



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB  
CAMPUS I  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - DECOM  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

**RAYSSA ALVES SILVA**

**ANÁLISE DO CLIPE “DONA DE MIM” DA CANTORA IZA: UMA MENSAGEM DE  
EMPODERAMENTO FEMININO**

**CAMPINA GRANDE-PB  
2022**

RAYSSA ALVES SILVA

**ANÁLISE DO CLIPE “DONA DE MIM” DA CANTORA IZA: UMA MENSAGEM DE  
EMPODERAMENTO FEMININO**

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC  
apresentado ao Centro de Ciências Sociais  
Aplicadas - CCSA, da Universidade Estadual  
da Paraíba, como requisito parcial à obtenção  
do título de Bacharela em Jornalismo

**Linha de Pesquisa:** Mídia e Estudos Culturais

**Orientador (a):** Profa. Dra. Elane Gomes da Silva Oliveira

**CAMPINA GRANDE-PB  
2022**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S586a Silva, Rayssa Alves.  
Análise do clipe "Dona de mim" da cantora Iza [manuscrito]  
: uma mensagem de empoderamento feminino / Rayssa Alves  
Silva. - 2022.  
31 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em  
Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de  
Ciências Sociais Aplicadas, 2022.

"Orientação : Profa. Dra. Elane Gomes da Silva Oliveira ,  
Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."

1. Videoclipe. 2. Cultura Pop. 3. Representatividade  
feminina. 4. Empoderamento feminino. I. Título

21. ed. CDD 070.4

RAYSSA ALVES SILVA

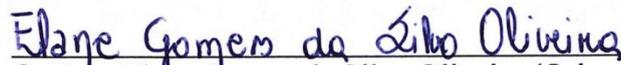
**ANÁLISE DO CLIPE “DONA DE MIM” DA CANTORA IZA: UMA MENSAGEM DE  
EMPODERAMENTO FEMININO**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)  
apresentado ao Departamento de Comunicação  
Social, Curso de Jornalismo, da Universidade  
Estadual da Paraíba, como requisito parcial à  
obtenção do título de Bacharela em Jornalismo

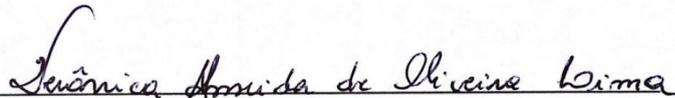
**Linha de Pesquisa:** Mídia e Estudos Culturais

Aprovada em: 29/07/2022.

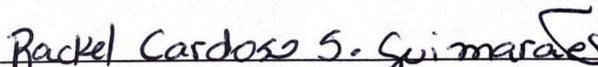
BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Elaine Gomes da Silva Oliveira (Orientadora)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Profa. Ma. Rackel Cardoso Santos Guimarães  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, ao Senhor Jesus, o autor de toda a boa obra, da qual eu apenas sou a intérprete. “Tudo o que tenho, tudo o que sou e o que eu vier a ser, vem de Ti, Senhor”. Rendo-lhe louvor por sua infinita graça e misericórdia sobre a minha vida e por suas promessas que não falham.

Agradeço também aos meus pais, Erivaldo e Rosemeri, por sempre me incentivarem e me apoiarem, proporcionando meios para que meus sonhos se tornem realidade. Obrigada por todos os ensinamentos e principalmente por me ensinarem a buscar aquilo que realmente importa nessa vida, dentre estas coisas, o conhecimento. Também agradeço ao meu irmão, David, por todo suporte e companheirismo.

Quero agradecer aos meus amigos e colegas de turma, que me acolheram e me fizeram tão bem nestes últimos anos, com vocês aprendi lições preciosas sobre amizade e cuidado mútuo. Vocês são, de fato, a melhor turma.

Aos meus parentes e amigos próximos pelo incentivo e pelas contribuições à minha carreira.

Agradeço também à professora Elane Gomes, minha orientadora, enviada por Deus para me auxiliar nesta etapa da minha caminhada acadêmica. Sua gentileza e seus ensinamentos foram fundamentais para que eu obtivesse êxito. Meus agradecimentos também se estendem às professoras Rackel Cardoso, Verônica Oliveira e Robéria Nádia, mulheres que inspiram pela bravura, inteligência e gentileza. Lhes sou imensamente grata.

Por fim agradeço a todos os que contribuíram direta ou indiretamente para o meu crescimento pessoal e profissional.

Com carinho, Rayssa Alves Silva.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	6
<b>2</b>	<b>POP: A CULTURA DO ESTOURO</b> .....	7
<b>3</b>	<b>VIDEOCLÍPE: UM ARTEFATO DA CULTURA POP</b> .....	8
<b>4</b>	<b>ESTIGMA DE GÊNERO: O PROMOTOR DE OPRESSÃO</b> .....	10
<b>5</b>	<b>FEMINISMO: UMA REFUTAÇÃO AO ESTIGMA DE GÊNERO ...</b>	11
<b>5.1</b>	<b>Ser “Dona De Si”: O Empoderamento Feminino</b> .....	12
<b>6</b>	<b>QUEM É IZA NA FILA DO POP?</b> .....	13
<b>7</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	14
<b>8</b>	<b>ANÁLISE DA OBRA</b> .....	15
<b>8.1</b>	<b>Letra</b> .....	15
<b>8.2</b>	<b>O Videoclipe</b> .....	17
<b>8.2.1</b>	<i>Primeira Cena</i> .....	18
<b>8.2.2</b>	<i>Segunda Cena</i> .....	19
<b>8.2.3</b>	<i>Terceira Cena</i> .....	22
<b>8.2.4</b>	<i>Quarta Cena</i> .....	23
<b>8.3</b>	<b>Figurino</b> .....	24
<b>9</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	27
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	29

## ANÁLISE DO CLIPE “DONA DE MIM” DA CANTORA IZA: UMA MENSAGEM DE EMPODERAMENTO FEMININO

### ANALYSIS OF IZA'S “DONA DE MIM” CLIP: A MESSAGE OF WOMEN’S EMPOWERMENT

Rayssa Alves Silva<sup>1</sup>

#### RESUMO

O avanço da indústria audiovisual tem resultado num amplo espaço para a comunicação onde produtos midiáticos com mensagens de conscientização têm se tornado cada vez mais frequentes. Estas mensagens, transmitidas a partir de uma cultura compartilhada, têm trazido narrativas que suscitam reflexão a respeito de problemáticas sociais de gênero e raça. Dentro do cenário da música pop, novos artistas têm surgido, motivados a tratar dessas temáticas tão densas através de suas produções. Isto posto, o presente artigo tem por finalidade analisar qual a mensagem comunicada pela cantora Iza em seu videoclipe “*Dona de mim*”, como também identificar a representatividade que esse videoclipe possui. Para tanto, buscou-se aporte teórico em autores como Soares (2008; 2015), Janotti Jr. (2015), Goffman (2008), Henning (2015), Beauvoir (1990) e Ribeiro (2018, 2019) para fins de contextualização acerca de cultura pop, videoclipe, estigma, feminismo e empoderamento feminino. E como procedimento metodológico para a análise do videoclipe foi adotada a Análise do Discurso (ORLANDI, 2012) e Análise da Narrativa (STOKES, 2003; MOTTA, 2013). Por fim, os resultados mostram que o videoclipe, além de um meio de comunicação frutífero, é um potente artefato que pode ser utilizado como promotor de conscientização, representatividade e empoderamento feminino.

**Palavras-chave:** Videoclipe; Cultura Pop; Representatividade Feminina; Iza; “Dona de Mim”.

#### ABSTRACT

The advance of the audiovisual industry has resulted in a broad field of communication where media products with awareness messages have become increasingly frequent. These messages, transmitted from a shared culture, have brought narratives that raise reflection about social problems of gender and race. Within the pop music scene, new artists have emerged motivated to approach these dense themes through their productions. That said, this article aims to analyze the message communicated by the singer Iza in her music video “*Dona de mim*”, as well as identify the representativeness that this music video has. In order to do so, a theoretical contribution sought in authors such as Soares (2008, 2015), Janotti Jr. (2015), Goffman (2008), Henning (2015), Beauvoir (1990) e Ribeiro (2018, 2019) for contextualization purposes about pop culture, video clip, stigma, feminism and women’s empowerment. And as a methodological procedure for the analysis of the video clip was adopted from Discourse Analysis (ORLANDI, 2012) and Narrative Analysis (STOKES, 2003; MOTTA, 2013). Finally, the results show that the video clip, in addition to being a fruitful means of communication, is a powerful artifact that can be used as an awareness promoter, representativeness and women’s empowerment.

**Keywords:** Music video; Pop Culture; Representativeness; Iza; “Dona de Mim”.

<sup>1</sup> Graduanda do curso de Bacharelado em Jornalismo. Email: rayssa.alves@aluno.uepb.edu.br

## 1 INTRODUÇÃO

Teóricos da comunicação<sup>2</sup> da atualidade afirmam que a comunicação implica na construção de significados a partir de um intercâmbio entre emissor e receptor que ultrapassam a simples troca de mensagens literais. Este intercâmbio de mensagens ocorre dentro de um universo cultural compartilhado pelos participantes do processo comunicativo.

Partindo desse pressuposto, compreende-se que a assimilação nítida numa intercomunicação só ocorre de forma plena e eficaz se o receptor tiver conhecimento cultural suficiente para lhe permitir decodificar os elementos compartilhados, que podem ser implícitos ou explícitos, que compõem a mensagem.

No “universo” pop, há uma cultura compartilhada que, quando identificada e assimilada pelo espectador, gera significados e interpretações. Ultimamente, o compartilhamento cultural dentro deste “universo”, tem sido realizado mais fortemente através de vídeos musicais. A vista disso, como destaca Thiago Soares (2014), não se deve compreender o vídeo apenas como uma leitura sinestésica de sons e imagem, e sim, enxergá-lo como um lugar de existência de “codificações de gênero e estratégias das trajetórias individuais dos artistas”. (SOARES, 2014, p.3). Portanto, compreende-se que, por conciliar imagens e sons, o vídeo é um artefato profícuo para a tessitura de significados e difusão de culturas e conceitos, podendo alcançar um numeroso e diverso público.

Em decorrência das mudanças que vêm ocorrendo na indústria fonográfica brasileira viabilizadas pela internet e as mídias digitais, observa-se que têm se proliferado nestes espaços de mídias de função pós-massiva conteúdos com narrativas que evocam reflexão acerca de problemáticas sociais. De fato, falar sobre tais assuntos se torna cada vez mais urgente tendo em vista que, em pleno século XXI, ainda persistem problemas de desigualdade social envolvendo gênero, raça e classes .

Constata-se que nos últimos tempos, os vídeos têm assumido um caráter pedagógico e de representatividade. No cenário da música pop, principalmente, tem-se aberto espaço para discussões de pautas feministas e antirracistas. Tais abordagens têm se tornado cada vez mais presentes nestes produtos audiovisuais. Essas temáticas de empoderamento e representatividade são descortinadas em vídeos como “*This is America*” de Childish Gambino, “*Run the World*” e “*Formation*” de Beyoncé, “*God is Woman*” de Ariana Grande. No cenário brasileiro do pop atual, tal preocupação também tem se feito manifesta e personalidades da música pop brasileira têm surgido como referencial nestas temáticas como: Projota, Emicida, Iza entre outros nomes.

Santos (2009) defende que discussões culturais auxiliam na reflexão acerca da realidade vivenciada e contribui no combate a preconceitos, oferecendo uma “plataforma firme para o respeito e a dignidade nas relações humanas” (SANTOS, 2009, p. 8). Nessa perspectiva, compreende-se que este profícuo campo da comunicação, isto é, o vídeo, é digno de uma análise diligente, pois carrega em si simbologias que contribuem para o desenvolvimento cultural da sociedade.

Ante ao exposto, o presente artigo destina-se à análise do vídeo “*Dona de Mim*”, da cantora Iza, lançado em 2018 e veiculado na plataforma YouTube<sup>3</sup>, com o intuito de responder à problemática: “Qual a mensagem comunicada por Iza em seu clipe e de que modo estas mensagens difundidas refletem no contexto atual?”

Então, partindo da hipótese de que o vídeo tem como mensagem central o empoderamento feminino, o objetivo geral desta pesquisa é analisar o papel de

<sup>2</sup> GRIFFIN, Em. **A First Look at Communication Theory**. New York: McGraw-Hil. 2011.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX: o espírito do tempo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 1962.

<sup>3</sup> Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=FnGfgb\\_YNE8](https://www.youtube.com/watch?v=FnGfgb_YNE8). Acesso em: 01 jun 2022

representatividade, conscientização e empoderamento que o videoclipe “*Dona de Mim*” de Iza possui. Para tanto foram delineados os seguintes objetivos específicos: Observar se há de fato mensagens de conscientização e representatividade difundidas pela cantora em seu produto audiovisual; Detectar e elucidar as mensagens comunicadas na canção e no videoclipe; Identificar os componentes (personagens, cenários e referências) que servem como elemento de contextualização e afirmação da narrativa;

Assim, para viabilizar o teste da hipótese realizou-se uma pesquisa qualitativa, sob o método das análises do Discurso (ORLANDI, 2012) e da Narrativa (MOTTA, 2013; STOKES 2003), realizada com procedimentos bibliográficos e documentais. Neste sentido, para contextualizar acerca da temática proposta foi feita uma pesquisa exploratória a partir de bibliografias concernentes às temáticas de: Cultura pop e Videoclipe, abordadas, em sequência, nas segunda e terceira seções; Como também os temas Estigma, Feminismo e Empoderamento Feminino, trazidos nas quarta, quinta e sexta seções respectivamente. A oitava seção ficou destinada à análise do videoclipe, epicentro do estudo.

Por fim, o presente estudo torna ao objetivo inicial proposto ao identificar o caráter conscientizador e empoderador que o videoclipe possui, por abordar temáticas tão indispensáveis à discussão social. A pesquisa também visa colaborar com o enriquecimento da comunidade acadêmica, de modo que todo o material produzido possa servir para estudos futuros voltados para essa área da comunicação.

## **2 POP: A CULTURA DO ESTOURO**

Compreendemos que a cultura é um elemento que está intimamente intrínseco à sociedade. Portanto, para que haja uma melhor compreensão do que é “cultura pop” e o que ela representa, precisamos primeiramente nos contextualizar acerca do que é cultura.

De acordo com Santos (1987), a cultura é o resultado de interações sociais de determinado povo. O sociólogo britânico Anthony Giddens (2006) afirma que sem a cultura seria impossível existir sociedade, pois não existiria linguagem para se expressar e por consequência, a incapacidade de raciocinar e gerar sentido de autoconsciência. Diante disso percebemos que, ao pensar em cultura, enxergamos que não dá para dissociá-la dos processos de comunicação social.

A cultura, apesar de ser um conceito amplo, pode ser sintetizada em um conjunto de aspectos tangíveis e intangíveis que expressam os “modos de vida dos membros de uma sociedade, ou de grupos pertencentes a essa sociedade; inclui o modo como se vestem, as suas formas de casamento e de família, os seus padrões de trabalho, cerimônias religiosas e atividades de lazer” (GIDDENS, 2006, p. 22). É através da cultura que há a construção de identidade, que pode vir a ser individual ou coletiva.

Ao longo das formações de sociedades tipos de cultura se estabeleceram e passaram a ser utilizadas para identificar classes sociais. A cultura erudita (alta cultura), consistia em artes complexas, produzidas exclusivamente para a elite; a cultura popular (folclórica), consistia num conjunto de saberes e costumes de determinados povos manifestos por festejos, música e arte e difundidos de forma espontânea e orgânica por gerações; e a cultura de massa (comercial) consistida no conjunto de ideias e valores desenvolvidos em larga escala para difusão midiática, seja por notícia, música ou arte. Devido à maior acessibilidade ao povo, a cultura popular passou a ser associada à cultura de massas, unificando o significado de ambas as culturas.

No final da década de 1950 a forma abreviada “pop”, para popular, passou a ser utilizada, e os produtos dessa cultura foram disseminados mais fortemente através da Televisão e dos radiotransmissores, graças ao poder de compra alcançado nesse período. Entretanto, a popularidade do termo “cultura pop”, foi alcançada em meados dos anos 80 e até

hoje a relação do termo é feita para designar coisas como músicas, livros, filmes e jogos mais vendidos, caracterizando-a com uma cultura orientada por uma lógica de mercado que visa o entretenimento. (SOARES, 2015). Em razão disso o termo “pop” foi muitas vezes utilizado como adjetivação desqualificadora, caracterizada pela efemeridade e ausência de profundidade (JANOTTI JR, 2015), devido a fugacidade da produção com fins comerciais, e fazendo oposição àquilo que era erudito.

Os produtos da cultura pop têm longo alcance através das mídias de massa (*mass media*) e ultrapassam as barreiras geográficas. Acerca da concepção do termo, Jeder Janotti Jr. compreende que

Pensado sob o prisma de produtos de alto alcance, e portanto populares midiáticos, o pop foi associado ao que “pipoca”, ao que não se consegue parar de mastigar, devido a “supostos” artificios das indústrias culturais, uma cultura do bubble gum (chicletes) e da pop corn, guloseimas que se confundem com a fruição e o entretenimento pop. (JANOTTI JR., 2015, p. 45)

Os filmes, as telenovelas e as músicas encontram-se dentro das variadas artes abarcadas pela cultura pop. Devido a produção em larga escala, os produtos pop acabam sendo considerados rasos de significado e com o fim exclusivamente mercadológico. Contudo, podemos identificar personalidades e movimentos artísticos dentro do cenário pop que agiram de modo contra hegemônico ao utilizar a arte como meio para expressar a insatisfação com os sistemas sociais e/ou difundir ideologias. Dentre eles, destaca-se o movimento artístico da “*Pop Art*”, que utilizava-se de materiais e formas extravagantes para fazer alusão ao estilo de vida americano (*american way life*) marcado pelo consumo (SOARES, 2015, p. 19). No cenário musical podemos identificar artistas que denunciaram problemáticas sociais em suas produções abordando temas como racismo, machismo, violência policial como: Michael Jackson, Madonna, Beyoncé, Britney Spears e sistemas políticos como Milton Nascimento, Caetano Veloso, Elza Soares entre outros nomes.

Thiago Soares (2015) considera que “a música pop é uma articuladora de tessituras urbanas reais e ficcionais, a partir de vozes e corpos que se materializam entre redes de sociabilidades”, essa junção do mundo real com o encenado resulta numa cultura identitária dialogada entre artista e público.

Perante esta concepção, compreendemos que, apesar do caráter comercial que o gênero carrega, é possível utilizá-lo como ferramenta para ecoar conceitos e evocar reflexões acerca de temáticas sociais. Quando estas canções são incorporadas à videocliques, estas potencialidades aumentam, pois, através de recursos audiovisuais é possível oferecer símbolos que agregam e auxiliam na construção de identidade a partir de uma cultura em comum.

### 3 VIDEOCLIFE: UM ARTEFATO DA CULTURA POP

Soares (2009) conceitua que os videocliques, fornecem material simbólico que colaboram na construção identitária e de comportamentos, através de uma cultura comum para a maioria dos indivíduos em muitas regiões do mundo. Entende-se, portanto, que o videoclipe, legitimado pela cultura pop, é um potente instrumento para reverberação de culturas e também de ideologias e pode ser utilizado também em protesto à insatisfação aos sistemas vigentes, conforme exposto na seção sobre cultura pop. A exemplo disso podemos citar o famoso videoclipe “*Another Brick in the Wall*”<sup>4</sup> da banda de rock inglesa *Pink Floyd* lançado em 1982, que faz crítica ao sistema educacional comparando a escola a uma fábrica

<sup>4</sup> disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=bZwxTX2pWmw>>. Acesso: 10 jul 2022

que (de)forma o aluno. Nele a simbiose entre música e vídeo tecem o sentido produzindo significado ao espectador.

Por se utilizar de imagens, ações, cores e música, o videoclipe é comparado ao cinema, uma vez que ambas as artes são formas de transmitir ideias, que utilizam conceitos similares para criação. De fato, a construção de imagem do videoclipe deriva da lógica e ferramentas do cinema. Todavia, enquanto que no cinema a música era inserida para dar suporte ao que acontecia imagetivamente, no videoclipe ocorre o oposto, as imagens são postas a fim de acompanhar a música.

Apesar desta diferença, essas duas artes possuem a característica da descontinuidade em comum. Tanto no cinema quanto no videoclipe imagens são recortadas e montadas, criando novos conceitos. É justamente pela característica de montagem de imagens que surge o termo “videoclipe”. A expressão “clipe” deriva de *clipping*, que em inglês significa recorte e *videoclipping* seria a colagem destas imagens configurando uma construção narrativa audiovisual.

A música, no videoclipe, agrega à montagem, dando sentido e conexão à produção a partir da diversidade de cenas e imagens do videoclipe. A descontinuidade e variação de imagens, figurinos, ritmos e cor contidas no vídeo, chamam atenção do público e faz com que a música, antes apenas som, ganhe então a tradução do seu discurso em representações visuais.

A televisão e o cinema tiveram um papel fundamental para a indústria fonográfica na reverberação dessa nova forma de arte. Data-se que nomes como Beatles e o Queen foram os pioneiros no campo do videoclipe, em meados dos anos 1960-1970, que na época consistia em justaposição de imagens feita para ser veiculada na televisão. (SOARES, 2004) Mas a popularização desta forma de arte se deu nos anos 1980 através da criação do *Music Television* (MTV), uma emissora de televisão que se dedicava a transmitir clipes musicais ininterruptamente.

Segundo Denise Zomer (2012), nesse contexto inicial os videoclipes eram construídos despreziosamente de narrativas. Contudo, com a popularização desse gênero pela MTV, obras mais elaboradas e consistentes passaram a ser produzidas, formato esse que perdura até a atualidade onde, em sua grande maioria, os vídeos possuem relação com a letra da música e seguem uma narrativa.

A chegada da MTV no Brasil se deu na década de 90 e o clipe inaugural foi a versão de Marina Lima da música “*Garota de Ipanema*” (SOARES, 2004, p. 9). Nessa época já existiam programas, em várias emissoras, dedicados à exposição de videoclipes, conforme ressalta Corrêa (2007), no entanto, o surgimento da MTV revolucionou o modo de se produzir música, a exemplo da escolha do *single*<sup>5</sup> para produção do videoclipe que se tornou um ato obrigatório para lançamento dos álbuns.

A dinâmica do acesso a videoclipes tem se reconfigurado à medida que as tecnologias de mídia avançam. Com o crescimento dos espaços cibernéticos e o surgimento de novos meios de comunicação através da internet, democratizou-se o acesso a esses conteúdos. Atualmente os espectadores não precisam mais se submeter a grade das emissoras de televisão para acessar um vídeo, hoje, eles podem ser acessados indiscriminadamente de forma remota por smartphones, *on demand*<sup>6</sup>, e o usuário tem autonomia de escolher qual conteúdo deseja acessar.

O YouTube foi criado em 2005, mas só em 2009 passou a ganhar notoriedade. Ele é uma plataforma de ancoragem de vídeos baseada na colaboração coletiva de forma remota. A popularidade do YouTube se dá pela praticidade e gratuidade para incorporação de vídeos através da rede de conectividade global (*Wide World Web*). A sua existência viabilizou o

<sup>5</sup> Música escolhida para promover um álbum, popularmente chamada de “música de trabalho”

<sup>6</sup> Sob demanda, em português. que implica em catálogo disponível para ser acessado.

acesso a variedades de conteúdos tornando-o mais prático e rápido. Hoje, para que um artista tenha um grande alcance de público não é mais necessário buscar emissoras de televisão para veiculação de seus produtos como antigamente, o YouTube proporciona esse alcance de forma massiva e gratuitamente.

#### **4 ESTIGMA DE GÊNERO: O PROMOTOR DE OPRESSÃO**

O antropólogo Goffman (2008) afirmou que o estigma gerado pela sociedade sobre um indivíduo cria nele sequelas que impactam na construção de sua identidade e contribui para a perpetuação de sistemas de opressão que negam direitos e dignidade aos sujeitos estigmatizados. Sob essa perspectiva é possível observar como o estigma também influencia diretamente na concepção do gênero feminino na sociedade.

A filósofa, escritora e ícone do pensamento feminista e existencialista, Simone de Beauvoir (1908-1986), em sua frase clássica retirada do livro "*O Segundo Sexo*" afirmou que "Ninguém nasce mulher, torna-se mulher" (BEAUVOIR, 1980, p.9), Beauvoir supõe, então, que não é uma questão biológica e/ou psíquica que define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade e sim o conjunto da civilização que elabora esse produto qualificador do feminino. David Le Breton (2007), contribui com o pensamento de Beauvoir ao afirmar que o corpo é pensado como uma forma moldada pela interação social e não pelo ponto de vista biológico.

Sendo a corporeidade um elemento socialmente construído, entende-se que é essa construção que define a masculinidade e a feminilidade e impõe os padrões de comportamento, aceitáveis ou não. Estes constructos sociais resultam num sistema onde há maior repressão sobre os corpos femininos, e reflete numa sociedade onde a representação da figura feminina passa a ser estereotipada à postura de subordinação. Onde, à figura masculina é atribuída a dominação e à figura feminina cabendo apenas suas potencialidades biológicas (ZIRBEL, 2007).

Diante disso, a figura feminina foi construída numa sociedade patriarcal, onde as atribuições da mulher estavam restritas aos afazeres domésticos e à educação dos filhos e qualquer mulher que se opusesse a tais representações sociais imputadas à figura feminina passava a ser vista como desviante social. Esse estigma gerado em torno da figura feminina, reduz a existência da mulher e lhe confere um lugar de inferiorização e incapacidade, lugar semelhante ao que Goffman (2008) conceitua acerca de sujeitos estigmatizados na sociedade.

Segundo Alves e Pitanguy (1981), a mulher possui um papel social coadjuvante desde as primeiras civilizações. As autoras afirmam que na Grécia Antiga a mulher tinha uma posição na sociedade equivalente à do escravo e sua função era diretamente ligada ao serviço em favor da subsistência do homem, seja pelos cuidados com a alimentação ou na perpetuação da espécie humana a partir da reprodução. Já na Idade Média, em detrimento das guerras, e por consequência o afastamento da figura masculina nos lares, as mulheres passaram a assumir os negócios da família para manutenção do sustento do lar.

Entretanto, o que aparentava ser um avanço, apenas reafirmava a desigualdade ainda presente na sociedade, visto que "o trabalho feminino sempre recebeu remuneração inferior ao do homem" (ALVES; PITANGUY, 1981, p. 18), além do mais, tais permissões sociais só eram conferidas à mulher na ausência da figura masculina, reforçando a assimetria entre os gêneros.

Tais exemplos expressam a relação de domínio, coerção e de poder que se perpetuaram ao longo dos séculos. Em geral, até o século XIX, a mulher era vista como um ser inferior aos homens e não possuíam os mesmos direitos e privilégios que eles, contudo, em oposição a esta linha de raciocínio surge o feminismo.

Conscientizando-se do fato de que as relações interpessoais contém também um componente de poder e de hierarquia [...] o feminismo procurou, em sua prática enquanto movimento, superar as formas de organização tradicionais, permeadas pela assimetria e pelo autoritarismo. (ALVES; PITANGUY, 1981, p. 8)

O feminismo apresenta-se diante desse contexto como um fenômeno que contrapunha o conceito de inferioridade, dependência e incapacidade associados à mulher, reivindicando direitos de cidadania através de uma prática de ação política estruturada e conferindo à mulher poder e protagonismo.

## 5 FEMINISMO: UMA REFUTAÇÃO AO ESTIGMA DE GÊNERO

O Feminismo surgiu na metade do século XIX como um movimento filosófico, social e político, cuja principal característica é a luta pela igualdade entre homens e mulheres e pela participação da mulher na sociedade. No ocidente o movimento passou a ganhar visibilidade a partir do século XX. Por meio dele as mulheres conseguiram se posicionar frente a diversas problemáticas de forma ativa, visando principalmente eliminar a desigualdade de gênero.

Podemos dividir o feminismo em quatro ondas tendo cada uma delas pautas específicas. A primeira onda, que ocorreu no século XIX, lutou pela isonomia e sufrágio; A segunda, de 1960 a 1980, a liberdade sexual da mulher; a terceira, a partir de 1990, a interseccionalidade; (MARQUES; XAVIER, 2018) e a quarta onda, a partir de 2010, o ciberativismo.

As lutas pelas quais o feminismo se engajou resultaram em discussões sob uma perspectiva mais abrangente, dentre elas: o equilíbrio entre os gêneros mesmo diante de suas diferenças, como afirma Amorim (2011, p. 4). Este conceito também é expresso por Alves e Pitanguy (1981, p.9-10): a importância da convivência harmoniosa diante das diferenças sem que um dos sexos sobreponham ao outro, extinguindo a ideia da superioridade de um deles quer seja no âmbito profissional, seja na participação política e/ou na esfera familiar.

O movimento feminista garantiu diversos benefícios à sociedade feminina ocidental, dentre eles podemos destacar o direito à educação, direito ao voto, direito ao trabalho entre outros. Contudo, enquanto as mulheres brancas buscavam a equidade dos direitos civis com os homens brancos, mulheres negras, ainda predestinadas à posição de subordinação, carregavam nas costas o peso da escravatura. Todavia, essa subordinação não se limitava à figura masculina, não obstante, a mulher negra também estava em posição servil perante à mulher branca.

Diante da concepção das interseccionalidades existentes dentro do feminismo surge o *black feminism* (feminismo negro), um movimento social e um segmento protagonizado por mulheres negras, com o fito de promover visibilidade às pautas de gênero e raciais e reivindicar seus direitos que começou a se fortalecer entre 1960 e 1980. No Brasil o movimento começou a ganhar força em 1980.

O problema da mulher negra se encontrava na falta de representação pelos movimentos sociais hegemônicos. A luta das feministas negras é uma batalha contínua para nivelar seu lugar ao lugar das mulheres brancas, o que reflete na representação feminina na mídia, seu espaço no mercado de trabalho, o lugar de vítima da violência sexual, o protagonismo da maternidade, entre outros temas. C. E. Henning (2015) identifica um número expressivo de publicações dos feminismos de segunda onda que transpareciam descaso com o racismo como uma característica interna das “relações patriarcais ocidentais”. Ribeiro (2018) também defende a importância da interseccionalidade no feminismo:

O movimento feminista precisa ser interseccional, dar voz e representação às especificidades existentes no ser mulher. Se o objetivo é a luta por uma sociedade

sem hierarquia de gênero, existindo mulheres que, para além da opressão de gênero, sofrem outras opressões, como racismo [...] torna-se urgente incluir e pensar as intersecções como prioridade de ação, e não mais como assuntos secundários. (RIBEIRO, 2018, p. 31)

Atualmente esta problemática ainda circunda o Brasil e é preciso pensar em ações para mitigar tal adversidade. Diante disso, o empoderamento feminino vem como um artifício para promoção da autoaceitação a partir da conscientização acerca da mulher, e o seu papel social, sob uma perspectiva individual e coletiva.

### 5.1 Ser “dona de si”: O empoderamento feminino

O conceito de empoderamento surge do termo em inglês *empowerment* e consiste no ato de conceder poder a um indivíduo ou a si próprio. A Organização das Nações Unidas (ONU) Mulheres (2017) define que “A pessoa empoderada pode definir os seus objetivos, adquirir competências (ou ter as suas próprias competências e conhecimentos reconhecidos), resolver problemas e desenvolver seu próprio sustento. É, simultaneamente, um processo e um resultado.” (ONU, 2017, p. 25). O conceito do Empoderamento Feminino bebe da fonte dos ideais feministas. Ribeiro (2018) diz que o empoderamento feminino é um ato que diz respeito a mudanças sociais geradas no âmbito coletivo, mas também nas consciências individuais.

É inegável a contribuição do feminismo enquanto movimento social, entretanto, ainda há um caminho a percorrer para resolução de outros problemas sociais, sobretudo no Brasil. As conquistas alcançadas pela luta do feminismo não resultaram no fim da opressão feminina conforme esperado, e ainda há desigualdades encobertas em diversas esferas sociais que precisam ser exterminadas. O assédio; a violência sexual e doméstica e a disparidade no mercado de trabalho são alguns dentre os muitos obstáculos que as mulheres ainda enfrentam. Acerca da desigualdade no mercado de trabalho entre homens e mulheres, Elaine V. Leitão (1988 apud AMORIM 2011) descreve que

O avanço da participação feminina no trabalho aumenta consideravelmente, porém a posição real da mulher não é das mais promissoras. Apesar de encontrar-se aberto para ela o mercado de trabalho, ainda é considerada mão-de-obra de reserva. Mesmo quando possui qualificação profissional, é induzida a exercer profissões femininas (cf. Isto não é serviço para mulher) e os cargos mais importantes ainda são reservados aos homens. Até hoje impera o preconceito de que as mulheres foram feitas para desempenhar tarefas secundárias (LEITÃO, 1988, p. 74 apud AMORIM, 2011, p.2)

A ONU Mulheres na cartilha “*princípios do empoderamento das mulheres*” destaca sete princípios para o empoderamento feminino no meio empresarial<sup>7</sup> a fim de que, por meio de ações políticas exequíveis, estas problemáticas sejam solucionadas a começar no mercado de trabalho. Ante o exposto, é necessário que haja a compreensão de que o empoderamento feminino não deve ser um ato individual com o fim em si mesmo, mas sim uma ação que proponha mudanças na estrutura social por meio da adoção de medidas, a fim de erradicar as opressões ainda enfrentadas pelas mulheres.

Nos últimos tempos o feminismo tem tido uma excelente aliada na propagação de discursos e ações anti-opressão e de apoio à mulher: a internet. A internet tem atuado como um potencializador da temática do empoderamento feminino através do ciberativismo.

<sup>7</sup> Ver:

[https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha\\_ONU\\_Mulheres\\_Nov2017\\_digital.pdf](https://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/cartilha_ONU_Mulheres_Nov2017_digital.pdf). Acesso em: 06 jul. 2022

Ferramentas como YouTube, *Instagram*, *Facebook* e outras redes sociais, têm funcionado como canais, viabilizado o acesso a produtos ligados à temática de empoderamento feminino por parte de diversas pessoas das várias classes sociais, operando como um dispositivo reverberador de conceitos e pautas de autoaceitação e contra a discriminação.

## 6 QUEM É IZA NA FILA DO POP?

Isabela Cristina Corrêa de Lima Lima, popularmente conhecida como Iza, é cantora, compositora, multi instrumentista, apresentadora e publicitária que tornou-se conhecida nacionalmente, em 2016, após ser contratada pela gravadora Warner Music. Nascida em família humilde, Iza vivia no subúrbio carioca, mas aos seis anos precisou mudar-se com os pais para Natal-RN, onde teve sua primeira experiência com a música cantando no coral de uma igreja. Aos catorze anos, começou a fazer pequenos shows em eventos religiosos da região, mas sem considerar a música como possível profissão. Aos vinte e cinco anos, já de volta ao Rio de Janeiro e formada em Publicidade e Propaganda pela PUC-Rio, percebeu finalmente que seu talento era no canto, então criou um canal no YouTube onde publicava vídeos de covers.

Iza lançou singles e videoclipes que lhe renderam várias premiações como a indicação ao *Grammy* Latino, em 2018, na categoria “melhor álbum pop contemporâneo em língua portuguesa” entre outras. Algumas produções da artista também viraram tema para campanhas publicitárias e trilhas sonoras para novelas da rede globo. Em 2018, Iza lançou o seu primeiro álbum intitulado “*Dona de Mim*” e a faixa que carrega o título do álbum tornou-se a música tema da campanha “*#SouDona*” para o dia internacional das mulheres em 2021, uma parceria entre a Tik Tok Brasil e a Warner Music.

Falar sobre representatividade e questões raciais sempre estiveram presentes na vida de Iza, porém, pouco expressas em suas produções. Parece que a frase “*sempre fiquei quieta, agora vou falar!*” em “*Dona de Mim*” veio como um prenúncio à postura que Iza adotaria dali em diante. A partir de então, produções com temáticas fortes, carregadas de simbologias e com caráter representativo se tornaram mais frequentes. A preocupação com o impacto social de suas produções, e não meramente com questões estéticas para saciar a indústria fonográfica, tornou-se um fator preponderante e o usufruto da sua influência como ferramenta para promoção de reflexões sobre questões humanitárias e raciais, a partir de suas produções, se tornou uma missão para a cantora.

Eu sempre falo que os artistas precisam refletir sobre a época em que vivem, como Nina Simone, e eu acredito muito nisso. Eu entendi que no futuro as pessoas podem entender o cenário político e social que a gente vive através das nossas letras e me fez dar uma importância ainda maior para as composições e para a responsabilidade que a gente carrega<sup>8</sup> (IZA, 2020).

Iza tem sido considerada uma referência no cenário pop nacional atualmente, justamente por levantar pautas sobre empoderamento feminino, autoaceitação e cultura negra no Brasil e suscitar críticas à sociedade em suas produções. E em detrimento disso, os seus produtos, sobretudo audiovisuais, tornam-se aptos à uma análise crítica aplicada aos estudos culturais e midiáticos. A artista é uma das personalidades brasileiras que tem grande engajamento nas redes sociais. O número de seguidores que Iza possui nas redes sociais

---

<sup>8</sup> SANT’ANNA, Thais. Iza e Projota falam sobre importância da representatividade na cultura pop . **Metrópoles**. 2020. Disponível em: <<https://www.metrosoles.com/colunas/leo-dias/iza-e-projeta-falam-sobre-importancia-da-representatividade-na-cultura-pop>>. Acesso em: 05 jul. 2022.

*Instagram, Tiktok e Twitter* chegam a, respectivamente, ao número de 16,2 milhões, 4,2 milhões e 4,4 milhões, espaços estes que a artista utiliza para compartilhar sua vida e também mensagens de conscientização<sup>9</sup> com seu público. Nas plataformas de áudio, a cantora coleciona mais de 3 milhões de ouvintes mensais no *Spotify*<sup>10</sup> e mais de 1 bilhão de visualizações totais no Youtube<sup>11</sup>, plataforma na qual está ancorada o videoclipe “*Dona de Mim*”, single do álbum de mesmo nome, que soma atualmente mais de 242 milhões de visualizações e mais de 20 milhões de reproduções no *Spotify*.

## 7 METODOLOGIA

Observando o potencial didático do videoclipe, a carga simbólica que ele possui, como também a influência que ele pode exercer sobre quem o consome, foi realizada neste estudo uma pesquisa analítica, de cunho qualitativo e de abordagem descritiva. Em que, para execução da análise, adotamos como linha metodológica a Análise da Narrativa de Luiz Gonzaga Motta (2013) e Jane Stokes (2003), para a análise da canção, e Análise do Discurso de Eni Puccinelli Orlandi (2012) para análise do videoclipe.

O objeto desta pesquisa é o videoclipe “*Dona de Mim*” da cantora Iza (lançado em 2018, na plataforma do YouTube) e as ferramentas metodológicas adotadas no estudo foram utilizadas a fim de observar o contexto apresentado no clipe, recorrendo a um exame da composição do videoclipe, enquanto arranjo imagético e canção, e o que eles comunicam. Sendo assim, entendemos que o nosso objeto de estudo apresenta em seu interior diversos subtemas interligados à temática central do videoclipe.

O contexto do videoclipe é referente aos desafios de ser mulher e conquistar seu espaço em cenários majoritariamente masculinos, a partir da construção de uma identificação em comum por meio de fatores de similaridade, neste caso, o gênero, como semelhança central e a raça como semelhança periférica.

O objetivo do estudo é perceber e identificar como a artista traduziu esses elementos da cultura, da qual faz parte, para o seu produto audiovisual. Para tanto, a pesquisa foi desenvolvida à procura de dados para propiciar a exploração das mensagens abordadas no clipe da cantora. A pesquisa seguiu a linha de ação baseada em observação, análise e registro dos dados e interpretação sobre os resultados obtidos.

Sobre a análise do discurso, Orlandi (2012) a define como uma prática que “visa compreender como os objetos simbólicos produzem sentido, analisando assim os próprios gestos de interpretação que ela considera como atos no domínio simbólico, pois eles intervêm no real sentido” (ORLANDI, 2012, p. 26). Sendo assim, o discurso pode ser considerado como um “conjunto das práticas que constituem a sociedade na história, com a diferença de que a prática discursiva se especifica por ser uma prática simbólica.” (ORLANDI, 2012, p.71).

O discurso é uma mediação entre o ser humano e a realidade vivida, externada a partir da linguagem e por ser uma forma de expressão de realidades e conceitos, “não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia” (ORLANDI, 2012, p. 47) o que torna a ideologia um elemento intrínseco ao discurso.

Segundo Orlandi (2012) para se analisar o discurso devemos compreender que

A melhor maneira de atender a questão da constituição do corpus é construir montagens discursivas que obedeçam critérios que decorrem de princípios teóricos de análise de discurso, face aos objetivos da análise, e que permitam chegar à sua

<sup>9</sup> Disponível em <<https://www.instagram.com/p/CU8Gpk5rJZd/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>>. Acesso em 19 jul 2022

<sup>10</sup> Dados disponíveis em: <<https://open.spotify.com/artist/3zgnrYIltMkgeejmvMCnes>>. Acesso em 19 jul 2022

<sup>11</sup> Dados disponíveis em: <<https://www.youtube.com/c/IZAoficial/about>>. Acesso em: 19 jul 2022

compreensão. Esses objetivos em consonância com o método e os procedimentos, não visa a demonstração mas a mostrar como um discurso funciona produzindo (efeitos de) sentido. (ORLANDI, 2012, p.63)

Diante disso, para a análise do videoclipe primeiramente foi feita a delimitação do corpus, no nosso caso, o videoclipe "*Dona de mim*" da cantora Iza, em seguida a análise e contextualização histórico/social do discurso a partir de bibliografias complementares a fim dar robustez ao discurso analisado e por fim, o tratamento dos dados analisados.

Além do videoclipe, a canção também foi analisada tendo em vista a importância deste elemento para o diálogo como os recursos imagéticos e enxergando a cantora como narradora e figura central na música ao relatar situações vividas como em forma de testemunho, servindo, neste caso, como pressuposto para a construção de sentido do produto audiovisual.

Para tanto, o aporte teórico para a observação deste elemento foi a Análise de Narrativa (MOTTA, 2013), este processo metodológico vê o objeto examinado como lugar onde se faz a construção do sentido. A análise de narrativa segundo Jane Stokes (2003), é uma ferramenta metodológica frequentemente utilizada para descompactar a intenção ideológica de um fragmento de obra. Para Luiz Gonzaga Motta (2017), a narrativa gera a possibilidade de interpretação do conteúdo a partir da identificação de um contexto sociocultural vivenciado pelo sujeito narrador e o sujeito ouvinte.

Embasado nessas metodologias, primeiramente, para a coleta de dados, realizamos uma pesquisa exploratória por meio de análise bibliográfica referente às temáticas de videoclipe (SOARES, 2008), cultura pop (JANOTTI JR, 2015; SOARES, 2015), estigma (GOFFMAN, 2008), feminismo (HENNING, 2015; BEAUVOIR, 1990), racismo no Brasil (RIBEIRO, 2019) e feminismo negro (RIBEIRO, 2018). Secundariamente, foi feita a análise do videoclipe a partir da esquematização da narrativa e a fragmentação dos *takes* preponderantes com o fito de identificação de elementos que constroem sentido à narrativa e transmitem identificação a partir destas mensagens pelo público espectador. O *corpus* do estudo foi endossado pelo documentário "*Mulheres que inspiram*"<sup>12</sup>, que complementa o clipe analisado, objetivando agregar maiores informações acerca das simbologias e personagens trazidas na obra. E por fim, a discussão dos dados analisados.

## 8 ANÁLISE DA OBRA

A fim de obter uma análise mais abrangente do *corpus* do estudo foi dividido em etapas designadas por subtemas. Inicialmente trataremos da análise do arranjo da composição musical, compreendendo a letra da música como parte do conjunto do videoclipe, complementando um ao outro, onde a análise foi dividida em estrofes, pré-refrão e refrão.

E para viabilizar a observação da primeira etapa, isto é, a análise da letra da música, adotamos a metodologia de Análise Narrativa (MOTTA, 2013; STOKES, 2003).

Para a segunda etapa, a análise do videoclipe, foi realizada a divisão a partir das cenas que ambientam o videoclipe, bem como a análise do videoclipe. Como aporte metodológico utilizamos a Análise do Discurso (ORLANDI, 2012), bem como o percurso proposto por ela.

### 8.1 Letra

Para melhor compreensão desta parte, dividimos a estrutura da música em: estrofes, pré-refrão e refrão. Assim, analisaremos primeiro as estrofes e em seguida o pré-refrão e o refrão. A disposição da letra nas estrofes assemelha-se à usada no Rap, construída por uma letra cantada de forma mais falada, recitada, com acentuação nas terminações das frases,

<sup>12</sup> Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=NtizWIt1X-Q> >. Acesso em: 09 jun. 2022

enquanto que no pré-refrão e refrão da música ocorre uma mudança e ela passa a ser mais melódica, isto é, cantada.

A canção interpretada por Iza é uma composição de Arthur Marques e o arranjo melódico foi produzido numa parceria realizada entre Brabo, Ruxell e Sérgio Santos. A letra<sup>13</sup>, possui uma temática política, empoderada que retrata a autoaceitação, luta e resiliência. Inicialmente a intérprete fala na primeira pessoa do singular, referindo-se a si mesma e isso pode ser destacado nos trechos a seguir:

Já me perdi tentando me encontrar,/já fui embora querendo nem voltar./penso duas vezes antes de falar,/porque a vida é louca, mano, a vida é louca./ Sempre fiquei quieta, agora vou falar,/se você tem boca, aprende a usar,/sei do meu valor, e a cotação é dólar,/porque a vida é louca, mano, a vida é louca. (DONA de mim, 2018)

O trecho das primeira e segunda estrofes, analisadas acima, evidenciam a lida protagonizada pela personagem em driblar a repressão sofrida, que não somente abrange ao público feminino, mas também descreve o histórico de repressão sofrido pelos afrodescendentes. O trecho “*Penso duas vezes antes de falar*” alude a um dos estereótipos sociais impressos às pessoas negras: a agressividade, proveniente da estigmatização destes indivíduos, que em alguns casos ocorriam como fruto da criação de uma personalidade reativa frente às agressões sofridas. Obviamente que este traço de personalidade não tem nada a ver com uma característica racial, todavia, por conta deste estigma, pessoas negras devem agir e falar com mais cautela para que não sejam mal interpretados e isso lhes acarrete infortúnios. Quando o indivíduo em questão é mulher, a preocupação é dobrada em razão de todas as problemáticas sociais que envolvem a posição da mulher negra na sociedade que historicamente tiveram suas vozes silenciadas (HENNING, 2015) este ponto é evidenciado no trecho da música “*sempre fiquei quieta, agora vou falar*”.

No trecho “*sei do meu valor, e a cotação é dólar*” a cantora faz um trocadilho usando o alto valor da moeda norte americana em comparação ao real, moeda atual brasileira. Este trocadilho vem como uma forma de expressar o reconhecimento da sua relevância como indivíduo na sociedade e a consciência do impacto do seu posicionamento.

Outro ponto a se destacar é o trecho do quarto e oitavo versos é a aplicação da expressão “Vida Louca”, hipoteticamente a expressão deriva do termo “*thug life*” criado pelo rapper norte americano Tupac Shakur, que numa tradução livre seria algo como “vida difícil” ou “vida loka”, expressão muito utilizada por pessoas de regiões marginalizadas, usada para descrever um cenário caótico e desfavorável socioeconomicamente.

Seguindo a análise, partiremos às seguintes estrofes onde a artista altera o sujeito da canção se dirigindo à uma segunda pessoa:

Já não me importa a sua opinião,/o seu conceito não altera minha visão,/foi tanto ‘sim’, que agora digo: ‘não!’/Porque a vida é louca, mano, a vida é louca./ Quero saber só do que me faz bem,/papo furado não me entretém,/não me limite que eu quero ir além,/porque a vida é louca, mano, a vida é louca. (DONA de mim, 2018)

No trecho das terceira e quarta estrofes, dispostas acima, é observado que a protagonista possui um histórico de “concessões” e subjugo à vontade de terceiros, outrora considerados superiores a si. Mas hoje desenvolve uma opinião própria, impondo suas próprias vontades e pontos de vista sem se deixar ludibriar por aqueles que não querem vê-la em um lugar de destaque. Djamila Ribeiro (2018) disserta sobre a importância dessa (re) tomada da voz pela mulher negra:

<sup>13</sup> Disponível em: < <https://www.lettras.mus.br/iza/dona-de-mim/> >. Acesso em: 01 jun. 2022

Muitas feministas negras pautam a questão da quebra do silêncio como primordial para a sobrevivência das mulheres negras. Angela Davis, Audre Lorde e Alice Walker abordam a importância do falar em suas obras. “O silêncio não vai te proteger”, diz Lorde. “Não pode ser seu amigo quem exige seu silêncio”, diz Walker. “A unidade negra foi construída em cima do silêncio da mulher negra”, diz Davis. Essas autoras estão falando sobre a necessidade de não se calar ante opressões como forma de manter uma suposta unidade entre grupos oprimidos, ou seja, alertam para a importância de que ser oprimido não pode ser utilizado como desculpa para legitimar a opressão. (RIBEIRO, 2018, p. 83.)

No pré-refrão e refrão a artista volta a falar na primeira pessoa:

“Me perdi pelo caminho,/mas não paro, não,/já chorei mares e rios,/mas não afogo, não./ Sempre dou o meu ‘jeitin’/é bruto, mas é com ‘carin’/ porque Deus me fez assim, dona de mim;/deixo a minha fê guiar/sei que um dia chego lá/porque Deus me fez assim,/dona de mim.” (DONA de mim, 2018)

Nesse ponto, de pré-refrão e refrão, é explanado que apesar de todo o sofrimento vivido, porém superado, há sempre a busca constante de uma forma de viver bem à sua própria maneira, sem que seja necessário mudança de nenhuma característica sua para agradar outrem. Sempre mantendo a fé, perseverança, independência e autoconfiança.

Angela Davis (1981) declara que a postura de perseverança, tenacidade frente às opressões vivenciadas, mais veementemente adotadas pelas mulheres negras, é fruto de um legado de resistência e persistência transmitido desde as gerações antepassadas.

Foram essas mulheres que transmitiram para suas descendentes do sexo feminino, nominalmente livres, um legado de trabalho duro, perseverança e autossuficiência, um legado de tenacidade, resistência e insistência na igualdade sexual – em resumo, um legado que explicita os parâmetros para uma nova condição da mulher. (DAVIS, 1981, p. 22)

A partir da concepção exposta na canção, ser dona de si simboliza resiliência ante as intempéries da vida, como também a quebra dos paradigmas da dominação masculina e submissão impostas pelo sistema, implicando em empoderamento a partir da auto consciência do seu valor.

## 8.2 O Videoclipe

Neste tópico, será analisada a composição filmográfica da obra, seguindo a perspectiva da análise do discurso (). A análise foi dividida em quatro cenas, sendo estas divisões definidas a partir do cenário que as ambienta, que são: a casa, a escola, o tribunal e a igreja e análise do figurino como elemento complementar à narrativa.

Em “*Dona de mim*”, que faz parte do universo pop, é possível reconhecer outros tipos de cultura compartilhada, a cultura popular, identificada a partir dos grupos de mulheres representados a cada *frame* da produção, e cultura material à cultura negra, a partir de elementos da cultura africana na indumentária (argolas), no cabelo crespo (afro), nos figurinos utilizados pela cantora e no *Black Gospel Choir*<sup>14</sup>, trazendo o estereótipo dos coros musicais comuns nas igrejas batistas norte-americanas.

O videoclipe dirigido por Felipe Sassi foi minuciosamente planejado e produzido, desde a escolha das atrizes, onde duas delas interpretam a si mesmas, até a escolha dos elementos de figurino e cenários.

<sup>14</sup> Coral negro evangélico, em português

A narrativa gira em torno de 3 personagens centrais, que por ordem cronológica de aparecimento são: a mãe solteira, interpretada pela musicista e mãe Bia Sabiá; a professora, interpretada pela educadora Josi Lima e a advogada, interpretada pela atriz e mulher trans Marcella Maia.

A escolha de trazer “mulheres reais” para a produção traz à luz a realidade de muitas mulheres brasileiras aguerridas, próximas a nós que, independentemente de suas adversidades e dificuldades enfrentadas diariamente, têm orgulho de quem são e são donas de si. E esta escolha tem por objetivo gerar identificação no público principalmente feminino resultando num processo de empoderamento de outras mulheres gerando autovalorização e incentivando-as à adoção de uma postura de voz ativa que tire-as do lugar de passividade e subserviência.

“Quero muito que as mulheres se sintam empoderadas e confiantes o suficiente sim para serem quem elas realmente são, quem elas querem ser, não aquilo que dizem pra gente sobre o que é bonito, sobre o que é correto, sobre como você deve lecionar, como você deve se vestir, como você deve tratar os seus filhos, como você deve advogar, como você deve existir.” (IZA, 2018)

Partindo para análise das cenas mais importantes é possível destacar a figura da cantora que interpreta uma “personalidade” que transita por todos os cenários, dando suporte e protegendo as personagens, que posteriormente, guiadas pela cantora, se encontram no mesmo lugar, a igreja. Baseado nesta função cumprida pela personagem representada por Iza, podemos supor que no videoclipe lhe é atribuída a representação da fé, que guia as personagens para um determinado lugar, assim como diz no refrão da música *"deixo a minha fé guiar"*.

### 8.2.1 Primeira Cena

A primeira cena inicia-se a partir dos 11 segundos de vídeo, onde a cantora aparece numa casa e ao fundo há uma mãe com seu filho. Com a criança em seu colo, ela segue executando atividades ordinárias como: gerir a casa e cuidar do filho enquanto estuda. Essa cena comunica alguns desafios enfrentados pelas mães solo, como: o abandono afetivo parental e a falta de uma rede de apoio para conciliar os estudos e a maternidade, o que acaba resultando na sobrecarga de atribuições à figura materna.

**Figura 1:** Trecho retirado do videoclipe



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022)

As competências sociais dadas à mulher eram baseadas na ideia (equivocada) de que o fator biológico definiria qual seriam as atribuições de cada indivíduo no seio da sociedade. Às mulheres cabiam os afazeres domésticos e a maternidade, enquanto que aos homens estavam destinadas as atividades consideradas mais nobres, como os estudos e negociações comerciais. Esta concepção perdurou por muito tempo até que foi refutada pelo feminismo no século XIX, que tinha como pauta, na Primeira Onda, o acesso das mulheres à educação e mudanças na legislação sobre o casamento, bem como na Segunda Onda que pautou a liberdade sexual da mulher, o aborto, e o direito de poder optar pela maternidade ou não (MARQUES; XAVIER, 2018, p. 6). Em detrimento disso, concepções equivocadas se construíram em torno do movimento, como o caráter excludente dos estudos em relação ao casamento e à maternidade.

Todavia, o fato é que a busca pela equidade de gênero e a aspiração pelo crescimento profissional não anulam a possibilidade da mulher constituir família e/ou exercer a maternidade, ao contrário, o feminismo, bem como o empoderamento feminino buscam justamente a promoção do direito de livre escolha à mulher sobre qual percurso ela deseja trilhar e, conciliar a vida profissional e pessoal da forma por ela determinada.

Esta cena dialoga com a ideia expressa por Amorim (2011, p.6) “Atualmente, após a conquista do seu espaço ainda que ‘masculinizado’, a mulher busca atingir a sua maturidade, entendendo que a profissão não a impede de ter uma família (esposo e filhos) e vice-versa. Ela está, com isso, se redefinindo social e culturalmente”, mesmo que tenha que lidar com a sobrecarga em razão da ausência da figura paterna, problemáticas expressas nesta cena.

### 8.2.2 Segunda Cena

A segunda cena se passa a partir dos 33 segundos de duração e o cenário que a ambienta é a Escola Estadual Conselheiro Antônio Prado, localizada na Barra Funda, em São Paulo. A cantora reaparece em meio a uma sala de aula vestida com uma farda militar na frente de uma professora negra, personagem abertamente inspirada na mãe da Cantora e também professora Isabel Cristina Lima, juntamente com uma turma de jovens alunos de escola de periferia, em sua maioria negros.

**Figura 2:** Trecho retirado do videoclipe



**Fonte:** Captura de tela realizada pela autora (2022)

Na cena da sala de aula é possível observar escrito na lousa algumas frases referentes a acontecimentos históricos de escravização do povo africano no período colonial. Algumas frases identificadas são: “*A escravidão no Brasil*” “*Os negros chegaram por volta do ano de 1533. [...] Embarcados nos navios em condições Desumanas!*”, “*Navio tumbeiro*”, “*O Brasil foi o país que mais explorou negros e o país que escravizou negros por mais tempo*”, “*Pra*

*pesquisar: Quilombo dos palmares”, “53% da população do país é Negra.”, “ Questionário: você acha que o Brasil é um país racista? [...]”.*

Estas palavras não foram dispostas despropositadamente, elas seguem o intento de comunicar uma problemática que circunda a educação brasileira, a ausência de metodologia de ensino que aborde a história dos povos africanos trazidos ao Brasil.

Djamila Ribeiro (2019) aponta que a história do mundo apresentada na escola é retratada sob a perspectiva branca e a cultura europeia vista como superior e o ideal a ser seguido. Esse eurocentrismo se faz presente na cultura brasileira desde o período colonial. Os povos negros e indígenas, bem como suas culturas, eram considerados seres ignóbeis e profanos. A prática da eugenia, que ocorreu no Brasil em meados de 1910 amparada pelo racismo científico, confirma a existência desse pensamento preconceituoso baseado na crença da existência de uma raça superior e os negros não faziam parte dela.

Gilberto Freyre (1900-1987), contemporâneo a esta época, contrapôs a teoria do racismo científico, todavia, ele delimitou outro problema: o mito ideológico da democracia racial no Brasil. Tal ideologia defendia a “ideia de relacionamento pacífico entre as diversas etnias, deixando fora a discussão dos conflitos raciais no Brasil” (SILVA, 2005, p. 96), o que evidentemente não ocorria nem no Brasil e nem em lugar algum do mundo.

Infelizmente a equívoca ideologia da democracia racial perdura no Brasil até os dias atuais. O racismo segue arraigado na estrutura da sociedade e ocorre muitas vezes velado, e isso impede que indivíduos que não sofrem esse tipo de preconceito, reflitam sobre comportamentos discriminatórios.

Outro fator que coopera com o racismo estrutural se dá pelo fato de que “no Brasil, há a ideia de que a escravidão aqui foi mais branda do que em outros lugares o que nos impede de entender como o sistema escravocrata ainda impacta a forma como a sociedade se organiza. É necessário reconhecer as violências ocorridas durante o período escravista.” (RIBEIRO, p.6). Posto isso, é preciso entender que “falar sobre racismo no Brasil é, sobretudo, fazer um debate estrutural. É fundamental trazer a perspectiva histórica e começar a relacionar escravidão e racismo, mapeando suas consequências.” (RIBEIRO, 2019, p.5).

Sueli Maria Silva (2005) e Djamila Ribeiro (2019) defendem que medidas devem ser adotadas para combater esta prática. Silva (2005) no artigo “*Racismo e Educação no Brasil*” asserta que mecanismos de combate ao racismo devem ser adotados a começar na escola:

Portanto, a escola tem pela frente diversos desafios para que possa lidar com a discriminação racial. O primeiro deles é encontrar mecanismos de combate ao preconceito e discriminações raciais na família e na escola; segundo - elaborar propostas curriculares e educacionais para o enfrentamento das questões raciais a partir da pré-escola; terceiro - a necessidade de se elaborar novas propostas e material didático para enfrentar o problema e quarto - exigir a formação de uma identidade negra positiva que se construa na relação com o branco e no reconhecimento das diferenças. (SILVA, 2005, p. 98)

Já Ribeiro (2019) propõe que:

Algumas atitudes simples podem ajudar as novas gerações, como apresentar para crianças livros com personagens negros que fogem de estereótipos ou garantir que a escola de seus filhos aplique a Lei n. 10639/2003, que alterou a lei de diretrizes e bases da educação para incluir obrigatoriedade do ensino história africana e afro-brasileira. Um ensino que valoriza as várias existências e que referencie positivamente a população negra é benéfico para toda a sociedade, pois conhecer a histórias africanas promove outra construção da subjetividade de pessoas negras, além de romper com a visão hierarquizada que pessoas brancas têm da cultura negra, saindo do solipsismo branco, isto é, deixar de apenas ver humanidade entre seus

iguais. Mais ainda, são ações que diminuem as desigualdades. (RIBEIRO, 2019, p. 16)

Figura 3: Trecho retirado do videoclipe



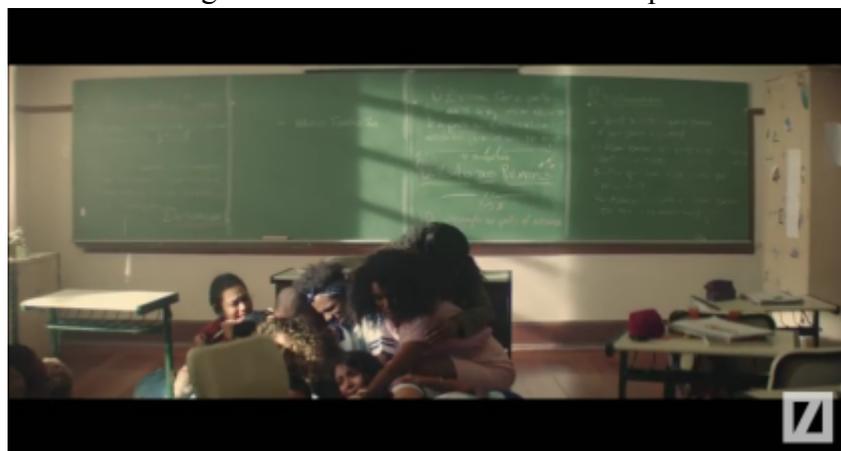
Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022)

A cena também dialoga com o espectador em um dos momentos que representa a exposição à violência aos que estão na sala de aula, aos 55 segundos do vídeo. Enquanto a professora, interpretada por Josi Lima, atende alguns alunos, a aula é interrompida por um tiroteio que se inicia nas proximidades do colégio. Todos se jogam ao chão e a educadora assume a função de protetora formando um escudo humano por cima dos alunos cobrindo-os com seu próprio corpo e logo após é encoberta pela cantora.

No documentário *“Mulheres que inspiram”*, Iza relata que situações como esta fazem parte do cotidiano de professores e estudantes de escolas públicas localizadas em áreas consideradas de risco. A mãe da cantora, que leciona em escola pública, inclusive compartilhou com ela algumas experiências de violência semelhantes que vivenciou.

*A gente retrata no clipe uma cena de violência, e isso é uma realidade de quem é professora da rede pública e eu acho que muitas pessoas vão se sensibilizar com isso, não só as mulheres que vivem isso, mas os companheiros e as famílias e os amigos vão ver o quão denso e profundo é ser mulher no Brasil. (IZA, 2018)*

Figura 4: Trecho retirado do videoclipe



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022)

É seguindo o pensamento de conscientização que estas mensagens são comunicadas neste trecho analisado. A abordagem de temáticas tão densas e urgentes, utilizando como

canal uma potente ferramenta de comunicação para formação de senso político, para assim quebrar a estrutura racista e violenta que usurpa direitos e põe em risco a população negra no Brasil.

### 8.2.3 Terceira Cena

O terceiro *take*<sup>15</sup> ocorre aos 1 minuto e 39 segundos do vídeo e é protagonizado pela advogada e uma ré, interpretada por uma senhora negra. Ambas estão inseridas num cenário preponderantemente masculino, nele é abordado o desafio do enfrentamento à misoginia. A cantora surge sentada entre o júri totalmente constituído por homens brancos, bem vestidos e, aparentemente, de alto poder aquisitivo, seguindo a padronização estereotípica da sociedade misógina e desigual em que vivemos.

Nesta cena é possível seguir por dois vieses interpretativos, ambos dentro da mesma temática. São eles: o julgamento imposto pela sociedade patriarcal perante os corpos femininos e a importância da representatividade negra nos espaços de protagonismo, a partir da comparação à uma cena de referência da cantora Beyoncé. A primeira, metaforiza o julgamento da sociedade a que a mulher é submetida diariamente, a proposição das personagens é proposital e toca na temática da interseccionalidade do feminismo.

Observa-se nesta cena que a mulher que tem a palavra é a mulher branca e esta defende a causa da mulher negra, seguindo um conceito caracterizado por Lélia Gonzalez (1984) de tratar o negro como *infans* (sujeitos infantilizados que não possuem capacidade de falar por si só), e suscita reflexão diante da problemática da legitimação da fala negra apenas quando esta mesma fala é proferida por uma pessoa não negra.

A advogada após fazer um discurso fervoroso em favor de sua cliente, profere as palavras presentes na letra da música: “[...] porque a vida é louca, mano, a vida é louca [...]” subentendendo que o contexto no qual a ré estava inserida, a vida difícil, anteriormente elucidado, impõe percalços que dificultam ainda mais a sua caminhada.

Aos 2 minutos e 14 segundos, a mulher, na posição de ré, olha para a advogada e sorri num ato de cumplicidade, como uma espécie de reconhecimento da compreensão da realidade de marginalização enfrentada por ambas. Conceito que Djamila Ribeiro (2018) discute, a união pelo gênero apesar das especificidades que as afastam.

Figura 5: Trecho retirado do videoclipe



Fonte: Captura de tela realizada pela autora (2022)

<sup>15</sup> Tomada em português, referente à captura de vídeo realizada dentro de um período inicial e final de gravação.

Ainda neste cenário, é possível observar que a cena, no início, alude ao clipe “*formation*” de Beyoncé. A cantora Beyoncé é um ícone da música pop e tem se tornado referência em clipes que abordam o feminismo negro e do movimento negro na atualidade, suas obras são conhecidas por trazer inúmeros simbolismos que evocam a cultura negra nos Estados Unidos e enaltecem a ancestralidade africana.

**Figura 6:** Trecho retirado do videoclipe “Dona de mim” de Iza



**Fonte:** Captura de tela realizada pela autora (2022)

**Figura 7:** Trecho retirado do videoclipe “*Formation*” de Beyoncé<sup>3</sup>



**Fonte:** Captura de tela realizada pela autora (2022)

Em “*formation*”, aos 2 minutos e 17 segundos de vídeo, Beyoncé aparece cercada por mulheres negras bem vestidas e numa posição privilegiada, como “donas da casa grande”, diferentemente da posição de serventia comumente ocorre na sociedade racista e patriarcal. Nesta cena ela metaforiza a importância da ascensão social em conjunto, isto é, quando uma mulher negra emerge socialmente isoladamente não gera impacto significativo ao ponto de abalar o racismo estrutural, enquanto que quando há ascensão de mais pessoas da base da pirâmide social este fato gera um abalo nesta estrutura. Ribeiro (2018) afirma que o que retifica o empoderamento feminino é a busca pelo fortalecimento de outros e a promoção do benefício coletivo, visando uma sociedade mais justa, não a satisfação de um interesse individual.

Iza faz uma ligação a partir da mensagem de Beyoncé, mostrando a preponderância masculina no espaço de poder, aos 2 minutos e 12 segundos do vídeo “*Dona de mim*”. Esta cena também abre a discussão frente às múltiplas faces do feminismo, e dentro desta interseccionalidade, o feminismo negro debatido por Angela Davis (1981), Bell Hooks (1981) precursoras da temática e Djamila Ribeiro (2018) que se destaca atualmente como sendo uma das principais referências no assunto no Brasil, entre outras.

#### 8.2.4 Quarta Cena

Aos 2 minutos e 34 segundos identificamos a última cena. Ela se passa na Igreja Anglicana Episcopal localizada em São Paulo e nela Iza aparece cantando juntamente com um *Black Gospel Choir* feminino e as três personagens também aparecem sentadas nos bancos da igreja assistindo-nas cantar.

A escolha do cenário da igreja partiu da cantora como referência ao início da sua carreira musical. Foi na igreja, onde encontrou apoio e esperança para lidar com suas questões pessoais. A Igreja também ilustra a ideia de um lugar de convergência onde se gera igualdade e o fortalecimento da fé.

Figura 8: Trecho retirado do videoclipe



fonte: captura de tela realizada pela autora (2022)

A importância desse espaço de convergência é confirmada a partir da concepção de sororidade. A sororidade, *sisterhood* em inglês, é um conceito que surgiu a partir do feminismo e visa refutar e combater a ideia de uma rivalidade feminina natural e busca estabelecer um pacto entre as mulheres com o intuito de unir forças. “A noção abrange a busca por combater o senso comum de que as mulheres são, naturalmente, rivais umas das outras e, concomitantemente, almeja estabelecer uma relação de aliança entre elas.” (MACHADO; SCHONS; MELO DOURADO, 2019, p. 231) .

Sororidade é uma dimensão ética, política e prática do feminismo contemporâneo. É uma experiência subjetiva entre mulheres na busca por relações políticas e saudáveis, na construção de alianças existencial e política com outras mulheres, para contribuir com a eliminação social de todas as formas de opressão e ao apoio mútuo para alcançar o empoderamento vital de cada mulher (LAGARDE Y DE LOS RIOS, 2006, p. 123, apud MACHADO; SCHONS; MELO DOURADO, 2019, p. 239)

A cena analisada mostra que todas as personagens, apesar de possuírem narrativas distintas, são reunidas na igreja com um propósito: a renovação da esperança a partir da criação de uma rede de apoio, além de exemplificar, metaforicamente, a importância de lutar com um só propósito, cantar com uma só voz, a partir da representação do coral<sup>16</sup>. A cena visa comunicar a importância de um ambiente de promoção da união de mulheres que resulte em mudanças sociais significativas a fim promover empoderamento vital em cada mulher.

### 8.3 Figurino

O figurino consiste num conjunto de elementos com carga simbólica, que, a partir de roupas e acessórios utilizados por um personagem, objetivam dar veracidade à trama. É importante compreender que este elemento simbólico não tem fim único em vestir o personagem ou simplesmente colaborar na estética dentro de uma produção audiovisual. A vestimenta alude à identidade social do artista para com o seu público, sendo assim os tecidos, texturas, estampas e cores são pensados e escolhidos meticulosamente para cumprirem assertivamente esta função. Acerca de figurino, Roberta Del-Vechio (2018), em sua tese de doutorado, afirma que:

Carregado de elementos estéticos, o figurino, além de identificar uma ‘marcação’ da personagem, também, leva o público a partilhar experiências ao mundo do sensível,

<sup>16</sup> O coral é um grupo vocal onde os cantores são divididos por naipes de acordo com sua tessitura vocal e cantam uma mesma canção de forma harmônica.

entremeado de códigos e signos compartilhados, que também se misturam aos outros elementos de cena, como a iluminação, o cenário e a música. O figurino, portanto, tem a potencialidade de enunciação, que vai além do espaço (localidade geográfica) e do tempo (caracterização sincrônica e diacrônica) da narrativa, enuncia pensamentos, contextos, filosofias, modos de ser e se fazer ver. (DEL-VECHIO, 2018, p. 15)

A escolha do figurino, tanto no cinema quanto no videoclipe, é feita a partir de pesquisas histórico-culturais para que não haja desacordo entre a diegese e o personagem, pois, ele consiste num “conjunto de elementos que são entendidos como parte de um estilo da moda e carregam valores simbólicos que remetem à identificação com um grupo social particular.” que busca “unir membros do grupo de pertença e distingui-los dos demais.” (SANT’ANNA, 2006, p. 3). Sendo assim, figurino no videoclipe vem como um recurso complementar ao discurso expresso pela artista, adicionando uma camada a mais na simbologia da narrativa onde é possível construir a imagem que deseja exprimir e usá-lo como um poderoso instrumento de comunicação para reverberação de culturas e ideologias políticas e sociais.

No universo pop o figurino age como elemento de incorporação de arquétipos e estereótipos variados e são utilizados como um elemento de caráter expressivo de identidade. O cantor Michael Jackson (1958-2009), foi um artista que soube utilizar a moda ao seu favor na construção da sua identidade. A sua preocupação com a estética dos seus videoclipes e apresentações o coroou com o título de “rei do pop”. Outros nomes do pop como Prince, Madonna, Pharrell, Beyoncé, Lady Gaga, entre outros, seguiram o mesmo formato estético do rei do pop e utilizaram o figurino como forma de expressão ideológica e de personalidade e criação de identidade visual. Hoje para a indústria fonográfica construir uma *persona* musical significa pensar também na linha estética que este artista irá seguir e o figurinista é o profissional que deve andar em consonância com este artista a fim de compreender suas necessidades, como também seu objetivo de comunicação através das vestes.

Iza tem como *personal styling* Bianca Jahara a qual foi a responsável pelos figurinos no videoclipe “*Dona de mim*”. As peças usadas por Iza no videoclipe seguem uma linha de moda coesa que corresponde à representatividade cultural e ideológica.

Em “*Dona de mim*” podemos identificar três figurinos especificamente que passam mensagem subjetivamente, porém de forma intencional. Os figurinos são usados na escola, no tribunal e na igreja. Desde já se observa que em nenhuma das três composições de peças Iza apela para o sensualismo a partir da exposição do corpo. Todos os figurinos utilizados são compostos por roupas modestas e sóbrias que tem apelo à reflexão e não à sensualidade ou ao simples caráter comercial como é comumente observado nas produções audiovisuais do universo musical.

No primeiro figurino da cantora (figura 9), que aparece a partir dos 33 segundos do vídeo, há um trocadilho provocado entre a roupa militar da artista e a palavra “militar”. O trocadilho se dá a partir do substantivo “militar” relativo às forças armadas, à sua organização, às suas atividades; E o verbo “militar” relativo à lutar ativamente em favor de uma ideia ou causa.

No contexto em questão, Iza utilizou o figurino para referir-se ao ato de lutar em favor das minorias e protegê-las da violência presente na sociedade.

**Figura 9:** Trecho retirado do videoclipe

fonte: captura de tela realizada pela autora (2022)

No segundo figurino (figura 10), que aparece aos 1 minuto e 56 segundos, Iza aparece vestida com um conjunto de calça e blazer brancos com pichações escritas “MULHER” na cor rosa em toda sua extensão. A terceira peça (figura 11), que aparece aos 2 minutos e 27 segundos, é composta pela sobreposição de um quimono vermelho também pichado com letras brancas com frases da letra da música.

**Figura 10:** Trecho retirado do videoclipe

fonte: captura de tela realizada pela autora (2022)

**Figura 11:** Trecho retirado do videoclipe

fonte: captura de tela realizada pela autora (2022)

A escolha desse tipo de arte para estampar o figurino se dá como representação de uma arte presente na periferia. Há um impasse acerca das pichações como arte urbana ou vandalismo, entretanto, apesar de serem conhecidas por depredação ao patrimônio e competição entre gangues, elas serviram à história como meio de manifestação política.

Em Paris, na década de 1960, as pichações caracterizaram uma revolução cultural onde estudantes e trabalhadores inscreveram palavras de ordem nos muros em protesto à política parisiense, buscando igualdade racial, de gênero e econômica.

No Brasil, os movimentos estudantis usaram a pichação em protesto à opressão militar na época da ditadura, e em Nova Iorque as pichações tomam conta das ruas e guetos retratando a insatisfação diante do aumento da criminalidade. Foi no contexto nova-iorquino e em razão de sempre fazer oposição ao sistema vigente que a pichação se tornou marginalizada e associada a gangues. Porém, estes conceitos pré-estabelecidos são equivocados e precisam ser repensados conforme afirma Lopes (2011):

Por muito tempo o grafite e a pichação foram vistos como uma forma de vandalismo e rebeldia contra a moral e a lei estabelecida pelos dirigentes do Estado. Atualmente esta visão tem mudado, mas ainda há esse preconceito. É necessário que se entenda que o grafite não é vandalismo, é, na verdade, uma forma de arte e de expressão e, quando incentivada e aplicada da forma correta, ajuda a construir a cidadania individual e coletiva chegando, inclusive, à diminuição da criminalidade, a inserção

de jovens no mercado de trabalho e realça os valores sociais e familiares. (LOPES, 2011, p.8)

Compreende-se, portanto, que Iza conhece o potencial comunicacional do figurino e utiliza-o de modo a provocar reflexão no espectador. A artista preenche o espaço que em geral é destinado à grifes de grande nome e valor comercial com uma arte periférica considerada criminalizada, a pichação, ela se apodera do objetivo inicial desta expressão artística em forma de protesto às opressões do sistema. O mesmo ocorre no figurino militar onde a cantora permeia entre os sentidos no ato de lutar e as forças armadas que são responsáveis por resguardar a população, mas que muitas vezes acaba promovendo a violência contra as minorias e os menos favorecidos ao invés de combatê-la.

## 9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo buscou analisar o videoclipe “*Dona de Mim*” da cantora Iza a fim de identificar a mensagem de empoderamento feminino comunicada nele. Percebe-se a importância desse tema frente à urgência de se abordar temáticas sociais tão densas que circundam a sociedade, como a desigualdade de gênero e de raça, sobretudo em produtos de alcance massivo.

Por esta razão, observou-se a possibilidade de analisar um dos fenômenos musicais da atualidade que traz uma carga simbólica de identificação social, empoderamento e instrução para o seu público, através dos elementos que compõem seus produtos. Em razão desta observação, o artigo presente teve como objetivo geral analisar o papel de representatividade, conscientização e empoderamento que o videoclipe “*Dona de Mim*” possui.

Constata-se que o objetivo geral foi atendido pois, o estudo pôde identificar que o que é apresentado imageticamente corresponde àquilo que é expresso pela canção. Portanto, percebemos que música e videoclipe possuem uma simbiose que endossa o propósito do clipe tornando-os indissociáveis. A artista, dotada de consciência da sua relevância social e da influência que exerce sobre aqueles que consomem seus produtos, usa o espaço privilegiado que possui, enquanto artista de visibilidade nacional, para externar problemáticas vigentes no contexto brasileiro, além de gerar espaço discussão acerca de representatividade negra e feminina nas suas produções.

Para tal análise tivemos como o primeiro objetivo específico: observar se há de fato mensagens de conscientização e representatividade difundidas pela cantora em seu produto audiovisual, o qual foi atendido a partir da confirmação da existência do caráter conscientizador e representativo do videoclipe; Em seguida, o segundo objetivo específico buscou detectar e elucidar as mensagens comunicadas na canção e no videoclipe, que foi atendida por meio de bibliografias que reafirmaram a mensagem difundida nas cenas do videoclipe e na canção que o constrói; Por fim, o terceiro objetivo tentou a identificação dos componentes que servem como elemento de contextualização e afirmação da narrativa. Esse objetivo foi atendido ao identificar que tanto as personagens, como os cenários e o figurino da artista expressam, cada um deles, uma mensagem a respeito de alguma problemática social e todos eles interligados pela temática central.

Diante disso, foi possível responder ao questionamento levantado: “Qual a mensagem comunicada por Iza em seu clipe e de que modo estas mensagens difundidas refletem no contexto atual?”, ao identificarmos que a mensagem central comunicada no produto é a importância de um empoderamento que resulte em união das mulheres e, por meio dessa união, fortalecimento de umas às outras para resistir às adversidades da vida.

A metodologia adotada para nortear os procedimentos de pesquisa foi fundamental para elucidação de forma eficaz dos temas abordados e para compreensão da proposta do estudo. Assim, os resultados previstos foram obtidos, isto é, foi possível identificar as

mensagens de empoderamento feminino comunicadas através do videoclipe “*Dona de Mim*” da cantora Iza para o público espectador.

Ademais, percebemos que, em seu videoclipe, Iza faz denúncias a sistemas de opressão que circunscrevem a sociedade brasileira, perpassando pelas temáticas de abandono paterno, violência no ambiente escolar, racismo e machismo estrutural, sendo todos estes temas abordados sob a perspectiva feminina. Por fim, a artista mostra a importância do empoderamento feminino através da união de mulheres em prol de um só propósito.

Sendo assim, após tudo o que foi observado, compreendemos o videoclipe como um meio de comunicação frutífero. Para além disso, ele é um potente artefato que pode ser utilizado como gerador de conscientização. Potencializando ideologias e construindo identidades.

Como limitações deste estudo destacamos a dificuldade do acesso a conteúdos voltados à metodologia aplicada à análise de vídeos. Também observamos que este estudo propicia a realização de pesquisas sobre os impactos que estas mensagens comunicadas no videoclipe têm sobre o público espectador, contudo, em razão do curto período de tempo para realização da pesquisa, tal abordagem se tornou inviável.

Como contribuições futuras, esperamos que esse artigo possa servir como amparo para pesquisas posteriores voltadas a estas temáticas, podendo o estudo presente servir para fins de comparação a outros produtos da cultura pop como filmes, séries, músicas, entre outros, bem como outros vídeos.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. Brasília: Brasiliense, 1981
- AMORIM, Linamar Teixeira de. **Gênero: uma construção do movimento feminista?** In: Anais II. Simpósio Gênero e Políticas Públicas de Londrina, 2011.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo II: a experiência vivida**. [Trad. de Sérgio Milliet]. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.
- CORRÊA, Laura Josani Andrade. **Breve história do videoclipe**. In: 8º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Centro-Oeste Cuiabá: Intercom Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. p.1-15
- DAVIS, Angela. **Women, Race and Class**. Nova Iorque: Random House. 1981.
- DONA de Mim. Intérprete: Iza. Compositor: Arthur Marques. In: **Dona de Mim**. [S. l.]: Warner Music Brasil, 2018. Faixa 11 (3 min 28 seg). Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=FnGfgb\\_YNE8&list=OLAK5uy\\_nq1bKc0LZaW3FUqi hCH61v70k5XgRIEdo&index=11](https://www.youtube.com/watch?v=FnGfgb_YNE8&list=OLAK5uy_nq1bKc0LZaW3FUqi hCH61v70k5XgRIEdo&index=11)>. Acesso em: 1 jun. 2022.
- GIMÉNEZ, G. **Comunicação, cultura e identidade: reflexões epistemológicas**. Revista Internacional de Folkcomunicação, [S. l.], v. 16, n. 36, p. 13–32, 2018. DOI: 10.5212/RIF.v.16.i36.0001. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/19117>. Acesso em: 08 jun. 2022.
- GOFFMAN, Ervin. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. [tradução de Márcia Bandeira de Mello Leite Nunes]. Rio de Janeiro: LTC, 2008.
- GONZÁLEZ, Lélia. **Racismo e sexismo na cultura brasileira**. In: Revista Ciências Sociais Hoje. Rio de Janeiro: Anpocs, 1980. p. 223-244.
- HENNING, Carlos Eduardo. **Interseccionalidade e pensamento feminista: as contribuições históricas e os debates contemporâneos acerca do entrelaçamento de marcadores sociais da diferença**. Mediações, Londrina, v. 20, n. 2, p. 97-128, jul./dez. 2015.
- HOOKS, Bell. **Ain't I a Woman? Black women and feminism**. Cambridge, MA: South End, 1981.
- IZA. **Dona de Mim**. Publicado pelo canal IZA. 28 set. 2018. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=FnGfgb\\_YNE8](https://www.youtube.com/watch?v=FnGfgb_YNE8)>. Acesso em: 01 jun. 2022.
- JANOTTI JR., Jeder. Cultura pop: entre o popular e a distinção. In: SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ(ORGs). **Cultura Pop**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015.
- LOPES, Joana Gonçalves Vieira. **Grafite e pichação: os dois lados que atuam no meio urbano**. 2011. 37 f., il. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) —Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

MACHADO, Liliane M. M.; SCHONS, Aline da Silva; DOURADO, Laila Caroline S. de M. A construção da sororidade nos discursos da revista Azmina. In: **Estudos feministas e de gênero em jornalismo**. 2. ed. João Pessoa: CCTA, 2019. v. 6, p. 229-257. ISBN 2359-375X. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/ancora/issue/view/2413/381>. Acesso em: 2 jun. 2022.

MARQUES, Melanie Cavalcante; XAVIER, Kella Rivetria Lucena. **A Gênese do Movimento Feminista e Sua Trajetória no Brasil**. In: VI Seminário CETROS Crise e Mundo do trabalho no Brasil: desafios para a classe trabalhadora. Universidade Estadual do Ceará. Fortaleza, 2018. Disponível em: [https://www.uece.br/eventos/seminários/anais/trabalhos\\_completos/425-51237-16072018-19558.pdf](https://www.uece.br/eventos/seminários/anais/trabalhos_completos/425-51237-16072018-19558.pdf). Acesso em: 30 jun. 2022.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: UNB. 2013.

\_\_\_\_\_. **Análise pragmática da narrativa: teoria da narrativa como teoria da ação comunicativa**. En A.T. Peixinho e B. Araújo (Ed.), *Narrativa e media: Gêneros, figuras e contexto* (pp.43-70). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. 2017.

ONU, Mulheres. **Princípios de Empoderamento das Mulheres**. 2017. Disponível em : <http://www.onu-mulheres.org.br/referencias/principios-de-empoderamento-das-mulheres/> Acesso: 02 jul. 2022.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios & procedimentos**. 10 ed. Campinas, SP: Pontes, 2012. 100 p. ISBN: 9788571131316.

RIBEIRO, Djamila. **Pequeno manual antirracista**. 1a ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

\_\_\_\_\_. **Quem tem medo do feminismo negro**. 1a ed. São Paulo: Companhia das Letras. 2018.

SANT'ANNA, Hugo Cristo. **Moda e Identidade Social**. 2006. Disponível em: [www.hugocristo.com.br](http://www.hugocristo.com.br). Acesso em 24 jun. 2022.

SANTOS, José Luiz. **O que é cultura**. 6. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.

SILVA, Sueli Maria. **Educação e Racismo no Brasil**. Revista HISTEDBR On-line, Campinas - SP, v. 18, p. 93-99, 2005.

SOARES, Thiago. CONSTRUINDO IMAGENS DE SOM & FÚRIA: Considerações sobre o conceito de performance na análise de videoclipe. In: **Dossiê A canção popular na cena audiovisual: cinema, televisão e novas telas**. Salvador: Contemporanea, 2014- . ISSN 18099386. quadrimestral. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/issue/view/957>. Acesso em: 6 jul. 2022.

SOARES, Thiago. **O videoclipe como performance da canção: apontamentos para uma análise midiática**. In: Anais do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste: São Luís, 2008.

\_\_\_\_\_. Percursos para estudos sobre música pop. In: SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ(ORGs). **Cultura Pop**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015.

\_\_\_\_\_. Videoclipe: o elogio da desarmonia. João Pessoa: Marca de fantasia, 2004.

STOKES, Jane. **How to do media and cultural studies**. London, Sage Publications. 2003.

WOSNIAK, Cristiane do Rocio. **CORPO, IMAGEM E REPRESENTAÇÃO ICÔNICA NA LINGUAGEM DO VIDEOCLÍPE**. Revista Científica/FAP v. 21 n. 2 (jul./dez. 2019).

ZIRBEL, Ilze. **Estudos feministas e estudos de gênero no Brasil**. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política. Florianópolis, p.212, 2007.

ZOMER, Denise. **PÓS-MODERNIDADE E SUAS SIGNIFICAÇÕES: A MULHER COMO TEMA EM VIDEOCLÍPES DE MÚSICA POP**. Orientador: Prof. MSc. Diego Piovesan Medeiros. 2012. 73 p. Monografia (Especialista em Educação Estética) - UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC, Criciúma, 2012. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/handle/1/974>. Acesso em: 28 jun. 2022.