



## **Interações da Publicidade e Propaganda no videoclipe: O merch music em *Telephone* da cantora Lady Gaga<sup>1</sup>**

Jessica NIEHUES<sup>2</sup>

Thamara BEZERRA<sup>3</sup>

Rafael Jose BONA<sup>4</sup>

### **RESUMO**

Este trabalho tem por objetivo estudar as interações da Publicidade e Propaganda em videoclipes. A partir disso é analisado o comportamento da cantora Lady Gaga diante das ações de merchandising em *Telephone*. Para isso, foi estudado o merchandising no vídeo em questão, além de breves apontamentos sobre a cantora por meio de uma pesquisa exploratória realizada por intermédio de fontes secundárias retiradas de livros, pesquisas científicas e internet. Após análise do videoclipe, pode-se observar que o merchandising, ou merch music foi utilizado de maneira satisfatória na trama, principalmente nos momentos em que a cantora interage com os produtos, pois em todos eles há uma intertextualização entre o produto e a história vivida pela personagem.

**PALAVRAS-CHAVE:** Publicidade e Propaganda; Videoclipes; Música; Merchan Music.

### **INTRODUÇÃO**

O cinema, a televisão e a internet têm sido excelentes ferramentas para quebras de paradigmas e estereótipos impostos pela sociedade ao longo dos anos, uma vez que são responsáveis pela criação de linguagens e comportamentos. A televisão, por si só, permitiu maior alcance de seu público, visto que, tornou-se uma mídia de fácil acesso e proporcionou variedade simultânea para seus telespectadores. De acordo com Lopes, Marques e Lisboa Filho (2010) as mídias possuem grande poder de controle sobre a sociedade, provocando grandes transformações no cotidiano de cada indivíduo.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no II – Publicidade e Propaganda do XII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 26 a 28 de maio de 2011.

<sup>2</sup> Acadêmica do 7º período de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí). E-mail: [jessicaniehues@hotmail.com](mailto:jessicaniehues@hotmail.com)

<sup>3</sup> Acadêmica do 7º período de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí). E-mail: [thamara\\_bp@hotmail.com](mailto:thamara_bp@hotmail.com)

<sup>4</sup> Orientador da pesquisa. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí) e FURB (Universidade Regional de Blumenau). Mestre em Educação (FURB), Especialista em Fotografia (UNIVALI) e Cinema (UTP), Graduado em Publicidade e Propaganda (FURB). E-mail: [bona.professor@gmail.com](mailto:bona.professor@gmail.com)



As novas personificações audiovisuais acarretam uma infinidade de mudanças e influências na mídia, sendo responsável pela abertura de portas para outros meios ousarem de tal maneira, como nas produções de videoclipes de ídolos pop. Podem ser destacadas diversas personalidades na cultura pop; esta que é considerada um reflexo da sociedade.

Uma figura marcante na cultura pop que esteve à frente de muitas polêmicas, responsável pelo rompimento de padrões de comportamento em suas músicas e produções audiovisuais foi a cantora Madonna, que se construiu com a ajuda de seus videoclipes. Na concepção de Barros e Bona (2010) a Rainha do Pop, com quase trinta anos de carreira e com milhões de discos vendidos, foi peça importante na construção do pós-feminismo nos anos 1980. O reflexo dessa carreira notável serve hoje de inspiração para cantoras pop da nova geração, tal como Lady Gaga que começou sua carreira escrevendo músicas para grandes artistas. Para o diretor de videoclipes Jonas Akerlund, em entrevista para a MTV News (2010), Gaga já pode ser vista como a nova Madonna.

As produções audiovisuais de Lady Gaga tornaram-se destaques em todo mundo. Em um dos seus últimos trabalhos, o videoclipe *Telephone*, em cinco meses atingiu quase oitenta milhões de visualizações apenas na página do Youtube<sup>5</sup>. Tal é a influência dessas produções que os videoclipes tornaram-se uma mídia de grande lucro, que vem ganhando cada vez mais mercado, já que os espectadores são expostos às marcas anunciantes com uma frequência muito maior do que em outras mídias. O *merchan music* – termo citado por Chartie, jornalista da revista *Superinteressante* na Edição 277 (abril 2010) - trata-se de uma exposição de determinada marca ou produto sem que a integridade artística seja rompida. Tal é esta percepção que foi levantado o questionamento de como a cantora se comporta diante de um *merchan music* e como tal é inserido dentro de uma produção.

É pertinente para a área de Publicidade e Propaganda manter-se atualizada nas novas mídias e ferramentas que as mesmas disponibilizam para a comunicação e como estes porta vozes da cultura pop podem influenciar e acrescentar no uso das mesmas. A

---

<sup>5</sup> LadyGagaVEVO. Lady Gaga - Telephone ft. Beyoncé Disponível em:  
<[www.youtube.com/watch?v=EVBsypHzF3U](http://www.youtube.com/watch?v=EVBsypHzF3U)> Acessado em 14 de Setembro de 2010



partir disso, o objetivo deste trabalho é analisar o uso do *tie-in*<sup>6</sup> ou *merchan music* no videoclipe *Telephone* da cantora Lady Gaga.

## MERCHANDISING NO AUDIOVISUAL

A publicidade e propaganda vem se inovando cada vez mais e com isso é possível encontrar novas mídias espalhadas pelas ruas, e o merchandising é uma delas. Há diferentes tipos de merchandising, aquele que mostra a marca em cartazes e materiais no ponto de venda e aquele outro que se camufla em um cenário parecendo completamente casual – sendo este encontrando no meio audiovisual. Na visão de Ramos (1998) merchandising passou a significar participação indireta de produtos ou marcas em programas, notadamente os de televisão. Essa maneira indireta o distingue da propaganda, pois ele é apenas mostrado, ou apenas referido, em shows, entrevistas ou novelas. São produtos que aparecem em mesas-redondas, auditórios, corridas de automóveis, etc.

Esta forma de merchandising televisiva é denominada *tie-in*, que como descrito por De Simoni (1997, apud Trindade, 2007, p. 342) tem como base o conceito americano, de que a palavra *tie*, que em inglês significa “amarrar” e *in*, que quer dizer “dentro de”.

A exibição de uma marca, produto ou serviço no espaço de uma mídia não publicitária, como programas de tevê, uma telenovela, um cartaz ou um cabeçalho de jornal, por exemplo, seria entendida como propaganda *tie-in*, algo amarrado dentro de um programa ou de uma mídia não publicitária, mas que estaria funcionando como tal (TRINDADE, 2007, p. 342).

Há diferentes maneiras de inserir o *tie-in* dentro das produções. Vão desde ações mais expressivas àquelas sutis sem ressaltar algum de marca/serviço. Trindade (2007) defende quatro tipos de ações básicas, tais como: 1) menção ao produto; 2) estímulo visual; 3) demonstração e/ou explicação sobre o uso ou utilidade do produto/serviço; 4) uso simples do produto/serviço sem explicações conceituais. Independente de qual tipo de merchandising utilizado, a eficácia desta ação está diretamente ligada a um bom entrosamento com o enredo da produção em questão e sutileza, para que a mesma não agrida o público.

---

<sup>6</sup> Tie-in é um dos muitos termos dados à técnica de *Product Placement*, ou Merchandising Eletrônico como se diz no Brasil. O *merchan music* é a técnica de inserção de merchandising dentro de videoclipes musicais.



Uma técnica que tem ganhado cada vez mais destaque no *tie-in* é o *merchan music*, que trata-se de anúncios dentro de videoclipes. Essa prática tem chamado a atenção de anunciantes que buscam mostrar seu produto de maneira mais sutil e com um retorno garantido, visto que esse videoclipe além de canais televisivos como *MTV*, também é divulgado na internet tais como no canal do *Youtube*, e sites voltados para o mundo da música. Tal é o crescimento desse mercado que hoje existe uma agência especializada em venda desses espaços em produções de cantores como Akon, Mariah Carey, Britney Spears, Kanye West e Lady Gaga por exemplo (CHARTIE, 2010).

## LADY GAGA

Stefani Joanne Angelina Germanotta, mais conhecida como Lady Gaga, conquistou o cenário internacional e é a mais nova ídolo pop da atualidade. Entende-se por ídolo pop, segundo Tiburi (2010), um indivíduo que encanta as massas com a habilidade artística de que é capaz sendo seu autor ou o mero representante de uma estética inventada por publicitários e estrategistas de produtos culturais.

No caso de Gaga, com uma personalidade distinta de outras cantoras pop atuais conquistou o topo das paradas e notoriedade no mundo inteiro com seu álbum de estreia *The Fame*, lançado em 2008. Tendo influências de personalidades como Bowie e Madonna, Gaga se tornou uma miscigenação de *glam rock* e pop dos anos 80, que hoje transparece em sua música, atitude e ideais. Com formação acadêmica em artes, Gaga não só se aperfeiçoou em música como também em história da arte e seus aspectos sócio-culturais (LAUPER, 2010).

Citada como a primeira dentre os artistas mais influentes do mundo da Revista *Times* (2010), suas obras necessitam de uma análise mais profunda para o entendimento de todo o significado que ela representa. Para isso é preciso observar o conjunto, ou seja, sua *performance* como um todo, e não apenas sua música, dança ou imagem isoladamente. Em artigo para a Revista *Cult* do mês de Maio, Tiburi (2010) defende que Lady Gaga é uma *performer* que agrega em seus vídeos diversas formas artísticas que vão da música ao cinema, passando pela dança e chegando a uma relação curiosa com um aspecto inusitado da produção contemporânea nas artes visuais. Portanto, a arte de Lady Gaga capta o período vivido atualmente. Ela é mais que um ato pop, ela é uma artista de performance. Ela mesmo é a arte, é a escultura. (LAUPER, 2010).



## **TELEPHONE**

O videoclipe *Telephone* trata-se de uma maneira geral do encarceramento de Lady Gaga em uma penitenciária por um crime que a mesma teria cometido em seu videoclipe anterior chamado *Paparazzi* - na qual a cantora assassina seu namorado após ele ter abusado violentamente dela. No entanto, logo após as primeiras cenas Gaga é libertada por sua companheira, melhor amiga e cúmplice, Beyoncé, que paga a fiança e a leva rumo a um próximo crime.

A abertura do videoclipe acontece com um plano geral dos portões da penitenciária em que a cantora é presa, e levada pelas guardas para sua cela. Nesta mesma cena aparece na tela uma descrição da data, hora e local do acontecimento seguido da frase “*Prison for bitches*”, que no português significa “Prisão para vadias”, que serve como metalinguagem para as cenas mostradas em seguida na qual aparecem prisioneiras com roupas e em poses sensuais além de gestos que configuram tal definição. O comportamento de Gaga dentro da cadeia, é sempre com postura de mulher poderosa e com atitudes homossexuais que são reveladas ao beijar outra convicta.

Na metade do clipe Beyoncé liberta sua parceira e ambas seguem para o próximo crime porém, desta vez, a vingança não está nas mãos de Gaga. Em um restaurante na beira da estrada Beyoncé coloca em prática seu plano: assassinar seu namorado por envenenamento; justificado pelo ato de atitudes machistas e egoístas comuns em muitos homens. Seus motivos para o assassinato se assemelham aos de Gaga no clipe *Paparazzi*, por isso, a mesma auxilia a amiga inserindo veneno na comida que será servida ao homem em questão. Para eliminar possíveis testemunhas elas servem o mesmo a todos os fregueses do restaurante. Todos morrem, e as duas dançam e comemoram entre as vítimas com figurinos que fazem alusão à bandeira dos EUA, comum aos super-heróis americanos. Gaga e Beyoncé escapam, porém câmeras de vigilância do restaurante as flagram, e a polícia começa a persegui-las.

*Telephone* é repleto de referências a filmes de muito sucesso como *Kill Bill* e *Thelma & Louise* além, é claro, de contar com uma estética irreverente tanto na produção das locações como na criação das personagens.

A estética eleita é a da lésbica e da *pin-up*. Ambas criminosas. A primeira por ser uma forma de vida feminina que dispensa os homens, a segunda por ameaçá-los com uma estética da captura (a mulher-imagem-de-papel, a mulher “cromo”, a mulher-desenho-animado que configura o conceito do “broto”, do “pitêu”) (TIBURI, 2010).



Entre os fatores mais evidentes do videoclipe estão os figurinos de Gaga, que em cada cena mudam drasticamente, mas que se aplicam a cada momento vivido por ela na trama. Além das ações de merchandising music, que estão presentes em quase todas as cenas, e em várias delas interagem especialmente com a cantora.

## METODOLOGIA

Mediante análise de artigos científicos, livros, sites e videoclipes da cantora Lady Gaga, foi estudado o merchandising com ênfase no merchandising music. Além disso foi observado a carreira da cantora em questão e seu comportamento polêmico, visto que este é importante para compreender sua performance no videoclipe *Telephone*. O motivo de escolha do videoclipe ocorreu devido ao grande retorno obtido por parte do público. Foram 500 mil acessos no site Youtube, mais especificamente no canal Vevo, somente nas primeiras doze horas após o lançamento. Até o mês de setembro de 2010, *Telephone* ocupava a 31ª colocação no ranking do site com cerca de 85 milhões de visualizações.

Sobre a análise do vídeo foi realizado uma vídeo-decupagem do mesmo com os *frames* do clipe, descrição da cena, letra original e traduzida da música. Isso permitiu um estudo sobre o merchandising music e de que forma o comportamento da cantora pudesse ser relacionado com o mesmo.

## DECUPAGEM DO VIDEOCLÍPE TELEPHONE

Imagem	Descrição da cena	Letra original	Letra em português
	Aparecem portões da penitenciária e aparição do título do videoclipe <i>Telephone</i> .		
	Policial 1 e Policial 2 encaminham Lady Gaga até sua cela.		
	Lady Gaga entra no pátio da penitenciária, caminha entre as presidiárias com postura de “mulher-poderosa”, senta-se ao lado da Mulher 1 e as duas se beijam.		



	Na caixa de som do pátio, Lady Gaga é chamada para atender uma ligação.		
	Lady Gaga atende a ligação.	<i>Hello, hello, baby. You called, I can't hear a thing. I have got no service in the club, you see, see... Wha-Wha-What did you say? Oh, you're breaking up on me... Sorry, I cannot hear you, I'm kinda busy.</i>	Alô, Alô, Baby Você ligou, eu não consigo escutar nada Eu não tenho serviço na boate, você está vendo O-o-o Que você disse? Ah, você esta perdendo meu sinal? Desculpe, eu não consigo te escutar. Eu estou meio ocupada
	Lady Gaga dança com outras presidiárias, todas vestidas de lingerie, no corredor entre as celas.	<i>Just a second, it's my favorite song they're gonna play and I cannot text you with a drink in my hand, eh You should a made some plans with me, you knew that I was free and now you won't stop calling me, I'm kind a busy</i>	Um segundo essa é a minha música favorita e eles vão tocar e eu não consigo te enviar mensagem com uma bebida na minha mão, e... Você deveria ter feito planos comigo você sabia que eu estava livre e agora você não para de me ligar eu estou ocupada.
	Alguém paga a fiança de Lady Gaga e a mesma é solta da cadeia.		
	Lady Gaga encontra sua amiga e salvadora, Beyoncé, no carro da mesma, as duas conversam e selam um pacto mordendo o lanche que a Beyoncé segurava. As duas dirigem até uma lanchonete onde planejam sua próxima vingança.	<i>Boy, the way you blowing up my phone Won't make me leave no faster put my coat on faster leave my girls no faster I should a left my phone at home 'cause this is a disaster calling like a collector sorry, I cannot answer</i>	Garoto, o jeito que você está enchendo o meu celular não vai me fazer sair mais rápido colocar meu casaco mais rápido deixar minhas amigas mais rápido eu deveria ter deixado o meu telefone em casa pois isso é um desastre me ligando como um cobrador me desculpe, eu não posso responder
	Na lanchonete, Beyoncé encontra seu suposto namorado e vítima que demonstra ter atitudes grotescas e estúpidas, representando um estereótipo de "machão". Beyoncé demonstra-se desgostosa com o mesmo e coloca um veneno em seu café. O homem o bebe e passa mal até desmaiar na mesa.		



	<p>Enquanto isso, Lady Gaga dança na cozinha do restaurante com os cozinheiros, e supostos aliados, enquanto ela insere veneno nos ingredientes da comida que será servida aos fregueses. Ela serve a comida a todos e os mesmos desmaiam em suas mesas.</p>	<p><i>Not that I don't like you, I'm just at a party and I am sick and tired of my phone r-ringing Sometimes I feel like I live in Grand Central Station tonight I'm not taking no calls 'cause I'll be dancing 'Cause I'll be dancing, 'cause I'll be dancing Tonight I'm not taking no calls 'cause I'll be dancing</i></p>	<p>Não é que eu não goste de você, eu apenas estou me divertindo! E eu estou cansada do meu telefone tocando. Às vezes eu me sinto como se vivesse na Grand Central Station Essa noite eu não vou atender nenhuma ligação, pois eu estarei dançando!</p>
	<p>Lady Gaga, Beyoncé e seus aliados, dançam no centro do salão do restaurante entre as vítimas desmaiadas.</p>	<p><i>Stop calling, stop calling, I don't wanna think anymore I left my head and my heart on the dance floor. Stop calling, stop calling, I don't wanna talk anymore I left my head and my heart on the dance floor</i></p>	<p>Pare de me ligar! Pare de me ligar!      Eu não quero mais pensar!      Eu deixei a minha cabeça e o meu coração na pista de dança! Pare de me ligar! Pare de me ligar! Eu não quero mais falar! Eu deixei a minha cabeça e o meu coração na pista de dança!</p>
	<p>Lady Gaga e Beyoncé fogem.</p>	<p><i>Can call all you want, but there's no one home and you're not gonna reach my telephone 'cause I'm out in the club and I'm sipping that bub And you're not gonna reach my telephone Call when you want, but there's no one home And you're not gonna reach my telephone</i></p>	<p>Pode ligar o quanto quiser mas não tem ninguém em casa e você não vai conseguir falar comigo no celular!      Eu estou na balada e estou bebendo e você não vai conseguir falar comigo no celular!</p>
	<p>Lady Gaga e Beyoncé são flagradas pela câmera de segurança do restaurante e aparecem no noticiário.</p>		
	<p>O carro das duas é perseguido por um helicóptero, e durante a perseguição aparece na tela a mensagem "To be continued..." que indica que haverá uma continuação da história.</p>		
	<p>Crédito finais aparecem.</p>	<p><i>We're sorry... The number you have reached is not in service at this time Please check the number, or try your call again</i></p>	<p>Desculpe-nos... Este número está sem serviço. Confira o número ou tente novamente.</p>

Fonte: Decupagem dos autores (adaptado do Youtube e Vagalume). Tradução dos autores.



Para melhor contextualização e compreensão da história foi assistido o videoclipe dez vezes e, a partir disso, se fez um quadro com os nomes das marcas, o tipo de produto, número de aparições no contexto da narrativa do videoclipe e a classificação do merchandising.

<b>Marca</b>	<b>Produto</b>	<b>Nº aparições em cenas</b>	<b>Classificação</b>
Rayban	Óculos	2	Estímulo visual e uso simples do produto
Heartbeats	Fone de Ouvido	1	Uso simples do produto
LG	Celular	2	Estímulo visual; uso simples do produto; Demonstração sobre o uso do produto;
Virgin Mobile	Operadora Telefônica	2	Estímulo visual; uso simples do serviço; Demonstração sobre o serviço;
Coca Cola Diet	Refrigerante	1	Estímulo visual
Pelco	Câmera de Segurança	1	Estímulo visual; uso simples do produto; Demonstração sobre o uso do produto;
HP	Computador Notebook	1	Estímulo visual; uso simples do produto; Demonstração sobre o uso do produto;
Plenty Of Fish	Rede Social	1	Estímulo visual; uso simples do produto;
Chanel	Óculos	1	Estímulo visual e uso simples do produto
Chevrolet	Automóvel	6	Uso simples do produto
Honey Bun	Alimento – Bolo	1	Uso simples do produto; Demonstração sobre o uso do produto;
Polaroid	Câmera Fotográfica	3	Estímulo visual; uso simples do produto; Demonstração sobre o uso do produto;
Wonder	Alimento – Pão de Forma	1	Estímulo visual; uso simples do produto; Demonstração sobre o uso do produto;
Miracle Whip	Alimento – Maionese	1	Estímulo visual; uso simples do produto; Demonstração sobre o uso do produto;
Coors Light	Cerveja	1	Estímulo visual

Fonte: Os autores.

A partir disso foram selecionadas as cenas de merchandising nas quais mostram a interação de Lady Gaga com o produto. Das quinze inserções em oito delas aparece a cantora junto ao anunciante, as marcas são: LG, Virgin Mobile, Coca Cola Diet, Chanel, Chevrolet, Honey Bun, Polaroid, Wonder e Miracle Whip. O presente estudo, portanto, trata sobre estas aparições.

A primeira aparição é logo no início do videoclipe em que a cantora mexe em seu telefone celular da marca *LG*. O interessante é observar que em um mesmo frame aparecem duas marcas diferentes, a *LG* como já mencionada e a operadora do celular *Virgin Mobile*. Esse mesmo merchandising é observado também em cenas seguintes e essa interação de duas marcas em uma mesma tomada é também utilizada posteriormente no vídeo.



Figura 1: Merchandising da marca *LG* e *Virgin Móbile*

Fonte: Videoclipe *Telephone*

Um dos merchandising mais comentados pela mídia, se não o mais comentado, é o da *Coca Cola Diet*. Este que aparece de forma inusitada no vídeo, uma vez que o produto serve de prendedores de cabelo para a cantora. Após a estreia do videoclipe, muitas páginas na internet passaram a disponibilizar tutoriais, de modo a ensinar às pessoas como montar o penteado da cantora Lady Gaga. Na mesma cena em que aparece o merchandising da *Coca Cola Diet*, é possível observar a cantora com óculos de sol da marca *Chanel*.



Figura 2: Merchandising da *Chanel* e da *Coca Cola Diet*.

Fonte: Videoclipe *Telephone*

O merchandising seguinte faz referência ao filme “tarantino” *Kill Bill*, visto que o veículo *Chevrolet – Pussy Wagon* - utilizado no videoclipe também foi usado no filme

em questão. Ao mesmo tempo que suas aparições no vídeo é vista como merchandising, o uso do automóvel no clipe pode ser também considerado apenas uma alusão ao filme, já que o mesmo também é dirigido por uma mulher, num enredo semelhante.



Figura 3: Merchandising da marca *Chevrolet*

Fonte: Videoclipe *Telephone*

A próxima cena refere-se ao momento em que as duas amigas fazem um pacto, em que uma promete à outra não voltar mais no local do crime que acabaram de cometer. Esse pacto é feito por meio de um doce de mel chamado “*Honey Bun*”. O nome do mesmo foi usado em forma de trocadilho após Gaga mordê-lo e concordar com o pacto ao dizer “*Uh huh Honey B*” referindo-se a Beyoncé e não ao doce em questão, porém apesar da marca não aparecer nitidamente, o trocadilho usado serve como uma menção indireta ao produto.



Figura 4: Merchandising do bolo “*Honey Bun*”

Fonte: Videoclipe *Telephone*



Figura 5: Merchandising do bolo “*Honey Bun*”

Fonte: Videoclipe *Telephone*

A marca *Polaroid* aparece no videoclipe de diferentes formas e na maioria delas explicitamente. Em uma delas a própria Gaga interage com a câmera, esta que é famosa por revelar fotos instantaneamente. A cantora tira várias fotos de sua parceira como uma forma de gravar e aplaudir o momento, e ao mesmo canta que deveria passar mais tempo com as amigas do que ouvindo as desculpas do namorado.



Figura 6: Merchandising da marca *Chevrolet*

Fonte: Videoclipe *Telephone*

No *frame* a seguir vê-se uma das inserções mais irônicas em que a cantora posa para a câmera segurando o produto, atitude muito comum em certos comerciais mais antigos que usavam a figura da mulher atraente para persuadir o consumidor a comprar o produto. A presença feminina na cozinha também surge como uma pauta polêmica para Gaga ironizar enquanto brinca com as ações de *merchandising* ao montar seu sanduíche envenenado, no caso feito com o pão da marca norte-americana *Wonder*, acompanhado da frase “*Let’s make a sandwich*” que no português significa “*Vamos fazer um sanduíche*”. No seguinte, ela ainda utiliza outro produto, a maionese *Miracle Whip* interagindo com o anterior enquanto a mesma monta o sanduíche.



Figura 7: Merchandising do pão “*Wonder*”

Fonte: Videoclipe *Telephone*



Figura 8: Maionese “*Miracle Whip*”

Fonte: Videoclipe *Telephone*

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O surgimento explosivo da cantora Lady Gaga e a disseminação efêmera de suas atitudes e ideais que conquistaram uma legião de fãs e despertaram o interesse em milhares de curiosos foi o que conduziu este trabalho num primeiro momento. A cantora que causa fervor e polêmica em todas as suas aparições é vista por uns como a nova Madonna e por outros como um mero produto criado pela mídia. Independente disso sabe-se que apesar de Gaga ter se erguido instantaneamente pelas cinzas de outros



artistas, ela soube adicionar sua própria personalidade e ideais em seu pseudônimo. Portanto, este trabalho estudou primeiramente o surgimento da vida profissional da cantora para que posteriormente uma análise mais aprofundada pudesse ser feita na leitura de seus videoclipes, mais especificamente do clipe *Telephone* visto o impacto grandioso não apenas na carreira da cantora como também na construção, veiculação de videoclipes e na forma em que o merchandising é inserido nesse meio.

Por meio deste trabalho foi possível responder aos questionamentos realizados anteriormente sobre como a cantora se comporta diante de um merch music e como tal é inserido dentro de uma produção. Após diversas visualizações do clipe *Telephone*, pode-se observar que o método de inserção *tie-in* foi utilizado com bastante competência na trama, principalmente nos momentos em que a cantora interagia com os produtos, pois em todos eles havia uma intertextualização entre o produto e a história vivida pela personagem. A presença de referências cinematográficas, culturais e musicais são comuns tanto no dia-a-dia da cantora como em todas as suas produções, e em *Telephone* não foi diferente, visto que até mesmo os merchandising vieram em forma de referência, como no caso da pick-up da Chevrolet usado por Gaga e Beyoncé, que foi extraído em sua versão original do filme de *Tarantino*, *Kill Bill*, como uma sugestão do próprio. Ou seja, apesar do método utilizado ser comum em produções musicais, televisivas e cinematográficas, quando o mesmo é inserido junto a Lady Gaga acabam tomando proporções maiores, mais ousadas e até mesmo mais interessantes, por serem encenadas com a ironia e genialidade característica da cantora.

Lady Gaga trouxe para uma nova geração uma representação de Madonna no seu surgimento, e hoje é um dos maiores ícones pop da indústria musical. Ela utiliza da mídia para disseminar suas provocações e opiniões, e sua ousadia é vista por muitos como um grito de liberdade para a sociedade que vive sob a imposição dos bons costumes. Sempre buscando uma maneira de chocar as pessoas, Gaga expõe suas crenças e indignações por meio de suas roupas, músicas, videoclipes e atitudes, sempre com uma forte presença feminista, que já virou marca registrada da autora principalmente em suas canções.

Defensora da minoria, a cantora tem um grande número de adoradores homossexuais, que a própria classifica-os como a maioria dentre os seus fãs. Reforçando este conceito de minoria, Gaga chama seus fãs de *monsters* que na tradução livre significa “monstros”, como uma forma carinhosa e ao mesmo tempo irônica de



mostrar seu amor pelos que são diferentes e excluídos da sociedade majoritária. E é desta forma que a artista se mantém nos tablóides e na mídia constantemente, sendo a defensora de pequenas causas e uma grande ativista, pois constantemente a mesma se envolve em questões para promover a proteção e direitos dos grupos mais marginalizados e hostilizados da sociedade. Além, é claro, de realizar grandes produções em suas performances e ser portadora de um grande talento, que de certa forma acaba sendo ofuscado por toda polêmica que a cerca diariamente.

Como um produto da mídia, Lady Gaga tem se mostrado um grande sucesso. Não se sabe o quanto este ainda vai durar, pode ser que como Madonna, a cantora venha a ser ofuscada por outra pessoa futuramente, mas certamente ambas sempre serão insubstituíveis, novas versões sempre existirão, mas são poucas como elas que serão capazes de criar uma personalidade cheia de ousadia e um vínculo tão forte com seus fãs. Gaga veio para provar que mesmo surgindo após Madonna, Michael Jackson, Elvis e John Lennon ainda há muito a ser feito no mundo da música, seja reciclando o que já existia como também introduzindo uma nova postura diante do que já existe e até mesmo criando o nunca visto e, inclusive, interagindo com a Publicidade e Propaganda.

## REFERÊNCIAS

BARROS, B.; BONA, R. J. A imagem da Mulher Propagada na Linguagem dos Videoclipes: um estudo de caso sobre Material Girl de Madonna. In.: XI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sul. **Anais...** Novo Hamburgo/RS, 2010 (1 CD-ROM).

CHARTIE, M. Merchan Music. Revista Superinteressante. Edição 277. Editora Abril, abril de 2010.

LAUPER, C. **The 2010 TIME 100: Lady Gaga** Disponível em <[www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1984685\\_1984940\\_1984943,00.html](http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,1984685_1984940_1984943,00.html)> Acessado em 15 de Setembro de 2010.

LOPES, I. MARQUES, D. LISBOA FILHO, F. **Arezzo 2011: Merchandising televisual, moda e consumo**. In.: XI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sul. **Anais...** Novo Hamburgo/RS, 2010 (1 CD-ROM).

MACHADO, A. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

MEDEIROS, J. **Redação Científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas**. São Paulo: Atlas, 2006.

RAMOS, R. **Propaganda**. São Paulo: Global, 1998.

TIBURI, M. **O crime de Lady Gaga**. Disponível em



<<http://www.revistacult.uol.com.br/home/2010/05/o-crime-de-lady-gaga>> Acessado em 12 de setembro de 2010.

**TIME: The 2010 TIME 100** Disponível em

<<http://www.time.com/time/specials/packages/completelist/0,29569,1984685,00.html>>

Acessado em 15 de setembro de 2010.

TRINDADE, E. Merchandising televisivo: tie-in. In: PEREZ, C. BARBOSA, I. (Orgs.). **Hiperpublicidade: fundamentos e interfaces**. São Paulo: Tomson Learning, 2007.

**YOUTUBE: LadyGagaVEVO. Lady Gaga - Telephone ft. Beyoncé** Disponível em:

<[www.youtube.com/watch?v=EVBSypHzF3U](http://www.youtube.com/watch?v=EVBSypHzF3U)> Acessado em 14 de Setembro de 2010.