

O DESPERTAR DE UMA LOBA: A INDUMENTÁRIA DE SHAKIRA NOS VIDEOCLIPES (2022-2024)

The Awakening of the Wolf: Shakira's costume in music videos (2022-2024)

Souza, Carla Patrícia Oliveira de; PhD; UFRN
carlaposouza@gmail.com¹

Resumo: Esta pesquisa foca na trajetória da cantora colombiana Shakira no período da sua separação midiaticizada, a qual inspirou a composição e a interpretação de músicas autobiográficas, e conseqüentemente a produção de criativos clipes musicais com indumentárias que reforçam a narrativa e enfatizam a personalidade da cantora. Nesse sentido, o artigo objetiva interpretar a indumentária de Shakira em nove videoclipes a partir da teoria da jornada do herói de Joseph Campbell, teoria que será utilizada como metodologia de pesquisa.

Palavras chave: Shakira; videoclipe; jornada do herói.

Abstract: This research focuses on the trajectory of the colombian singer Shakira during the period of her mediatized separation, which contributed to the composition and interpretation of autobiographical songs, and consequently the production of creative musical clips with clothing that reinforces the narrative and emphasizes the singer's personality. In this sense, the article aims to interpret Shakira's clothing in nine music videos based on Joseph Campbell's theory of the hero's journey, a theory that will be used as a research methodology.

Keywords: Shakira; music clip; hero's journey.

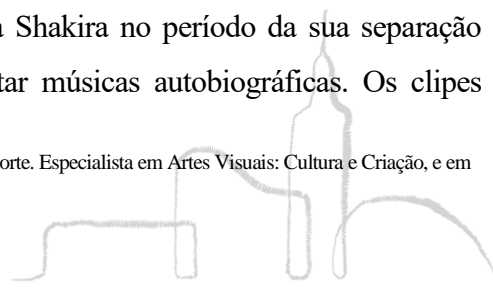
Introdução

Os videoclipes contribuem para contextualizar a música lançada no cenário midiático. Para que a encenação do (a) cantor (a) possa convencer e conquistar seu público, é necessário ultrapassar a imagem do artista apenas entoando a melodia. Ao vivenciar a narrativa da letra da canção, o interprete a extrapola, emitindo tendências, comportamentos e sentidos. A definição de um roteiro para o videoclipe, como também a escolha de um conceito visual que norteará a cenografia, figurino e até a performance são etapas essenciais na constituição da imagem de marca do artista. O gênero da música influi fortemente nas texturas, cores e liberdade criativa da direção artística. O videoclipe é uma ferramenta publicitária, no qual o consumo da música, da imagem e do estilo estão imbrincados.

Lipovestky e Serroy (2015, p.294) ao abordar o videoclipe, ressaltam que a música deve ceder espaço para a criação visual, onde o espírito da moda, o estetismo e o lúdico possam se destacar. Nesse sentido, os videoclipes começaram a ser produzidos em cenários impensáveis com combinação de estilos, além das coreografias e algumas excentricidades que disseminam a “imagem de marca” para o público desejoso de novas sensações e originalidade. Na contemporaneidade, o universo estético global do artista influi fortemente diante dos fãs.

Neste estudo nos concentramos na trajetória da cantora colombiana Shakira no período da sua separação midiaticizada, a qual serviu de inspiração para a mesma compor e interpretar músicas autobiográficas. Os clipes

¹ Mestre e doutora pelo programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Especialista em Artes Visuais: Cultura e Criação, e em Marketing Estratégico.



musicais do período de 2022 – 2024 lançados em plataformas de vídeos conseguiram milhares de visualizações, e assim a cantora retorna a cena mundial. Percebemos que através das músicas encenadas, a indumentária da cantora ajuda a contar a narrativa e reforça a sua personalidade. Lipovestsky (2009, p.250) evidencia que da mesma forma que a moda é a encenação refinada do corpo, a estrela apresenta uma performance midiática da sua personalidade. Sendo assim, o objetivo da pesquisa é interpretar a indumentária de Shakira nos videoclipes das músicas “*Te felicito*”(2022), “*Monotonia*”(2022), “*Music Sessions#53*” (2023), “*TQC*” (2023), “*Acróstico*” (2023), “*Copa vacia*” (2023), “*El jefe*” (2023), “*Punteria*” (2024) e “*Entre parêntesis*” (2024) amparado pela teoria da jornada do herói de Joseph Campbell, teoria que será utilizada como metodologia da pesquisa.

A jornada do herói definida pelo mitólogo estadunidense Campbell é constituída por várias etapas, se inicia com o herói introduzido no mundo comum, e finaliza com o retorno do mesmo trazendo o tesouro ou modificado pela experiência de vida. A leitura dos códigos visuais da indumentária de Shakira nos videoclipes não segue rigidamente todos os estágios da jornada do herói, algumas etapas foram suprimidas, outras unidas, o importante é destacar se há uma sintonia do estágio vivenciado na jornada com a indumentária usada por Shakira para interpretar suas músicas.

Utilizamos o aporte teórico dos pesquisadores Gilles Lipovestky (2009), Gilles Lipovestky e Jean Serroy (2015), Michelle Trevisan (2011), Thiago Soares (2009), Joseph Campbell (2007), Christopher Vogler (2015) Alison Lurie (1997) e Roland Barthes (2005) para nos auxiliar na reflexão dos videoclipes da cantora colombiana, bem como na identificação da indumentária representativa da etapa da jornada do herói e por conseguinte a interpretação dos códigos visuais localizados na modelagem, tecidos, cores, estilo e teor fantástico das indumentárias de Shakira.

O artigo está organizado em quatro tópicos, sendo o primeiro esta introdução, seguido do segundo tópico intitulado – Shakira e suas narrativas musicais, onde é abordado a biografia da artista e os videoclipes selecionados para este estudo, o terceiro tópico abarca a teoria da jornada do herói e a entrelaça com a indumentária da cantora com os respectivos estágios denominado - Vestida para performance: do mundo comum ao retorno do estrelado, com a respectiva análise do tangível e intangível das peças. E finalizamos com as considerações acerca da pesquisa desenvolvida.

Shakira e suas Narrativas Musicais

A cantora, compositora, dançarina e multi-instrumentista Shakira Isabel Mebarak Ripoll nascida em 02 de fevereiro de 1977 na cidade de Barranquilla na Colômbia, lançou seu primeiro disco como compositora e cantora aos 13 anos de idade. Porém foi somente no ano de 1995 com o álbum *Pies Descalzos* que as músicas “*Estoy aqui*”, “*Pies descalzo, sueños blancos*” e “*Donde estás corazón*” conquistaram grande sucesso na América Latina, oportunizando a entrada das suas músicas, uma mistura singular do pop latino, *rock*, *dance hall* e ritmos árabes, em

diversos países, conforme nos informa o portal oficial de Shakira no Brasil². A consagração musical no cenário internacional se consolidou com os álbuns “*Donde estás corazón ?*” (1996), “*Shakira*” (1999), “*Laundry Service*” (2001), “*Fijación oral vol.1*” (2005) e “*Oral fixation vol.2*” (2005).

Parcerias importantes em eventos internacionais também contribuíram para a carreira mundial, no ano de 2006 a colaboração da cantora com o rapper e produtor haitiano Wyclef Jean originou a música “*hips don’t lie*”, a qual fez parte da trilha sonora da Copa do Mundo – FIFA Alemanha, tornando a canção um grande sucesso. Em 2010, Shakira compôs a música oficial da Copa do Mundo FIFA – África do Sul, “*Waka waka (this time for Africa)*” com o grupo *Freshlyground*, experimentando novos ritmos e conquistando novos públicos. Em 2014, Shakira em parceria com Carlinhos Brown cria a música “*La la la*” para a Copa do Mundo FIFA - Brasil, inclusive a mesma participou do show de encerramento da Copa do Mundo de 2014, juntamente com Carlinhos Brown e Ivete Sangalo. Em 2020, ela co-liderou ao lado de Jennifer Lopez o show do intervalo do *Super Bowl LIV*, evento que celebrou a cultura latina, e já se tornou o vídeo do intervalo mais assistido da plataforma do You Tube, com mais de 308 milhões de visualizações.

Ao longo de aproximadamente 40 anos de carreira musical com 12 álbuns e mais de 200 prêmios conquistados, é interessante acrescentar que Shakira compôs sua primeira canção aos 8 anos de idade, e desde então vem se estabelecendo como uma das artistas latinas com mais vendas de álbuns, e uma das vozes femininas mais influentes do seu tempo, segundo o site Grammy awards³. Ela trouxe a latinidade para o exitoso álbum “*Laundry Service*” (2001), cinco anos após, ela conseguiu ultrapassar o recorde de música pop mais tocada com “*hips don’t lie*”. No álbum “*She Wolf*” (2009), a cantora colombiana enaltece temas como autoconfiança, independência e força feminina. Além das letras empoderadas, a performance da cantora também é uma aliada na exaltação da autoconfiança, sensualidade e alegria.

Em relação à vida pessoal da cantora, no ano de 2022, Shakira se separa do jogador espanhol Gerald Piqué, com quem esteve em uma união estável por quase 12 anos e pai dos seus dois filhos, Milan e Sasha, uma separação fortemente midiaticizada por envolver duas personalidades públicas de âmbito internacional, e uma terceira figura, as quais despertaram o interesse da mídia em noticiar os eventos que entrelaçavam os envolvidos como se fora um folhetim televisivo. Foi um momento em que a cantora buscou através da composição de letras autobiográficas, expressar suas emoções e questionamentos acerca da desilusão amorosa. A primeira música lançada nesse período de “*introspecção*” é chamada “*Te felicito*”, uma parceria de Shakira com o cantor porto-riquenho Rauw Alejandro, em abril de 2022. Vale destacar que foram produzidos videoclipes para quase todas as canções autobiográficas no

² Shakira – Portal Shakira/ Oficial Brasil

Disponível em: <<https://www.portalshakira.com/biografia/>> Acesso em: 02/08/2024

³ Run the World: How Shakira became one of the most influential female artists of the 21st Century/ GRAMMY.com

Disponível em: <<https://www.grammy.com/news/shakira-albums-awards-facts-womens-history-month-video-run-the-world>> Acesso em: 02/08/2024.

referido período. Aliás, Shakira usa o recurso promocional do videoclipe desde o início da sua carreira, porém o primeiro videoclipe em um formato mais profissional foi lançado para música “*Estoy aquí*”, dirigido por Simón Brand no terceiro álbum chamado *Pies Descalzos*. O que nos leva a pensar que a cantora e sua equipe desde o início já tinham a preocupação em associar a imagem e a música de forma imbrincada produzindo sentidos aos espectadores. Sendo o suporte ideal – os videoclipes.

Trevisan (2011, p.13) nos fala das categorias que o videoclipe pode se inserir, esse produto pode ser visto como sinônimo de videomusica, isto é, uma peça promocional da música ou para o interprete, pode ainda ser visto como uma videoarte, resultando em um bem de consumo conforme a sua disponibilização em DVD’s, ou ainda ser um conteúdo de entretenimento em plataformas de vídeo na internet e canais de televisão. Trevisan (2011) cita Brandini para nos esclarecer que o videoclipe se origina na publicidade, como também na experimentação de vídeos curtos alternativos e na própria generalidade da televisão. A evolução desse produto audiovisual sinaliza que se trata de uma ferramenta publicitária, onde o objetivo maior é a divulgação da banda, do (a) cantor (a) e a música. As mensagens das canções emitem tendências e comportamentos.

Na abordagem do videoclipe, o conceito de *pop/rock* tem sua essência ampliada, o que importa não é apenas a música, a banda como expressão artística, mas as expectativas, sonhos e ideais criados pelo imaginário da juventude, que agora são apresentados ao público por uma união quase mítica de música + imagem + estilo (TREVISAN, 2011, p.14).

Na visão da autora, pode-se ainda afirmar que toda a representação de um videoclipe se transforma em uma mercadoria do audiovisual, ou seja, um objeto de satisfação para o consumo de fantasias. Lipovestky e Serroy (2015, p.294) acrescentam que tal como as áreas da moda e da publicidade não se limitam mais em oferecer os seus produtos em primeiro plano, a publicidade musical também prioriza em ditar um estilo criativo. A imagem em movimento não tem como meta única visibilizar o cantor, faz-se necessário usar a originalidade na construção de uma imagem de personalidade x figura de moda singular. Pois, na contemporaneidade a audiência não se contenta apenas com a voz do interprete, ela exige uma personalidade marcante, assim como o seu “*look*”, ou seja, o universo estético global do artista. No produto audiovisual videoclipe reinam as múltiplas e distintas estéticas, os jogos do inadequado, e do impensado ante a harmonia do encadeamento dos planos.

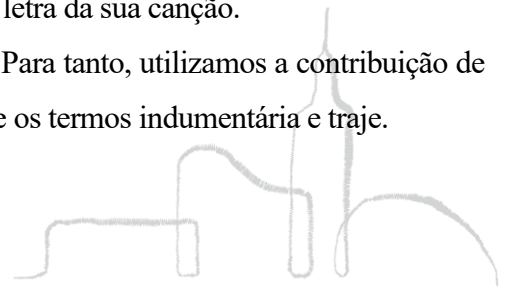
Todas as categorias de imagem, todos os estilos convivem sem ordem nem hierarquia, as imagens se sucedem sem organização linear e sem ligação evidente com a letra da canção, as montagens são fragmentadas, as mise-em-scènes rivalizam em frenesi sem pé nem cabeça, “desconexo” e irônico, explorando as fragmentações, as multiplicações e justaposições de figuras bem como a velocidade extrema do desenrolar das imagens: para um clipe de três minutos, contam-se cerca de cinquenta planos, ou seja, três a quatro segundos por plano (LIPOVETSKY e SERROY, 2015, p.294-295).

Os autores continuam a destacar que o produto estilo clipe se assemelha a uma linguagem efêmera, porém modelar da imagem-moda, da imagem-velocidade e da imagem-excesso. Para eles, o videoclipe se trata de um filme-moda, no entanto o foco não é a moda, é o que eles conseguem captar em termos estéticos e inserir no espaço-tempo

da música. “Bombardeio sonoro e visual, mosaico de imagens-flashes, desconstrução da ordem clássica: o produto comercial musical importou os princípios vanguardistas da arte moderna” (LIPOVESTKY e SERROY, 2015, p.295). Aqui é importante elencar algumas considerações acerca da noção do tempo na arte moderna para Stangos (2000, p.08), ele nos revela que as transformações ocorridas nos conceitos de tempo e de desenvolvimento no tempo na passagem da arte clássica para arte moderna adquiriu maior agilidade e multiplicidade. “[...] de segmentos longos, lineares, tranquilos e contínuos para arrancos e fragmentos curtos, rápidos, múltiplos e simultâneos – ou assim parecia” (STANGOS, 2000, p.08). É o que nos podemos perceber na maioria dos videoclipes de música *pop/rock*.

Os videoclipes são espaços de inovações do audiovisual assim como ocorre no cinema. Monteiro (2017, p.97) explica que há uma lógica de mercado ansiosa por inovações e por encantamento por imagens através das tecnologias de produção, e há outra também, que se vale dessas mesmas possibilidades para a criação de obras que suscitem nos espectadores a busca por novas poéticas e novos discursos. Soares (2009, p.60) acrescenta que o videoclipe resulta de um processo de midiatização da performance musical, é uma espécie de tentativa de resumir em uma obra do audiovisual um senso de personalidade do(a) cantor(a). Podemos dizer de outra forma, que o videoclipe é a encenação da personalidade musical tendo como suporte os gêneros musicais, televisivos e cinematográficos objetivando um posicionamento do artista no mercado da música. O autor ainda nos auxilia a entender o conceito de “performance”. Como sendo algo que é gerado a partir da audição de uma faixa musical, que abarca a oralidade, o ritmo, o gestual e o cenário. “Uma canção é quem a performatiza. Um clipe é uma performance da canção. Em ambos, o artista, o corpo. Alguém que se traduz em disposições expressivas musicais e audiovisuais” (SOARES, 2009, p.16). E é o que nos podemos constatar desde o primeiro videoclipe da cantora Shakira com a música “*Estoy aquí*” (1995), ela já performava através da sua voz marcante, do gestual seja tocando um instrumento ou dançando diante da câmera em primeiro plano principalmente. Além da preocupação na seleção de um cenário que pudesse contextualizar a letra da música. O passar do tempo com a representação das estações do ano em uma fazenda serve de ambiência cenográfica para a cantora interpretar a sua canção que aborda uma desilusão amorosa. Imagens fragmentadas em ritmo ágil, porém concatenada com a narrativa da música, o que nos indica que a cantora prefere uma narrativa imagética linear apesar de dinâmica. A indumentária da cantora no videoclipe obedece as estações do ano, em um estilo esportivo composto essencialmente de jeans, regatas, camisas e jaquetas nas cores preta, bege e vermelha, visual que reforça a *mise-en-scène*. Há uma ruptura no estilo da indumentária da cantora somente com o uso do vestido longo na cor vinho em cetim. Sendo assim, a indumentária de Shakira nesse videoclipe além de fornecer indícios da sua personalidade artística, auxilia a mesma a performar a letra da sua canção.

É relevante explicar a escolha do termo indumentária nessa pesquisa. Para tanto, utilizamos a contribuição de Roland Barthes para nos informar a sua conceituação a partir da distinção entre os termos indumentária e traje.



O *traje* constitui-se no modo pessoal como um usuário adota (ou adota mal) a indumentária que lhe é proposta por seu grupo. Pode ter significação morfológica, psicológica ou circunstancial, mas não sociológica. A indumentária é propriamente o objeto da pesquisa sociológica ou histórica (BARTHES, 2005, p.270).

Barthes (2005, p.270) ainda nos explica a importância do sistema indumentário como sendo constituído pelo grupo de peças que engloba formas, materiais ou cores formalizadas, usos circunstanciais fixos, gestos estereotipados, modalidades consagradas e distribuição dos acessórios; e há o sistemas de associação, dentro desse sistema, há vários subsistemas, como: modo de vestir, sistema parcial formando uma unidade de uso ou de significação, incompatibilidade de peças, congruência de peças, jogos da presença do exterior e do interior, e finalmente os trajes reconstituídos artificialmente para fins significativos e para ser usado de forma coletiva, como o traje do teatro e do cinema. Pensando na cantora Shakira como uma celebridade que dita tendências de moda e de comportamento a partir da sua ascendência latina e árabe, bem como das danças sensuais, a indumentária usada em um videoclipe ou em um espetáculo musical pode servir de inspiração para ser fabricada e usada pelo público. A passagem do traje do espetáculo à indumentária, é vista como um fenômeno de adoção ao funcionar como um signo coletivo. “A moda é sempre da alçada da indumentária; mas sua origem pode representar um ou outro movimento. Ora a moda é um fato de indumentária artificialmente criado por especialistas (por exemplo, a alta costura), ora é constituída pela propagação de um traje, reproduzido em escala coletiva por razões diversas (BARTHES, 2005, p.272).

Em um videoclipe, a indumentária usada por um artista pode ser fabricada sob medida ou adquirida no comércio, a escolha das peças fica a cargo do figurinista do videoclipe, que segue o conceito visual estabelecido para o vídeo musical. A imagem cênica singular do cantor deve atrair e conquistar cada vez mais admiradores. Se no passado a imagem dos artistas não rompia com o vestuário do cotidiano, após o advento do rock e da publicidade, a imagem cênica exige originalidade, excesso e renovação constante, conforme nos fala Lipovestky (2009, p.251).

O visual não é mais um elemento decorativo, é constitutivo do posicionamento, da originalidade dos grupos, e sem dúvida ganhará cada vez mais importância com o desenvolvimento dos videoclipes. Quando mais há grupos e cantores, mais se impõe uma lógica publicitária total, mais há diferença marginal, mais se impõe a lógica do efeito, do impacto espetacular, da inovação moda (LIPOVETSKY, 2009, p.251).

É necessário atentar para a velocidade de visualizações do videoclipe na contemporaneidade através das plataformas de vídeo, o que implica no consumo cada vez mais rápido das imagens cênicas de efeito dos artistas, e a disseminação hiper veloz da inovação da música + imagem. Hoffman (2012, p.179) nos fala da moda digital, e enfatiza que as novas tecnologias acelera a sua assimilação como também o seu descarte. Há um movimento por maior criação de estilos, por novas organizações sociais e portanto pela produção de “novos personagens”. As gerações mais criativas são denominadas de “alfa”, formada por indivíduos que estabelecem relações com distintas etnias, e com pensamentos diversos, e encontram na internet o espaço para se relacionar de forma pessoal e profissional, fundindo o virtual e o real. A partir dessa dinâmica, novas estéticas surgem, e a geração “beta” passam a

consumi-las, e após o processo de adaptação passam a disseminar essas imagens moda no mercado mundial.

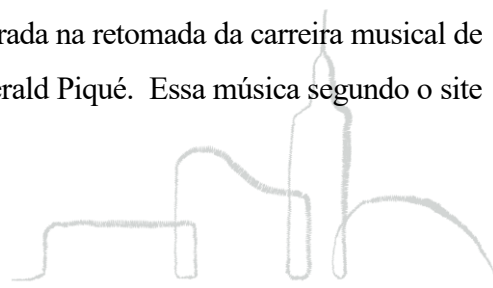
Ambos os grupos são caracterizados por corpos jovens, porém o alfa, celebridade ou não, se diferencia por estar “mais na moda que a própria moda”, por lançar e difundir tendências, que logo são capturadas pelas mídias sociais, por meio de blogs, Facebook e YouTube. Tornam-se referência e são copiadas, pelos betas, na tentativa de um “vir a ser/parecer” tal como o corpo-moda do momento, predominando a necessidade de identificação” (HOFFMAN, 2012,179).

Ao relacionar a forma de disseminação da moda digital com os videoclipes de Shakira, temos que a cantora apesar de não pertencer nem a geração alfa nem a beta, tem sua imagem trabalhada de forma profissional objetivando suscitar o desejo diante dos seus admiradores. A indumentária usada obedece a narrativa do videoclipe e sobretudo é influenciada pela personalidade reinante da cantora.

O primeiro videoclipe lançado no cenário da separação midiaticizada, é o da música “*Te felicito*” (2022) direção do espanhol Jaume De Laiguana, uma parceria de Shakira com o cantor porto-riquenho Rauw Alejandro, um *pop-reguetón*. Na letra da música, Shakira felicita alguém pela boa atuação ao esconder os verdadeiros sentimentos. E o trecho da canção que foi desenvolvida no cenário aborda o conserto do *ciborgue* e da moto. “*Por completarte me rompí em pedazos; me lo advirtieron, pero no hice caso; me di cuenta que tuyo es falso; fue la gota que rebalso el vaso [...] Esa filosofía barata na la compro, lo siento, em esa moto ya no me monto*”. No início do videoclipe Shakira como uma mecânica usa equipamentos para consertar o *ciborgue* (Rauw Alejandro). Cenário com muita luz neon, em tons arroxeados e com um robô dançante.

O videoclipe da música “*Monotonia*” (2022) direção de Jaume De Laiguana interpretado por Shakira e o cantor porto-riquenho Ozuna, inicia em um mercado de alimentos e tem como trilha sonora no começo do vídeo a música “*Te felicito*”. A cantora é atingida por um míssil no coração, este cai no chão, e é até pisoteado até ser colocado em um cofre. Ela interpreta toda a música em ritmo de *bachata*, com um buraco na região do coração. Há três cenários para contextualizar a narrativa musical, o primeiro é um mercado, o segundo é uma rua movimentada, e o último se assemelha a um cofre privativo de um banco. As cores que se sobressaem no mercado, são as embalagens na cor laranja, assim como a calça pantalonada de Shakira. Já na rua, percebemos luzes na tonalidade verde neon na sua grande maioria. O trecho da música ambientado imagetivamente: “*Estaba corriendo por alguien; que por mi ni estaba caminando; este amor no há muerto; pero está delirando; ya de lo que habia, ya no hay na’; te lo digo com sinceridade, to’ está frio como em Navidad*”. Os tons frios podem ser percebidos no cofre do banco.

A “*Music Sessions #53*” (2023) do gênero *electropop* conhecida em espanhol por “*Pa’ tipos como tú*” uma parceria de Shakira com o DJ e produtor argentino Bizarrap, foi o ponto de virada na retomada da carreira musical de Shakira. A canção é vista como *diss track* (canção de desrespeito) contra Gerald Piqué. Essa música segundo o site



cultura.uol.br⁴, obteve ótimas colocações no ranking mundial de *streams*, como: em 24 horas atingiu mais de 14 milhões de *streams* no Spotify e mais de 52 milhões de visualizações no YouTube, tornando-se a música na língua espanhola mais escutada da história em um único dia. O lançamento dessa música conquistou a quinta melhor estreia da história do Spotify. A letra composta por muitas indiretas a traição do ex companheiro de Shakira despertou a curiosidade dos espectadores, segue alguns trechos da letra da canção: “ [...] *Yo solo hago música, perdón que te salpique, me dejaste de vecina a la suegra, com la prensa em la puerta y la deuda em Hacienda, te creiste que me heriste y me volviste más dura, las mujeres ya no lloran, las mujeres facturan [...] cambiaste um Ferrari por um Twingo, cambiaste um Rolex por um Casio [...] y una loba como yo no está pa' tipos como tú –uh-uh-uh-uh*”.

O videoclipe gravado em um estúdio musical mostra Shakira cantando e o DJ Bizarrap na mesa de som, a estética desse vídeo musical está centrado em um tom azulado uniforme da imagem, contrastado com a cor roxa presente no sutiã e na boca de Shakira além do moletom de Bizarrap, e a cor verde neon na camisa aberta e nas unhas de Shakira, e também de forma sutil no microfone e fones da cantora. Nesse vídeo há também o efeito de animação da cantora em preto e branco.

A música “TQC” (2023) é uma parceria de Shakira com a também cantora colombiana Karol G, e é uma composição que aborda o tema da infidelidade e da superação, como percebemos nesse trecho da canção: “ [...] *No tengo tempo pa' lo que no aporte, ya cambié mi norte; haciendo dinero como deporte; llenando la cuenta, los show', el parking y el passaporte; estoy más dura, dicen los reportes [...]*. O videoclipe dirigido por Jhonatan Duque, tem seu início a partir de uma imagem de uma rua movimentada no Japão, onde há um telão que exhibe a cantora Karol G em cima de um prédio, em seguida há o cenário de um interior de um avião com a mesma imagem nas telas dos assentos. As cenas da cantora Karol G caindo do prédio são intercaladas com a de Shakira se movimentando como se estivesse dormindo suspensa no ar, até que aparece Shakira cantando em um ambiente nevado com uma indumentária colada no corpo na cor azul celeste brilhoso. A indumentária vermelha da cantora Karol G contrasta com a de Shakira. Há o cenário com o círculo de fogo na terra e na água, outro destacando a força do vento e finaliza com a imagem de um céu falso com as escadas. Cada cantora utiliza quatro indumentárias nesse musical. O videoclipe finaliza ao mostrar um espectador entusiasmado com o musical que assiste.

A música “Acróstico” (2023) é interpretada pela cantora e seus dois filhos, Milan e Sacha. A canção enfatiza o amor dos filhos que dá força para seguir adiante, como percebemos nesse trecho: “ [...] *Quererte sirve de anestesia al dolor; hace que me sienta mejor; para lo que necesites, estoy; viniste a completar lo que soy [...]*”. O videoclipe dirigido por Jaume De Laiguana foi filmado no antigo quarto dos meninos em Barcelona, em meio a caixas,

⁴ Shakira alcança o top1 Global com “Shakira Bzrp Music Vol. 53” Disponível em <: https://cultura.uol.com.br/entretenimento/noticias/2023/01/16/5727_shakira-alcanca-top-1-global-com-shakira-bzrp-music-vol-53.html> Acesso em: 14/08/2024

brinquedos, roupas e fotos das crianças, Shakira toca um piano branco com seus filhos. Uma Shakira serena exibe tons pastel na sua indumentária. Há também uma versão de animação do videoclipe.

A música “*Copa Vacía*” (2023) é interpretada por Shakira e pelo cantor colombiano Manuel Turizo. Essa canção aborda a frieza em uma relação, como vemos nesse trecho: “[...] *Estás más frío que el mês de enero; pido calor y no das más que hielo, oh, oh; hace rato tengo sed de ti, yo no sé por qué; quedo com ganas de más y querendo beber de una copa vacia [...]*”. Nesse videoclipe dirigido por Jaume De Laiguana, Shakira é uma seria de cabelos cor de rosa, é mostrado a sereia sendo salva no mar, mas sendo deixada em um ambiente de lixo e também colocada em um aquário, e até sendo içada. É mostrado também Shakira na versão humana em uma indumentária transparente.

A música “*El jefe*” (2023) é interpretada por Shakira e o grupo estadunidense de música regional mexicana *Fuerza Regida*. Essa música aborda as desigualdades sociais entre patrão e empregado, e é uma crítica ao sogro de Shakira, Joan Piqué, pela atitude dele diante da babá dos netos, como podemos perceber nesse trecho da canção, “*Dicen por ahí que no hay mal que más de cien años dura; pero ahí segue mi ex-suegro que no pisa sepultura; tengo um jefe de mierda que no me paga bien [...]* Lili Melgar; *para ti esta canción, que no te pagaron la indemnización [...]*”. O videoclipe dirigido por Jora Frantzis, inicia com Shakira toda de vermelho em cima de um cavalo saltitante, em seguida ela dança em uma rua estreita com uma indumentária toda preta estilo *cowgirl*, há uma cena de um trem lotado de imigrantes, como muitas outras que mostram o cotidiano desgastante do empregado versus a vida de banquetes do patrão, protagonizados pelos integrantes do grupo regional mexicano e Shakira. Nas cenas de danças de grupo de ruas e em cima do trem, Shakira está caracterizada com trancinhas no longo cabelo, calça jeans larga, regata branca e muitas bijuterias prateadas.

A música “*Puntería*” (2024) é interpretada por Shakira e a rapper estadunidense Cardi B. A canção aborda a temática da paquera e da sensualidade, e tem um tom bem diferente das anteriores como podemos perceber nesse trecho “*Tú tiene buena punteria; sabe por donde darme pa' que quede rendia', rendia'; tienes estilo para llamar mi atención; me tira dardos, van directo al corazón [...]*”. O cenário do videoclipe abusa dos tons rosa e lilás para contextualizar a narrativa romântica de uma guerreira de uma comunidade feminina fortemente inspirado pela mitologia grega, que se encanta por um centauro (Lucien Laviscount) que após ser flechado se transforma em um humano. Shakira veste quatro indumentárias no videoclipe principalmente na tonalidade rosa. O estilo sensual com uma dose de romantismo é vista através dos vários recortes e fendas das peças, além da técnica artesanal do macramê na peça única da guerreira e nos acessórios. A direção do videoclipe foi de Hannah Lux Davis, renomada diretora de vídeos musicais.

A música “*Entre paréntesis*” (2024) é a última do álbum “*Las mujeres ya no lloran*” a ter videoclipe produzido, e é interpretada pelo grupo estadunidense regional mexicano - Frontera e Shakira. A letra lembra a canção

“Copa vacia” em relação à frieza da relação, como diz esse trecho: “Dime qué te pasó, por qué te noto fría? Tus besos ya no saben a lo que sabían; sigues durmiendo en mi cama; pero la siento vacía; dime qué te pasó, ya no eres el de antes; parece que esto para ti no es importante; hay cosas en la vida tan obvias; que no hace falta ni decir [...]”. O videoclipe intercala as cenas de Shakira e o grupo Frontera em uma oficina ora trabalhando como mecânicos ora cantando e tocando instrumentos como se estivessem compondo a música, e há também a performance dos cantores em um espetáculo com plateia. A indumentária de Shakira composta por calça, top, bolero e chapéu na cor preta com detalhes em bordado verde e prata, é uma vestimenta típica. Chama atenção os detalhes religiosos no chapéu e no bolero, bordados com a imagem da Virgem de Guadalupe. Shakira dança inspirada nos movimentos da cantora estadunidense Selena, conhecida como rainha da música Texana.

Foi necessário trazer a contextualização dos vídeos musicais selecionados nesse estudo, além de trechos das letras das canções para um melhor entendimento visando identificar qual a etapa da jornada do herói, que a indumentária utilizada por Shakira mais se identifica. Visto que a indumentária cênica de Shakira produz sentidos acerca da personalidade da mesma (figura artística) e da narrativa musical. A seguir, abordamos a jornada do herói, teoria desenvolvida por Joseph Campbell, bem como as análises das indumentárias de Shakira conforme as etapas vivenciadas do (a) herói(na) nos clipes musicais.

Vestida para Performance: Do mundo comum ao retorno do estrelado

As narrativas do audiovisual tem seu roteiro inspirado na maioria das vezes em histórias reais, em adaptações de obras literárias, enfim em situações que ocorrem na vida cotidiana, tomemos o exemplo do processo de separação de Shakira com seus desabafos emotivos através das canções, e sendo a estética da narrativa imagética dos videoclipes identificada através das cores, linhas, texturas e estilos artísticos da cenografia e da indumentária. Logo percebemos que podemos utilizar a teoria da jornada do herói para identificar os estágios que a cantora vivenciou para se libertar da sua desilusão amorosa, através da indumentária utilizada para performar nos videoclipes.

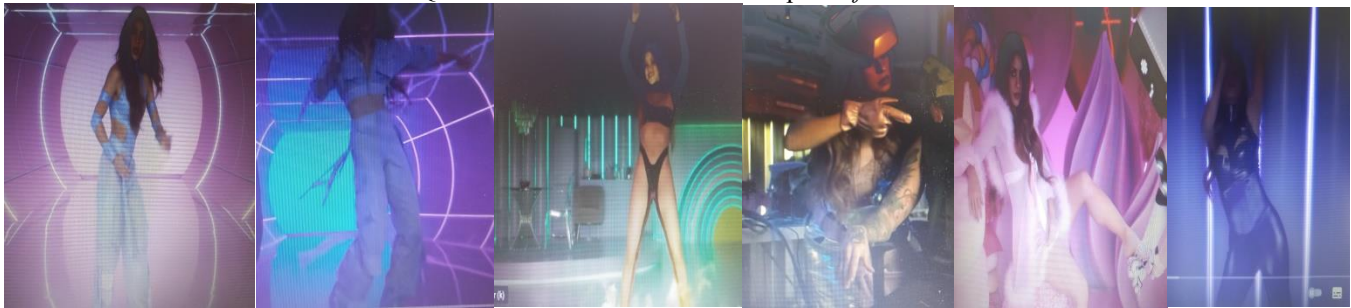
Vogler (2015, p.47) nos diz que geralmente as histórias tira o herói de um mundo comum e o transporta para um mundo novo. O autor resume as doze etapas da jornada do herói, que começa com os heróis introduzidos no mundo comum, de onde recebem o convite para aventura, eles ficam receosos a princípio e podem até recusar o chamado, porém são instigados por um mestre a atravessar o primeiro limiar e entrar no mundo especial, onde há desafios. Ao cruzar o segundo limiar, a caverna secreta, se obtêm sucesso recebem a recompensa. Já no cruzamento com o terceiro limiar, vivenciam a experiência da ressurreição e se transformam pelo conhecimento adquirido na jornada. É quando finalmente retornam com o tesouro, ou a lição de vida.

Para evidenciar o indivíduo fora do ambiente habitual, faz-se necessário destaca-lo no mundo comum, até para conseguir mostrar o contraste entre esses dois mundos. “Da mesma forma, em *O mágico de Oz* gasta-se um

bom tempo para apresentar a vida monótona e normal de Dorothy no Kansas antes de ela ser arrastada por um furacão até o mundo maravilhoso de Oz” (VOGLER, 2015, p.48). A oposição entre esses dois mundos é perceptível nas cenas do Kansas gravadas em preto-e-branco, e as cenas de Oz em *technicolor* vibrante. Campbell (2007) define o estágio da jornada mitológica – o chamado da aventura, como o espaço distante do mundo comum.

“A aventura pode começar como um mero erro, como ocorreu com a aventura da princesa do conto de fadas; igualmente, o herói pode estar simplesmente caminhando a esmo, quando algum fenômeno passageiro atrai seu olhar errante e leva o herói para longe dos caminhos comuns do homem (CAMPBELL, 2007, p.66). Antes de adentrar no chamado da aventura para Shakira, é interessante indicar o mundo comum ao qual ela estava inserida. No primeiro videoclipe “*Te felicito*” Shakira veste seis indumentárias que refletem três estilos de moda (dramático, sexy e romântico), essa falta de definição de uma mensagem única pode transparecer o estágio da jornada do herói – mundo comum, como podemos perceber no quadro 1. Já no videoclipe da música “Monotonia” Shakira veste apenas uma indumentária que passa por uma transformação após ser atingida por um míssil no coração. E no videoclipe “Acróstico”, ela também só veste uma indumentária com um estilo definido, apesar de que não seja muito evidenciado no videoclipe. Agrupamos esses três videoclipes das músicas “*Te felicito*”, “*Monotonia*” e “*Acróstico*” como pertencentes a etapa do mundo comum, após refletir os pontos de contato entre as letras das músicas com as indumentárias.

Quadro 1: Indumentárias do videoclipe “*Te felicito*”



Fonte: Shakira, Rauw Alejandro – *Te felicito* (oficial vídeo)⁵

No quadro 1, temos as seis indumentárias do videoclipe “*Te felicito*”, a primeira é uma combinação de um *body* feminino com vários recortes na lateral do tronco, na frente, e nos braços de um tecido colante com brilho, na cor lilás; e uma calça cargo, com vários bolsos nas pernas e tiras nos bolsos, também na cor lilás. Essa indumentária segundo Aguiar (2004, p.78-80) possui o estilo dramático, por emitir um visual moderno e teatral. Geralmente o indivíduo que possui o estilo dramático carrega uma personalidade segura, moderna, contemporânea, sofisticada e atraente. As roupas estruturadas e as arquiteturas produzidas em tecidos tecnológicos com tons monocromáticos dominam no estilo dramático. Em relação à cor lilás, Lurie (1997, p.214) nos explica que quando a púrpura se

⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4I25nV9hXGA&list=RD4I25nV9hXGA&start_radio=1> Acesso em: 17/08/2024

mistura ao cinza, fornece uma impressão de sensibilidade e pode indicar a cor dos sonhos, visões, ilusões e encantamentos. Há mais uma indumentária nessa mesma tonalidade, um conjunto de jaqueta *cropped* e calça cargo que emite um estilo esportivo, Aguiar (2004, p.62) nos fala das roupas funcionais com design esportivo, dos detalhes como bolsos e galões, das peças confortáveis e das combinações de calça e jaqueta. O visual de mecânica é no estilo dramático, pela mistura de calça de tecido na cor prata e corselete de renda.

No videoclipe da música “Monotonia” Shakira usa uma indumentária no estilo dramático composto por uma calça pantalonada na cor laranja em um tecido maleável acetinado, com um top *cropped* na cor nude, e uma camisa longa até o tornozelo em um tecido acetinado estampado em tons de amarelo neon com roxo, e óculos de armação grande alaranjado. Percebemos que embora Shakira expresse através dos seus olhos e a voz a melodia triste, as cores da indumentária emitem sinais contrários, já que as cores laranja e amarelo neon que prevalecem na indumentária de Shakira são cores solares. Lurie (1997, p.212) acrescenta que, “as cores secundárias – laranja, verde e púrpura – são menos populares nas roupas que as primárias, especialmente nos períodos conservadores”. E quando combinadas, podem sugerir o peculiar e o incomum. Sendo assim, Shakira conserva o estilo dramático independente da mensagem da canção.

O videoclipe da música “Acróstico” privilegia mais a cenografia que a indumentária, a cantora permanece todo o vídeo sentada ao piano, mas podemos perceber que ela veste uma blusa acetinada nude rosado, camiseta branca e calça jeans clara. A blusa acetinada com ombro franzido em uma cor suave expressa um romantismo. Não percebemos acessórios. O cabelo liso e a maquiagem na cor pêssego também nos dá indícios do estilo romântico. Aguiar (2004, p.69) nos fala que a mulher no estilo romântico expressa fragilidade e as peças em cores sutis e textura delicada corrobora com essa imagem. Nesse videoclipe, a cor, o tecido e a modelagem da blusa ajudam a reforçar o tom nostálgico da canção. Sendo esse último musical da fase que nos classificamos como o “mundo comum”.

Na fase do chamado à aventura, o herói é apresentado ao desafio. Vogler (2015, p.48) nos explica que nos enredos de vingança, o herói deve corrigir um erro, ou atacar a ordem natural das coisas. Na terceira fase intitulada a recusa do chamado, o herói pode sentir medo e desistir. Shakira continuou a sua produção artística sem receio. Na quarta fase “O mentor”, o herói recebe ajuda de um velho sábio. Para Campbell (2007, p.74) essa fase é chamada de “o auxílio sobrenatural”, no qual o ancião fornece um amuleto a figura protegida. Podemos associar essa fase, com o começo da parceria de Shakira com o Dj argentino Bizarrap. Na quinta etapa chamada “travessia do primeiro limiar”, Vogler (2015, p.50) nos esclarece que finalmente o herói se compromete com a aventura, e entra no mundo especial para realizar a primeira travessia. Essa fase define o ponto de virada entre o primeiro e o segundo ato. O herói decide enfrentar o seu problema sem medo. Nessa fase, temos a indumentária do videoclipe de “*Music Sessions #53*”, o qual podemos visualizar na figura 1.

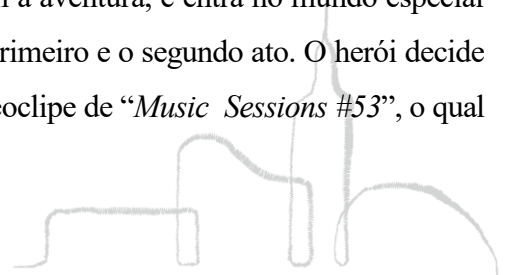


Figura 1: Indumentária do videoclipe “Music Sessions #53”



Fonte: Shakira/BZRP Music Sessions #53⁶

Apesar de que o videoclipe foi gravado todo em primeiro plano, ou seja, foi realizado o enquadramento da cantora do tórax para cima, destacando a face de Shakira, e possuir a coloração azulada, mesmo assim podemos perceber que cantora usa uma blusa estampada de tecido maleável na tonalidade verde, totalmente aberta deixando a mostra um sutiã com bojo de renda na cor *Pink* que as vezes aparenta ser da cor roxa. Os lábios também na cor roxa e as unhas verde neon, reforçam a escolha de Shakira desde os primeiros videoclipes com as cores neon e a roxa. O visual continua ostentando a dramaticidade.

Na sexta etapa identificada como provas, aliados e inimigos, que Campbell denomina de “o caminho de provas”, ele explica a ajuda invisível.” O herói é auxiliado, de forma encoberta, pelo conselho, pelos amuletos e pelos agentes secretos do auxiliar sobrenatural que havia encontrado antes de penetrar nessa região” (CAMPBELL, 2007,p.102). Sendo assim, essa fase é onde o herói recebe toda ajuda necessária, selecionamos os videoclipes das músicas “TQC”, “Copa vacia” e “Entre parêntesis”, os quais Shakira fez parcerias importantes e continuou na jornada rumo ao sucesso, conquistando prêmios internacionais. No quadro 2, temos as indumentárias selecionadas dos respectivos videoclipes.

Quadro 2: Indumentárias de “TQC”, “Copa Vacia” e “Entre Parentesis”



Fonte: Karol G, Shakira – TQC⁷/ Shakira, Manuel Turizo – Copa vacia⁸/Shakira, grupo Frontera – (Entre Parêntesis)⁹

Uma das indumentárias que Shakira vestiu no videoclipe “TQC” o vestido de um tecido colante na cor azul celeste para contextualizar o espaço de gelo, pode ter um sentido dúbio, pois a cor azul, segundo Lurie (1997, p.210)

⁶ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=CocEMWdc7Ck>> Acesso em: 17/08/2024

⁷ Disponível em:< <https://www.youtube.com/watch?v=jZGpkLElSu8>>Acesso em: 18/08/2024

⁸ Disponível em:< <https://www.youtube.com/watch?v=oCxtsTU4BWg>>Acesso em: 18/08/2024

⁹ Disponível em:< <https://www.youtube.com/watch?v=PEgoHBnZXzE>>Acesso em: 18/08/2024

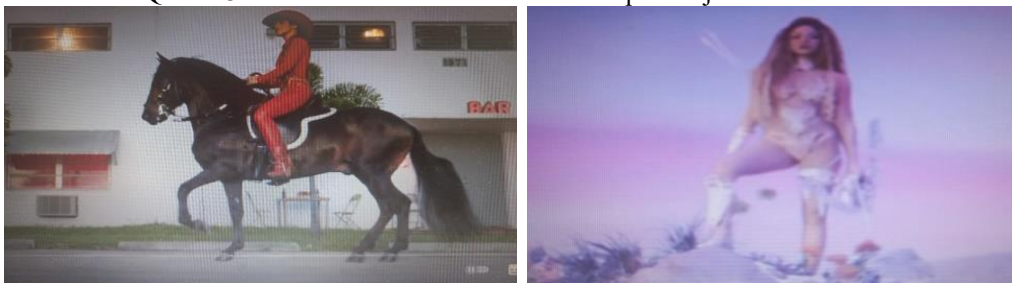


tem um efeito calmante e é associado a harmonia, a serenidade e até a melancolia. Porém, é uma peça fortemente sexy apesar de não revelar a pele, revela as curvas do corpo. Aguiar (2004, p.74) afirma que quem tem o estilo sexy tem preferência por tecidos que marquem o corpo. Estilo muito adotado por cantoras. As outras indumentárias usadas por Shakira nesse videoclipe abusam do estilo sexy ao mostrar a pele em decotes e comprimentos curtos.

A Shakira sereia presente no videoclipe “*Copa vacia*” é uma figura romântica, mesmo que ela só use um artefato metálico para cobrir os seios, os cabelos compridos na cor rosa claro reforçam a delicadeza e a fragilidade. Mesmo a sereia sendo uma figura mítica associada ao seu canto hipnótico para seduzir e matar os homens, nesse videoclipe temos uma sereia que sofre por se sentir desprezada. No videoclipe “*Entre parêntesis*” temos a indumentária de Shakira composta por um conjunto de calça, top, bolero e chapéu bordados fortemente inspirado na moda do estado do Texas. Lurie (1997, p.128) nos explica que o estilo caubói americano é uma tendência de moda que inclui as roupas de vaqueiros e vaqueiras elétricas com direito a lantejoulas nas tonalidades néon, caso dos trajes dos músicos sertanejos do Texas. Percebemos, que essas três indumentárias de Shakira presentes no quadro 2, tem estilos e sentidos distintos, porém as músicas emanam a mesma mensagem.

Unimos as etapas 7 e 8 da jornada do herói na versão de Christopher Vogler (2015), a aproximação da caverna secreta e a provação como representativas da indumentária de Shakira, conforme quadro 3, no videoclipe da música “*El jefe*”. Selecionamos a indumentária da cantora na primeira aparição, um conjunto de calça, camisa, botas e chapéu no estilo texano na cor vermelha. Essa cor que segundo Guimarães (2000, p.120) pode denotar violência e paixão dentre outros significados. No caso da indumentária de Shakira simboliza a cor da guerra, dos guerreiros, do deus da guerra – Marte. Vale ressaltar que nessas duas etapas, o herói se aproxima de um local perigoso para um confronto com seu inimigo, e a letra da música faz referência ao sogro de Shakira. Nas etapas finais da jornada do herói que abordam a recompensa e o renascimento após a derrota do inimigo, podem representar a indumentária de Shakira, ver quadro 3, no videoclipe “*Punteria*”, onde ela vestida com uma peça única de macramê, uma mistura dos estilos sexy e romântico, inspirado nas guerreiras de uma civilização antiga de mulheres utiliza sua habilidade no arco e flecha para apontar sua mira para o amor “novamente”.

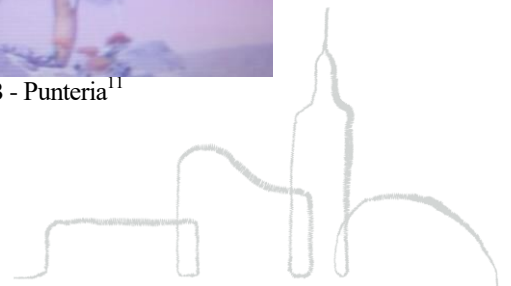
Quadro 3: Indumentária de Shakira nos videoclipes “El jefe” e “Punteria”



Fonte: Shakira, Fuerza Regida – El jefe¹⁰/ Shakira, Cardi B - Punteria¹¹

¹⁰ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=7oTlx5YC2P4>> Acesso em: 18/08/2024

¹¹ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=SHnDwYgGKkY>> Acesso em: 18/08/2024



É interessante perceber que as duas indumentárias do quadro 3, embora estejam representando etapas distintas da jornada do herói, a caracterização, os objetos cênicos e o gestual da cantora indicam nessas imagens uma posição de alerta, ou seja, a qualquer momento a jornada do herói pode recomeçar.

Considerações Finais

Essa pesquisa se propôs a estudar a indumentária dos videoclipes de Shakira no processo da sua separação veiculada pela mídia internacional. Percebemos que com o apoio da teoria da jornada do herói de Campbell conseguimos enxergar a indumentária da cantora através do estilo escolhido como pertencente a cada etapa. Shakira partiu do mundo comum carregando dramaticidade e privilegiando tons neons, atravessou o primeiro limiar ainda com essas características. Na etapa do caminho de provas, ela começou a ousar, mostrando-se mais sensual com o vestido azul celeste, incorporando personagens da mitologia como a sereia, e como uma cantora no estilo texano fiel a Nossa Senhora de Guadalupe. Na etapa representativa do confronto com o inimigo, temos a primeira indumentária do videoclipe “*El jefe*”, o visual feminino de vaqueira à moda Texana na cor vermelha e o auxílio do cavalo saltitante nos faz perceber que a cantora se sente mais fortalecida e empoderada. E finalizamos com a indumentária de guerreira feminina, a peça única em macramê, sexy e romântica, sinaliza que Shakira está pronta para escolher o seu novo alvo.

Referências

- AGUIAR, Titta. *Personal Stylist*: guia para consultores de imagem. São Paulo: Senac, 2004.
- BARTHES, Roland. *Inéditos, vol.3*: imagem e moda. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. São Paulo: Pensamento, 2007.
- GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação*: A construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Annablume, 2000.
- HOFFMAN, Ana. Fiapos, retalhos (e sobras) para possíveis entrelaçamentos entre figurino e moda na construção dos corpos performáticos contemporâneos. In: VIANA, Fausto; MUNIZ, Rosane. *Diário de pesquisadores*: traje de cena. São Paulo: Estação das letras e cores, 2012.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero*: A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: companhia das letras, 2009.
- LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A estetização do mundo*: Viver na era do capitalismo artista. São Paulo: companhia das letras, 2015.
- LURIE, Alison. *A linguagem das roupas*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- MONTEIRO, Julio Pio. *Nomadismo Sensível*: estética do videoclipe e tensionamentos em Stonemilker e Black lake. Dissertação do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2017, 150fls.
- SOARES, Thiago. *A construção imagética dos videoclipes*: canção, gêneros e performances na análise de audiovisuais da cultura midiática. Tese do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2009, 302fls.
- STANGOS, Nikos. *Conceitos da arte moderna*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- TREVISAN, Michele Kapp. *A era da MTV*: Análise da estética de videoclipe (1984-2009). Tese do Programa de pós-graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2011, 265fls.
- VOGLER, Christopher. *A jornada do escritor*. São Paulo: Aleph, 2015.

