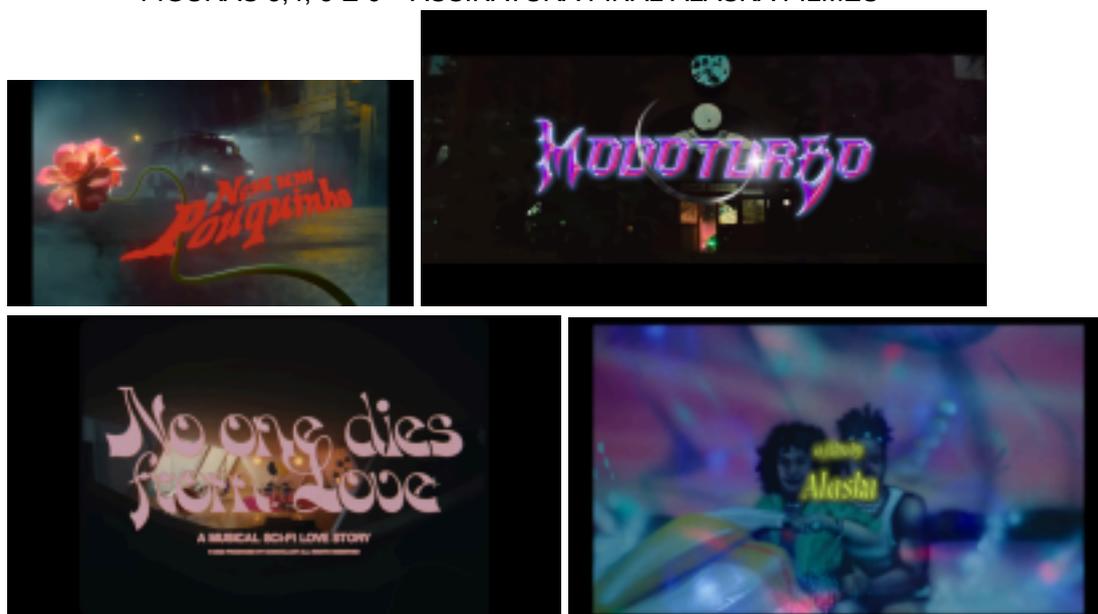
Por fim, Manovich utiliza de metáforas como "Geração Flash", que explicita um fenômeno estético percebido no início dos anos 2000, com o advento do Adobe Flash Player e as páginas da web que o reprodutor de multimídia possibilitava. O mesmo fenômeno acontece com o After Effects, software que ajudou a viabilizar a animação gráfica feita em computador, com um estética visual inédita, que compõe o metamix e a infoestética, elemento que possivelmente cooperou para a formação estética dos diretores analisados (DA SILVA, 2012).

Complementando o conceito de metamix, o autor refere-se à transformação

da cultura mediada por computador e destaca como os computadores têm permitido a simulação de uma ampla variedade de formas artísticas e meios de comunicação. O principal exemplo citado no texto são as animações gráficas (“motion graphics”), e como elas evidenciam a metamixagem e como esses elementos passaram a compor a estética vigente. Esse elemento não passa despercebido nos videoclipes dos diretores analisados, que tem quase como uma assinatura ao final de seus videoclipes uma animação de texto com o nome da música ou com o nome dos diretores, remetendo a uma estética *old-school*, com influências da era MTV de videoclipes e da linguagem do cinema (DA SILVA, 2012).

16

FIGURAS 3,4, 5 E 6 – ASSINATURA FINAL ALASKA FILMES



FONTE: (“Duda Beat feat. Trevo - Nem Um Pouquinho (Clipe Oficial)”, 2021), (“Luísa Sonza, Pablo Vittar, Anitta - MODO TURBO (Clipe Oficial)”, 2020), (“Tove Lo - No One Dies From Love (Official Music Video)”, 2022), (“Tove Lo - Are U gonna tell her?”, 2020).

Partindo de uma perspectiva estética, visando à compreensão dos elementos presentes nos videoclipes. A busca pela identificação de padrões e tendências na produção de videoclipes, dentro do contexto da cultura digital remix e infoestética, é norteadada por uma análise crítica que se estende às camadas simbólicas e conceituais incorporadas às obras. Além disso, a metodologia inclui uma revisão da literatura sobre cibercultura-remix e linguagem infoestética. Buscando conectar as observações empíricas dos videoclipes com as percepções teóricas.

17

3 ANÁLISE

3.1 LUÍSA SONZA, PABLO VITTAR, ANITTA - MODO TURBO (CLIFE OFICIAL)

"Modo Turbo", colaboração entre Luísa Sonza, Pablo Vittar e Anitta, celebra o empoderamento e a liberdade através de uma letra cheia de metáforas de velocidade e potência, trazendo um ritmo frenético que dita o andamento da produção audiovisual. O videoclipe de Modo Turbo (2020), dirigido pelo duo Alaska e lançado em dezembro de 2020, é notável por sua fusão de elementos emblemáticos dos videoclipes do Funk brasileiro com uma estética que reverbera fortemente a influência dos jogos de fliperama clássicos. Essa abordagem resulta em uma experiência visual envolvente, que cativou um amplo público e gerou mais de 200 milhões de visualizações no YouTube², demonstrando seu impacto e popularidade. Na década de 70, surgiu uma nova ramificação dos jogos arcade: os jogos eletrônicos. O primeiro jogo desse tipo foi Computer Space, lançado em 1971 pela Nutting Associates. Embora não tenha sido um grande sucesso, ele abriu caminho para o desenvolvimento de Pong pela Atari, um jogo tão bem-sucedido que destacou as vantagens dos arcades eletrônicos sobre os mecânicos, como o Pinball, devido à sua simplicidade de produção e menor custo. Com esses benefícios, os arcades eletrônicos entraram na Era de Ouro nos EUA, culminando no lançamento de Pac-Man em 1980, que gerou um bilhão de dólares em seu primeiro ano. No entanto, o crash (crise dos jogos eletrônicos) de 1983 levou a um declínio na popularidade desses jogos. Nos anos 90, o lançamento de Street Fighter II e Mortal Kombat renovou o interesse pelos arcades, sustentando a popularidade dos estabelecimentos dedicados a esses jogos. (THE VERGE, 2013, apud. MAHON NETO, 2023)

Os jogos de luta começaram a se destacar nos fliperamas dos anos 70 e 80 com inovações que moldaram o gênero. Inicialmente, os títulos eram bastante simples, como "Knight in Armor" (1976) e "Heavyweight Champ" (1976), que introduziram o conceito de combate controlado por joystick e botões. Esses primeiros jogos frequentemente utilizavam gráficos rudimentares e mecânicas básicas, refletindo as limitações tecnológicas da época (LIMA, 2019).

À medida que os anos 80 avançavam, os jogos de luta começaram a incorporar gráficos mais sofisticados e mecânicas de jogo mais complexas. "Karate Champ" (1984) foi pioneiro ao introduzir combos e diferentes estilos de luta,

² Visualizações contabilizadas em 19 de novembro de 2023.

enquanto "Street Fighter" (1987) estabeleceu padrões com seu sistema de golpes especiais e múltiplos personagens. A transição para gráficos em 3D, como em

"Virtua Fighter" (1993), marcou uma mudança significativa, oferecendo uma nova dimensão de imersão e complexidade. Os avanços tecnológicos continuam com "Tekken" (1994) e "Mortal Kombat" (1992), que trouxeram avanços na profundidade visual e na variedade de movimentos, criando experiências mais envolventes e dinâmicas (LIMA, 2019).

Os jogos de luta evoluíram de representações bidimensionais simples para ambientes tridimensionais detalhados, refletindo um crescimento na capacidade técnica dos fliperamas e uma maior ambição estética. A introdução de gráficos tridimensionais e movimentos mais fluidos nos anos 90 e 2000 trouxe uma nova camada de realismo e complexidade, destacando-se como marcos importantes no desenvolvimento visual do gênero (LIMA, 2019).

FIGURAS 7 E 8 – TEKKEN 7



FONTE: Tekken 7

FIGURAS 9 E 10 – REFERÊNCIAS AOS JOGOS DE LUTA EM MODO TURBO





FONTE: Modo Turbo (2020)

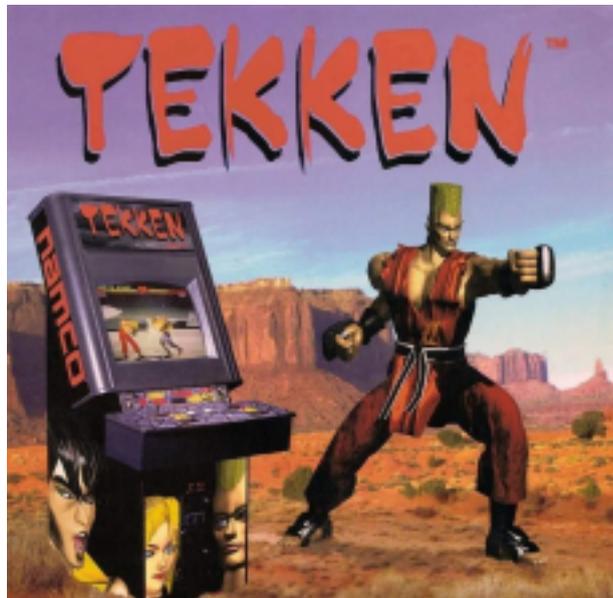
Os jogos de dança arcade ganharam destaque com Dance Dance Revolution (1998), da Konami, que revolucionou o gênero com suas plataformas metalizadas e

19

comandos de setas sincronizados com a música, alcançando sucesso global e gerando mais de 90 versões até 2005. Esse jogo foi fundamental para popularizar o gênero, introduzindo uma jogabilidade inovadora que inspirou outros títulos, como Pump It Up (1999) e EZ2Dancer. Esses jogos, junto com In The Groove, ajudaram a consolidar o gênero de dança arcade, preparando o terreno para o sucesso futuro de Just Dance (TechTudo, 2022).

FIGURAS 11 E 12 – DANCERUSH STARDOM E TEKKEN (VERSÃO ARCADE)





FONTE: Imagem da internet (autor desconhecido) e Bandai Namco - Tekken A direção do vídeo incorpora os movimentos de dança e a energia frenética do Funk brasileiro, ao mesmo tempo em que pinta um cenário visual que evoca a nostalgia dos jogos de fliperama e animes, com suas cores e figurinos vibrantes. O sucesso do videoclipe, que conta com mais de três milhões de curtidas no Youtube³, atesta sua capacidade de conectar-se com o público, que demonstrou grande apreço por essa fusão de referências culturais e visuais, tornando-o um marco na carreira das cantoras.

³ Curtidas contabilizadas em 19 de novembro de 2023.



FONTE: Modo Turbo (2020)

Na narrativa, Luisa, Anitta e Pablo descobrem um arcade de dança abandonado, onde se reúnem para dançar. Durante essa experiência, elas passam por uma transformação mágica, adquirindo superpoderes. Agora, equipadas com essas novas habilidades, elas devem enfrentar um robô dançarino em uma batalha de coreografias, que ao aparecer em formato de holograma evidencia a tese de Manovich (2001) a respeito da utilização da computação gráfica, usada para reforçar a estética inspirada nos games e futurismo.

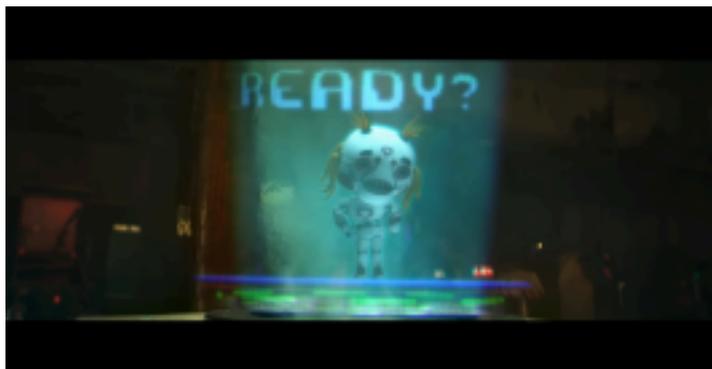
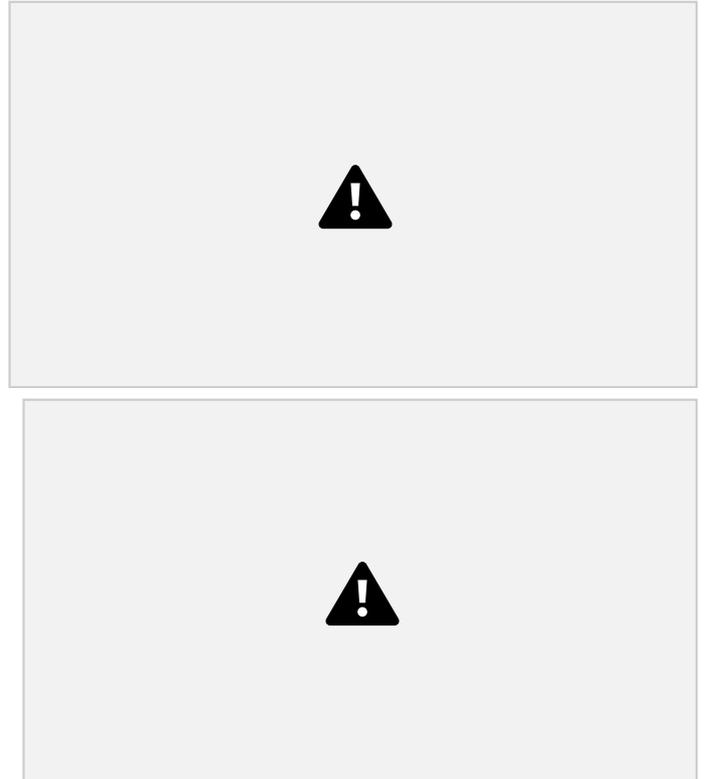


FIGURA 15 – HOLOGRAMA EM MODO TURBO

FONTE: Modo Turbo (2020)

Na sequência, podemos comparar a semelhança entre algumas cenas do videoclipe de Luísa Sonza com a estética presente na série americana Power Rangers (1993), que nos frames comparados utilizam de um fundo que remete a uma galáxia, com efeitos visuais que passam um aspecto de brilho ao personagem

FIGURAS 16 E 17 – POWER RANGERS E MODO TURBO



FONTE: Power Rangers (1993) e Modo Turbo (2020)

Apesar de estarmos comparando frames simples, o vídeoclipe inteiro das estrelas pop brasileiras traz elementos que lembram muito a franquia popular no Brasil “Power Rangers” (1993), série estadunidense que importou o formato da série de televisão japonesa “Super Sentai” (1975). Tudo isso nos evidencia a pastiche proposta por Jameson, como um pilar da criatividade no pós-modernismo:

Daí, repetimos, o pastiche: no mundo em que a inovação estilística não é mais possível, tudo o que restou é imitar estilos mortos, falar através de máscaras e com as vozes dos estilos do museu imaginário. Mas isto significa que a arte pós-moderna ou contemporânea deverá ser arte sobre a arte de um novo modo; mais ainda, isto significa que uma de suas mensagens essenciais implicará necessariamente a falência da estética e da arte, a falência do novo, o encarceramento no passado. (Jameson, 1985, p. 3)

A direção do clipe evoca a nostalgia dos fliperamas dos anos 90, ao mesmo tempo em que celebra a fusão de elementos visuais e narrativos distintos. Essa abordagem não apenas enriquece a experiência audiovisual, mas também exemplifica a utilização do pastiche como um recurso criativo no pós-modernismo, reafirmando a relevância das influências culturais em produções contemporâneas.

3.2 DUDA BEAT FEAT. TREVO - NEM UM POUQUINHO (CLÍPE OFICIAL) "Nem Um Pouquinho" de Duda Beat, cantora pernambucana, em parceria com Trevo, aborda as complexidades de um relacionamento desequilibrado, onde o amor e o carinho não são plenamente correspondidos. A letra revela a luta interna de uma pessoa que, mesmo consciente da falta de valor emocional do parceiro, ainda deseja oferecer afeto.

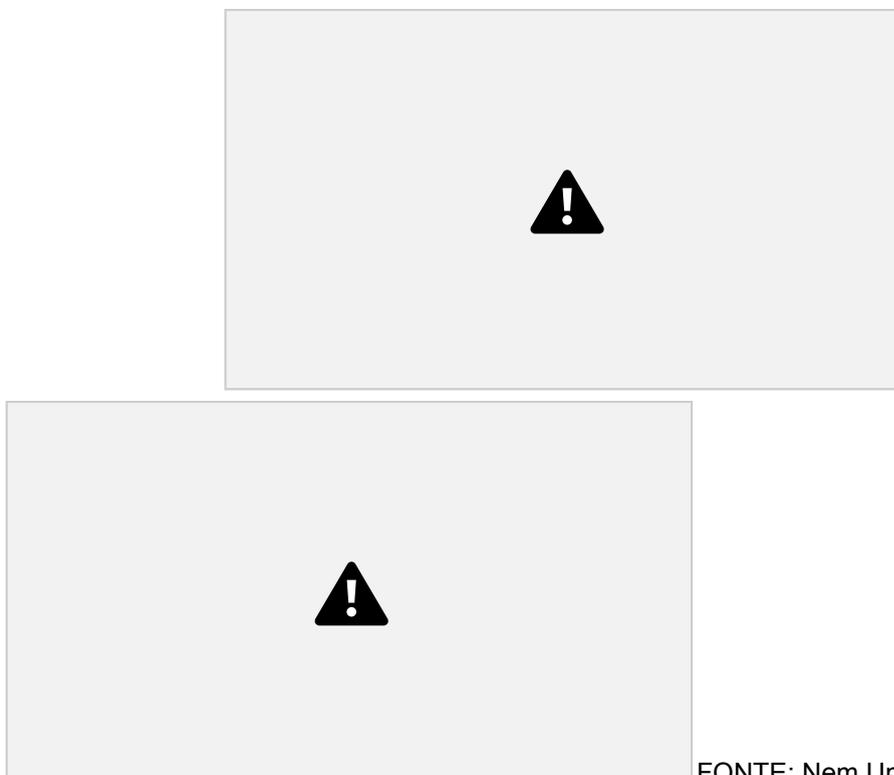
O videoclipe de "Duda Beat feat. Trevo - Nem Um Pouquinho (Clípe Oficial)"

22

(2021), é uma grande miscelânea de influências que abrangem desde o gênero western cinematográfico até elementos futuristas, toques contemporâneos do TikTok e uma homenagem ao clássico "E.T. O Extraterrestre", juntamente com outras alusões à cultura pop. Seu lançamento ocorreu em junho de 2021, e desde então, acumulou mais de seis milhões de visualizações⁴.

Olhamos principalmente para Ícones do Bug do Milênio, início dos anos 2000, estética cyber punk, caos futurista. Para os looks da Duda, minha intenção foi deixar tudo com acabamento desgastado, desfiado e surrado, misturando isso com pontos de brilhos nos bordados, e acessórios mais fortes. Acabamos flertando com a estética das bandas de Glam Rock", explica Leandro Porto, stylist da cantora. (Rota Cult, 2021)

FIGURAS 18 E 19 – NEM UM POUQUINHO



FONTE: Nem Um Pouquinho (2021)

Essa diversidade de referências enriquece o clipe, proporcionando uma experiência visual e temática que ressoa com uma ampla audiência, enquanto

demonstra a capacidade de transcender barreiras culturais e temporais. Um dos principais marcos da estética cyberpunk no audiovisual é a obra de Ridley Scott, “Blade Runner” (1982), como também sua sequência, Blade Runner 2049 (2017), dirigida por Denis Villeneuve.



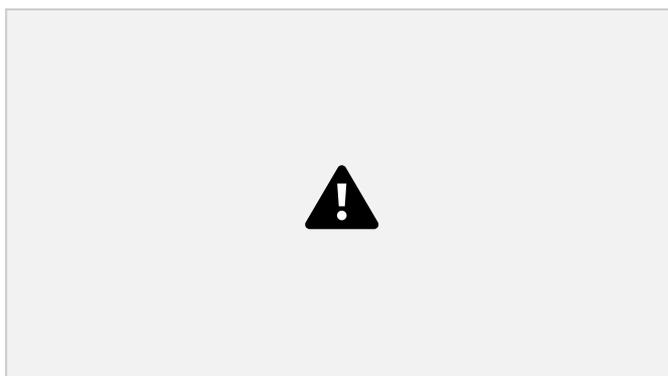
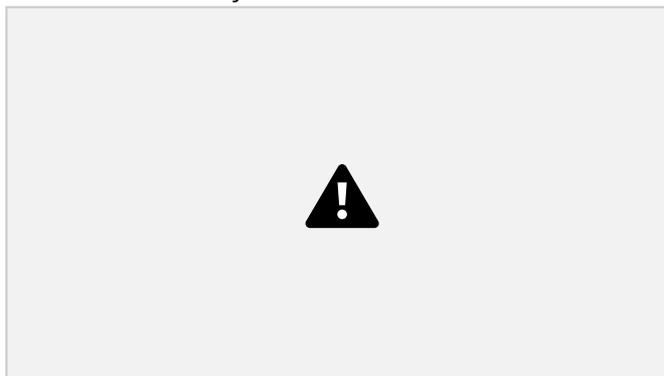
FIGURAS 20 E 21 – BLADE RUNNER

FONTE: Blade

Runner (1982)

⁴ Visualizações contabilizadas em 19 de novembro de 2023.

FIGURAS 22 E 23 – COMPOSIÇÕES INSPIRADAS NA ESTÉTICA CYBERPUNK



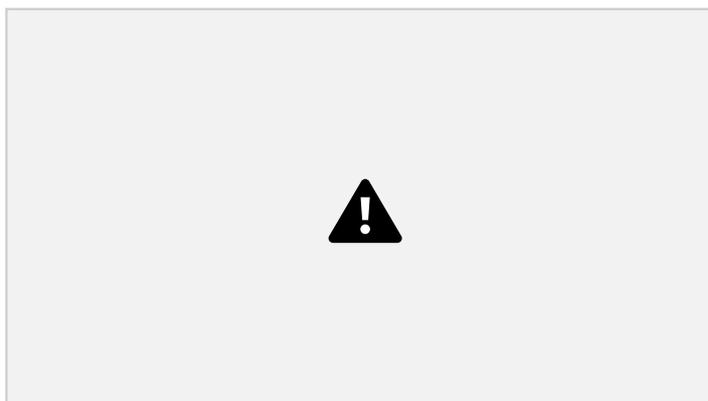
FONTE: Nem Um Pouquinho (Clípe Oficial)

(2021)

Além disso, no videoclipe de Duda Beat, é possível perceber a aplicação da tese de Lemos (2005) através da utilização da interface do aplicativo TikTok e da referência à cena icônica do filme "E.T. O Extraterrestre" (1982). A reinterpretação dessa cena, com a performance do cantor Trevo e outros ciclistas, demonstra como as referências cinematográficas clássicas são integradas em um contexto moderno e

digital, exemplificando a hibridização cultural discutida por Lemos e a influência das mídias contemporâneas na produção audiovisual.

FIGURA 24 – INTERFACE DO APLICATIVO TIKTOK EM HOLOGRAMA

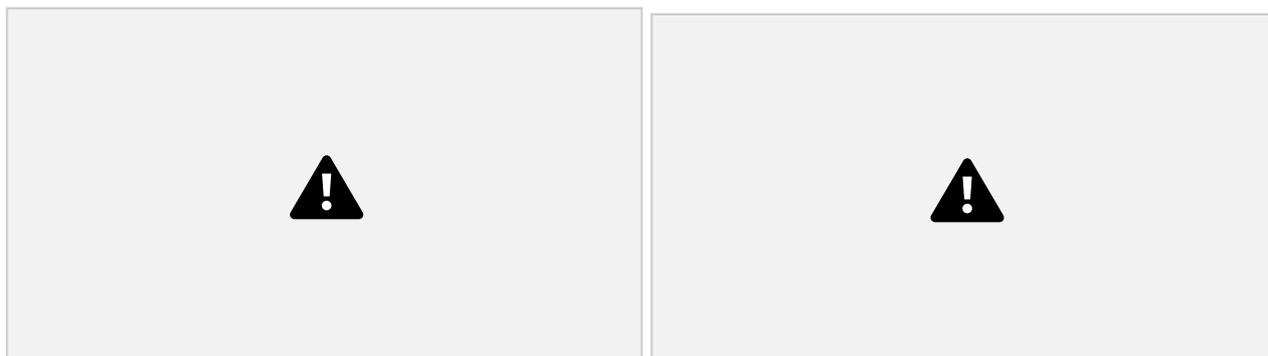


FONTE: Nem Um Pouquinho (Clípe Oficial) (2021)

Dentre diversas referências, destaco a evidente alusão ao blockbuster de Spielberg, E.T. O Extraterrestre (1982) e sua clássica cena onde os personagens estão enquadrados em cima de uma bicicleta voadora, em um contra-luz com a lua, cena tão marcante que se tornou a logomarca da Amblin Entertainment, produtora fundada pelo diretor e produtor Steven Spielberg. É evidente que as cenas possuem diferenças, em “Nem um Pouquinho”, a paisagem não se trata mais de uma floresta, mas sim de uma cidade. A paleta de cores, o posicionamento e enquadramento dos personagens também não seguem perfeitamente a referência, e além disso, a quantidade de personagens e bicicletas que participam da cena também não.

24

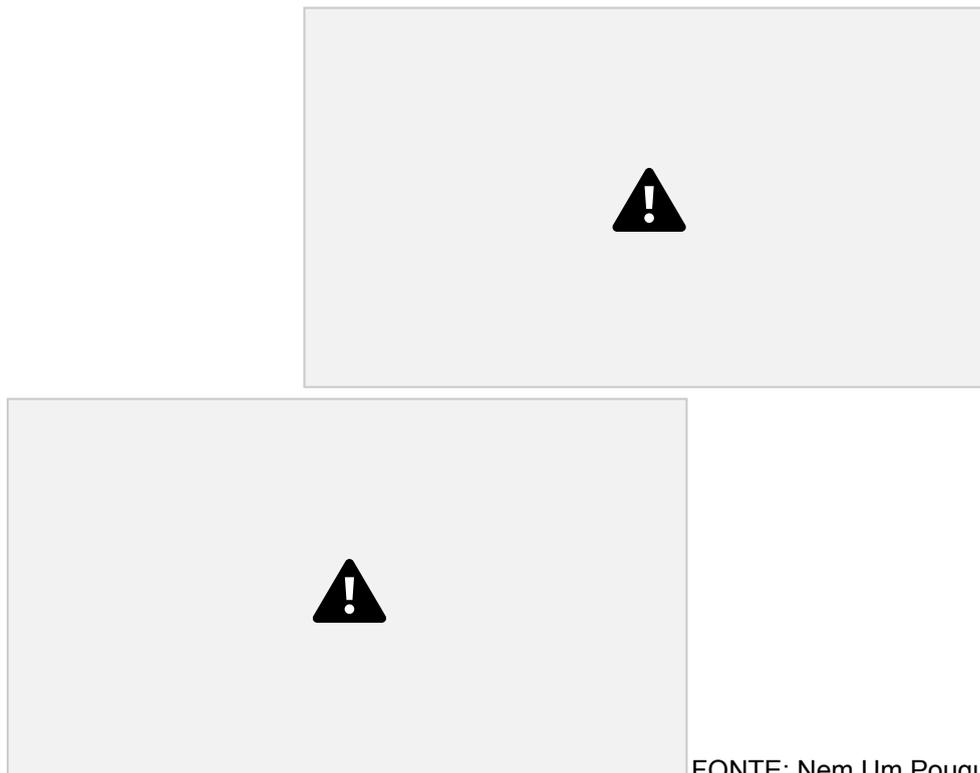
FIGURAS 25 E 26 – E.T. DE STEVEN SPIELBERG E NEM UM POUQUINHO



FONTE: E.T. O Extraterrestre (1982) e Nem Um Pouquinho (Clípe Oficial) (2021) Com isso, eventualmente, um indivíduo pouco antenado nos clássicos do cinema dos anos 80 pode acreditar que a cena da bicicleta se originou no clipe de Duda Beat, por exemplo, pois o fazer artístico no pós-modernismo e na cultura digital se baseia em uma lógica recombinante. A utilização constante de pós-produção em suas obras, onde dentre outros efeitos, é utilizada para alterar a aparência dos olhos dos personagens, como também cria uma metamorfose cyberpunk entre Duda Beat e

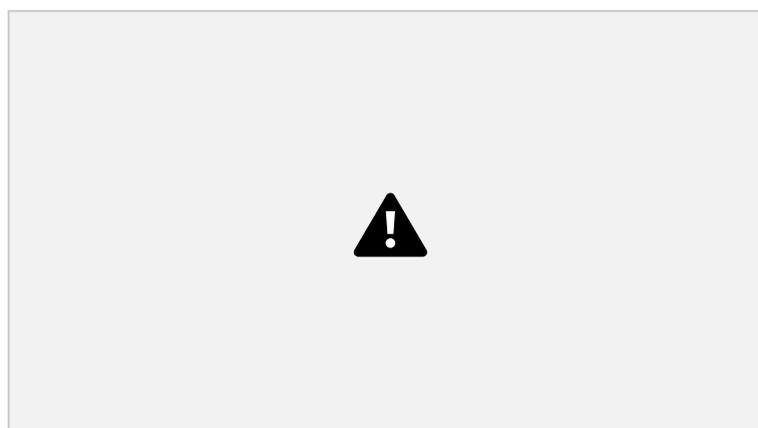
Trevo, o que exemplifica a abordagem contemporânea na manipulação da estética visual, inspirada no cinema de ficção científica e fantasia.

FIGURAS 27 E 28 – EFEITOS ESPECIAIS CYBERPUNK EM NEM UM POUQUINHO



FONTE: Nem Um Pouquinho (Clipes Oficial) (2021)
25

FIGURA 29 – PLANO DETALHE EM OLHO HUMANO COM MANIPULAÇÃO ESTÉTICA EM BLADE RUNNER



FONTE: Blade Runner (1982)

3.3 TOVE LO - ARE U GONNA TELL HER? FT. ZAAC

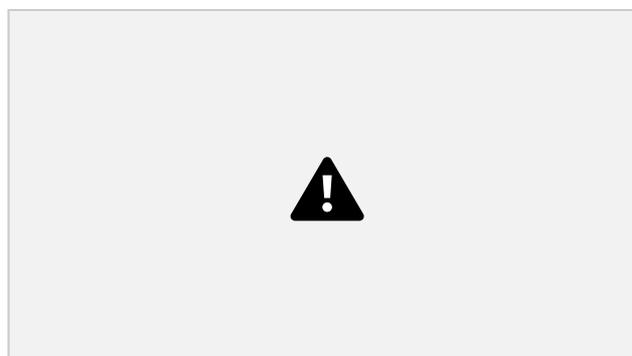
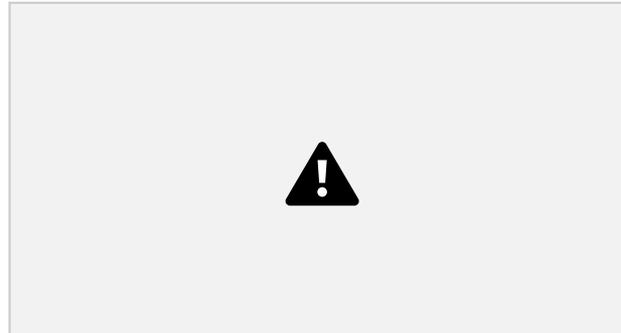
"Are U Gonna Tell Her?" de Tove Lo, com participação de MC Zaac, explora a tensão de um encontro noturno carregado de desejo e as implicações morais subsequentes. A letra descreve uma paixão que envolve infidelidade, questionando se a verdade será revelada à terceira pessoa envolvida. A contribuição de MC Zaac adiciona uma camada brasileira à narrativa, enfatizando a atração e o jogo de

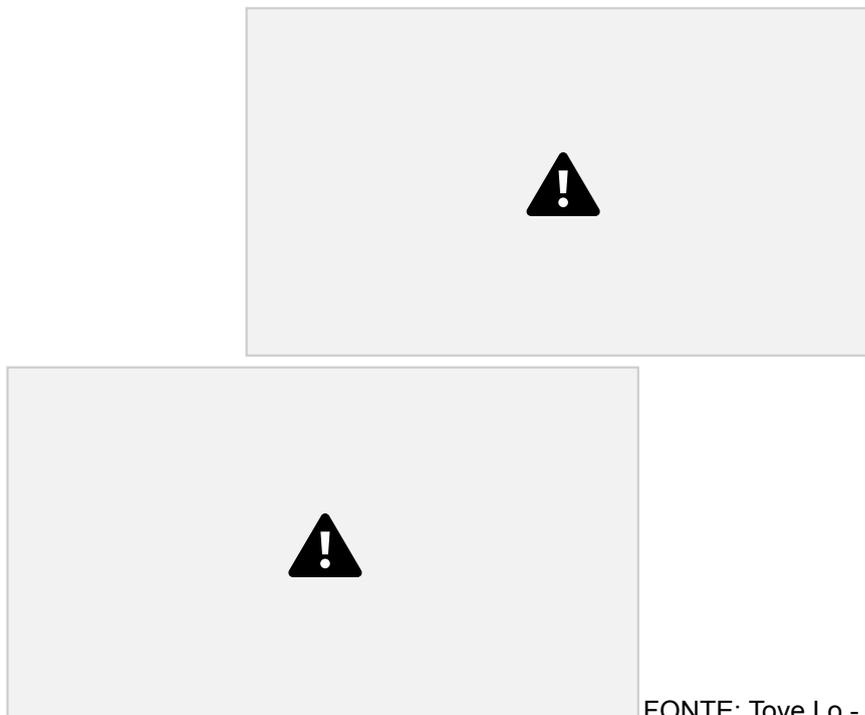
sedução que dominam a interação.

Com a colaboração especial de Zaac, um renomado artista do cenário do funk brasileiro, a escolha de Tove Lo para os diretores do videoclipe recaiu sobre a dupla. Lançado em 29 de janeiro de 2020, o clipe cria uma fusão entre o estilo pop da cantora sueca com o funk característico de Zaac, que conta atualmente com mais de 11 milhões de visualizações no Youtube⁵. O cenário do clipe é no Brasil, em um restaurante flutuante com luzes coloridas, resultando em uma atmosfera, que segundo Marco Lafer em entrevista ao canal Bolovo no Youtube, busca combinar elementos do Pará e região Norte do Brasil com vibrantes luzes neon.

⁵ Visualizações contabilizadas em 19 de novembro de 2023.

FIGURAS 30, 31, 32 E 33 – ARE U GONNA TELL HER?





FONTE: Tove Lo - Are U gonna tell her?

(2020)

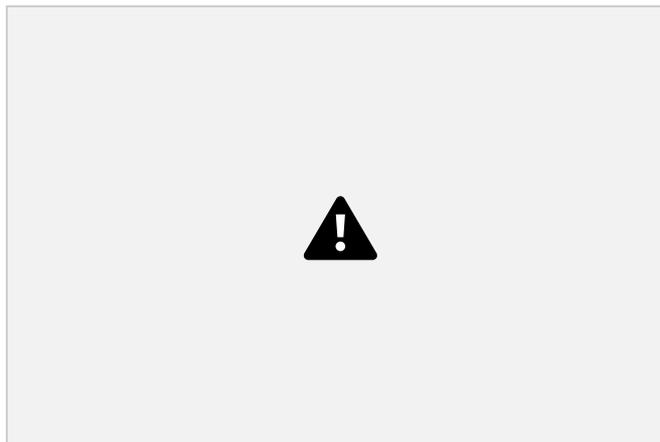
Os estudos sobre brasilidade e identidade cultural destacam a complexidade e pluralidade que caracterizam a nação brasileira. Historicamente, o Brasil passou de uma postura de inferioridade colonialista para um orgulho crescente de sua cultura e modo de ser, refletindo uma mudança significativa na percepção da identidade nacional. Essa transformação despertou o interesse de diversos estudiosos, que buscaram compreender como a brasilidade foi construída ao longo do tempo. Apesar disso, a identidade nacional brasileira permanece indefinida e aberta a múltiplas interpretações, dada a natureza híbrida e regionalmente diversa do país. Em um cenário de globalização, a brasilidade é vista não como uma entidade fixa, mas como um processo contínuo de autoconhecimento e representação, permitindo ao Brasil reivindicar seu lugar no contexto global (Saboia, 2016).

No videoclipe, a escolha de um restaurante flutuante como cenário vai além da simples ambientação, remetendo à cultura ribeirinha característica da região Norte do Brasil. Essa escolha evoca a vida das comunidades que dependem dos rios para transporte, moradia e comércio, estabelecendo um paralelo com o cotidiano da Amazônia, onde a relação com a natureza é central. A representação de um espaço flutuante, ainda que ambientado em São Paulo, reflete não apenas uma conexão com o meio ambiente, mas também uma estética arquitetônica que respeita e se adapta às condições naturais. Assim, o videoclipe combina elementos

locais, como a cultura nortista e sua relação com as águas, com a narrativa global,

criando uma síntese entre o regional e o internacional.

FIGURA 34 – RESTAURANTE FLUTUANTE NAUTILUS EM SÃO BERNARDO DO CAMPO, LOCAÇÃO DO VIDEOCLÍPE DE ARE U GONNA TELL HER



FONTE: Alberto Rocha - Folha de São Paulo, 2018.

O videoclipe se destaca pela sua atmosfera brasileira, apresentando mesas de bar típicas da América Latina, estilos e coreografias de funk que incorporam a energia e a vivacidade desse gênero musical. Além disso, a escolha de gravar em película de 16mm confere ao videoclipe uma estética vintage e clássica à produção. Um momento memorável do clipe é uma cena em que o casal está em chamas, tornando a experiência visual mais impactante a partir dos efeitos visuais.

3.4 TOVE LO - NO ONE DIES FROM LOVE (OFFICIAL MUSIC VIDEO) "No One Dies From Love" de Tove Lo é uma expressão da dor e confusão que seguem o fim de um relacionamento amoroso. A letra usa metáforas para questionar o ditado que diz que ninguém morre de amor, sugerindo que a dor é tão profunda que parece mortal. O videoclipe de Tove Lo - No One Dies From Love (Official Music Video), lançado em 3 de maio de 2022, é descrito por Marco Lafer, membro do duo Alaska, em uma entrevista ao Canal Curta! (2022) no YouTube, como uma história de amor ambientada em um mundo de ficção científica retrô, que atualmente conta com quase 20 milhões de visualizações no Youtube⁶. A locação onde foram realizadas as gravações é uma residência com uma arquitetura que complementa a estética retro-futurista do vídeo.

Nesse clipe, Tove Lo interpreta uma famosa estrela do cinema que encontra o amor na encomenda de um robô, que faz companhia em muitos momentos da vida

⁶ Visualizações contabilizadas em 19 de novembro de 2023.

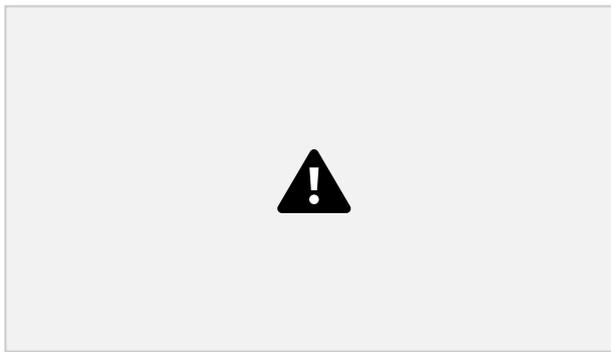
da personagem e aparenta ter consciência da própria existência. No entanto, há uma

reviravolta na história, já que esse amor tem um prazo de validade até a próxima geração do robô.

No videoclipe de "No One Dies From Love", assim como em muitas obras de sci-fi, as relações entre humanos e máquinas são exploradas por meio de conceitos marxistas, como fetichização e reificação, como uma crítica ao capitalismo tardio. O robô que faz companhia à protagonista se torna uma mercadoria fetichizada, onde, como descrito por Marx, a mercadoria assume um valor que vai além de sua utilidade material, gerando um vínculo emocional entre o humano e o objeto inanimado (Lachowski, 2023). A protagonista do clipe se apaixona pelo robô, exemplificando como o capitalismo transforma produtos em objetos de desejo, mesmo que eles sejam apenas "coisas" programadas.

FIGURAS 35, 36, 37 E 38 – NO ONE DIES FROM LOVE





Love (2022)

FONTE: Tove Lo - No One Dies From

A reificação, por sua vez, que transforma relações humanas em relações entre coisas, também está presente. O amor da protagonista é interrompido pela nova geração do robô, evidenciando como, no capitalismo, até os vínculos mais íntimos podem ser descartados e substituídos. O processo de desumanização da protagonista ao lidar com o robô reflete a indiferença típica da reificação, onde o

29

outro é tratado como uma mercadoria. A ficção científica, como notado por outros autores, utiliza esses temas para explorar as angústias humanas em uma sociedade onde a tecnologia e o consumo prevalecem, refletindo o impacto do capitalismo sobre as relações e sobre o papel das máquinas como extensão dessas dinâmicas (Lachowski, 2023). Um exemplo desse debate no cinema se dá no filme *Her* (2013), dirigido por Spike Jonze, que retrata a relação amorosa de um homem solitário com um sistema operacional baseado em inteligência artificial.

O videoclipe de Tove-Lo se destaca por sua estética nostálgica e retro-futurista e por suas coreografias envolventes. O clipe também se destaca por ser a primeira produção da Alaska Filmes realizada para uma artista internacional sem a participação de artistas brasileiros, evidenciando a ambição global da dupla.

30

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos videoclipes da Alaska Filmes, explorando a influência da pós-modernidade e suas nuances, revela a complexidade e a riqueza de referências que permeiam a produção audiovisual contemporânea. O mercado audiovisual brasileiro, em sintonia com as tendências globais, adota cada vez mais elementos que se entrelaçam com as características do pós-modernismo, como a paródia, o pastiche, a cultura digital remix, e a infoestética. Esses videoclipes não apenas dialogam com as obras e estilos que os precedem, mas também constroem novas

camadas de significado através da recombinação e recontextualização de referências culturais.

Ao revisitar o conceito de pastiche de Fredric Jameson, que sugere a falência da estética e a repetição do passado, a análise dos videoclipes da Alaska Filmes parece indicar um desvio dessa visão. Embora a estética pós-moderna se caracterize pela apropriação de estilos e referências anteriores, como apontado por Jameson, os videoclipes analisados demonstram que essa recombinação não significa uma estagnação criativa. Ao contrário, ao recontextualizar referências culturais e estéticas, os videoclipes criam novas camadas de significado, oferecendo uma visão que dialoga com o presente e o futuro. Essa releitura do passado não resulta em um mero aprisionamento nas convenções anteriores, mas sim em uma produção audiovisual que reflete a fluidez e a complexidade da cultura digital contemporânea.

No contexto pós-moderno, a paródia e o pastiche não são meramente recursos estéticos, mas instrumentos para a desconstrução de narrativas tradicionais e a criação de novas formas de expressão. Os videoclipes analisados demonstram a dinâmica da cultura digital, onde o passado e o presente se fundem em criações que desafiam a linearidade e a originalidade. Essa abordagem é especialmente relevante no mercado audiovisual brasileiro, que, em sua constante busca por inovação, encontra nesses recursos uma maneira de dialogar com a complexidade cultural do país e sua inserção no cenário global.

A natureza híbrida do videoclipe, oscilando entre a publicidade e o cinema, traz à tona questões sobre sua autonomia em relação à música. Embora inicialmente concebido como uma ferramenta de divulgação, o videoclipe ultrapassa essa função, interagindo com convenções narrativas sem, necessariamente, se restringir a contar uma história linear. Ele atua como uma camada visual que dialoga

31

com a música, reforçando sua identidade, mas também abrindo espaço para novas interpretações visuais e simbólicas. Nesse sentido, o videoclipe se posiciona como uma forma de expressão própria, que, ao mesmo tempo, está ligada à música, mas sem perder sua capacidade de engajamento visual independente.

O papel do diretor de videoclipes, que muitas vezes transita entre diferentes formatos audiovisuais, como o cinema e a publicidade, evidencia essa multiplicidade de linguagens que convivem dentro do videoclipe. A adoção de créditos ao estilo

cinematográfico ou a utilização de recursos visuais sofisticados demonstra a interconexão entre esses mundos. Esse trânsito reflete um diálogo contínuo entre a música, a imagem e o mercado audiovisual, onde o videoclipe, longe de ser apenas um apêndice da música, se torna uma plataforma complexa de comunicação visual e narrativa.

É importante destacar que esta análise não pretende esgotar ou diminuir as possíveis interpretações dos videoclipes da Alaska Filmes. Pelo contrário, o objetivo foi indicar algumas das muitas referências e camadas de significado que essas obras evocam, utilizando as teorias pós-modernas como base para essa leitura. A riqueza interpretativa dos videoclipes é vasta, e as interpretações são potencialmente infinitas, à medida que novas perspectivas teóricas e culturais emergem, permitindo que essas obras continuem a ser revisitadas e reinterpretadas sob diferentes ângulos.

Portanto, ao considerar as influências da pós-modernidade, a paródia, o pastiche, a cultura digital remix e a infoestética nos videoclipes da Alaska Filmes, podemos compreender melhor como essas produções refletem e contribuem para o mercado audiovisual brasileiro, criando um diálogo contínuo entre tradição e inovação, local e global, e entre o conhecido e o inesperado.

32

REFERÊNCIAS

ALASKA FILMES. **Duda Beat feat. Trevo - Nem Um Pouquinho (Clipe Oficial)**. 30 jun. 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qGZgSnJBilE>. Acesso em: 19 nov. 2023.

ALASKA FILMES. **Luísa Sonza, Pablo Vittar, Anitta - MODO TURBO (Clipe Oficial)**. 21 dez. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QcS9ZndErHc>. Acesso em: 19 nov. 2023.

ALASKA FILMES. **O Terno - Ai, Ai, Como Eu Me Iludo (clipe oficial)**. 13 maio 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LIDC361onUs>. Acesso em: 19 de novembro de 2023.

ALASKA FILMES. **Tove Lo - Are U gonna tell her? ft. ZAAC**. 29 jan. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RQweYwfEtmw>. Acesso em: 19 de novembro de 2023.

ALASKA FILMES. **Tove Lo - No One Dies From Love (Official Music Video)**. 03 maio 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CMWLX0KXwF4>. Acesso em: 19 de novembro de 2023

BLADE RUNNER. Direção de Ridley Scott. Produção: Michael Deeley. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 1982.

BLADE RUNNER 2049. Direção de Denis Villeneuve. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 2017.

CANAL CURTA! **POR TRÁS DO VÍDEO | DUO ALASKA.** 09 de maio de 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CpMzj3HECtk>. Acesso em: 24 de novembro de 2023.

DA SILVA, C. I. **A era da infoestética** – entrevista com Lev Manovich. Lumina, v. 6, n. 1, 22 jun. 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21019>. Acesso em: 16 de novembro de 2023.

E.T. O EXTRATERRESTRE. Direção de Steven Spielberg. Estados Unidos: Universal Pictures, 11 jun. 1982.

HER. Direção de Spike Jonze. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 2013.

JAMESON, F. Pós-modernidade e sociedade de consumo. **Novos estudos CEBRAP**, v. 12, p. 16–26, 1985. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/6523270/mod_folder/content/0/JAMESON%2C%20F.%20P%2C%20B3s-Modernidade%20e%20Sociedade%20de%20Consumo.pdf. Acesso em: 29 de julho de 2024.

JUNE, L. For Amusement Only: the life and death of the American arcade. **THE**

33

VERGE, 16 jan. 2013. Disponível em: <https://www.theverge.com/2013/1/16/3740422/the-life-and-death-of-the-american-arcade-for-amusement-only>. Acesso em: 06 de agosto de 2024.

LACHOWSKI, V. F. (2023). **ET com ET, robô com robô: o consumo do outro na ficção científica a partir da alteridade, reificação, fetichização, alienação e teoria crítica.** Arte, Literatura e Gênero Na Cultura Pop.

LEMOS, A. Ciber-cultura-remix. 2005. Disponível em: https://www.hrenatoh.net/curso/textos/andrelemos_remix.pdf. Acesso em: 08 de novembro de 2023.

LEMOS, A. **Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores.** [s.l.] Editora Contexto, 2022.

LIMA, M. E. A. DE. **Análise comparativa de jogos de luta: o caso Street fighter.** Universidade Federal do Rio Grande do Norte, , 2 dez. 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/38110>. Acesso em: 6 de agosto de 2024.

MAHON NETO, J. S. **PORQUE AS PESSOAS PARARAM DE USAR ARCADE?** Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Design) - Universidade Federal de

Pernambuco, Caruaru, 2023., 11 maio 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/52469>. Acesso em: 06 de agosto de 2024.

MEIO & MENSAGEM. **Especial Talento 2019 - Direção de Filmes**. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/talento/melhores-producao-publicitaria/2019>. Acesso em: 20 nov. 2023.

MEIO & MENSAGEM. **Especial Talento 2023 - Direção de Filmes**. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/talento/melhores-producao-publicitaria/direcao-de-filmes/ano-2023>. Acesso em: 20 nov. 2023.

Os novos olhares do audiovisual I Episódio 11: Alaska | Meio & Mensagem. , 3 maio 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ORHRpwqcCj4>. Acesso em: 20 de novembro de 2023.

ROCHA, Alberto. Folhapress. Restaurantes flutuantes na Billings - Folha de São Paulo, 7 de junho de 2018. Disponível em: <https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/1602078393051260-restaurantes-flutuantes>. Acesso em: 10 de setembro de 2024.

ROTA CULT. **“Nem Um Pouquinho”, de Duda Beat, ganha clipe, com direito a reflexão.** *Rota Cult*, 30 jun. 2021. Disponível em: <https://rotacult.com.br/2021/06/nem-um-pouquinho-de-duda-beat-ganha-clipe-com-direito-a-reflexao/>. Acesso em: 19 de novembro de 2023.

SABAN, Haim; LEVY, Shuki. **Power Rangers (série de televisão)**. 28 ago. 1993.

34

SABOIA, P. . Brasilidade e identidade nacional. Tríades em Revista: Transversalidades, Design e Linguagens, [S. l.], v. 2, p. 1–14, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/triades/article/view/42695>. Acesso em: 3 set. 2024.

SOUZA, A. Jogos de dança: conheça 10 clássicos que vieram antes de Just Dance. *TechTudo*, 21 jun. 2022. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2022/06/jogos-de-danca-conheca-10-classicos-que-vieram-antes-de-just-dance.ghtml>. Acesso em: 06 de agosto de 2024.

SUPER SENTAI (série de televisão). TV Asahi, 1 abr. 1975.

TEKKEN 7 (jogo eletrônico). Bandai Namco Entertainment, 2016.