



BACHARELADO EM JORNALISMO  
ESCOLA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS, EDUCAÇÃO, ARTES E  
HUMANIDADES

**DANIEL COSTA DE JESUS DOS SANTOS**

**COMO A TRILOGIA DOS THE CARTERS ESTÁ INSERIDA NOS  
CONCEITOS JORNALÍSTICOS E ENVOLVE E ENTRELAÇA A  
CULTURA NEGRA, CONVERGINDO PASSADO, PRESENTE E  
FUTURO**

Salvador  
2023

**DANIEL COSTA DE JESUS DOS SANTOS**

**COMO A TRILOGIA DOS THE CARTERS ESTÁ INSERIDA NOS  
CONCEITOS JORNALÍSTICOS E ENVOLVE E ENTRELAÇA A  
CULTURA NEGRA CONVERGINDO PASSADO PRESENTE E  
FUTURO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Universidade Salvador (Unifacs) como parte dos  
requisitos necessários para a obtenção do Grau de  
Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Me. Lívia Veiga

Salvador  
2023

**AGRADECIMENTOS**

Gostaria de, primeiramente, agradecer a Deus e a todos os Orixás por me protegerem, me guiarem nesta jornada e não me deixarem perder a fé. Em destaque, gostaria também de agradecer às mulheres presentes na minha vida, sendo elas: Edilene Costa de Jesus dos Santos, minha mãe, meu primeiro exemplo de força, dedicação e amor, sou grato eternamente por tudo que aprendi e me sinto honrado de ser um reflexo dela e a continuação de um sonho deixado. Deixo aqui também meu agradecimento especial a Júlia Caroline Silva Sá, minha melhor amiga, se fazendo presente nos meus piores e melhores momentos, sendo ombro acolhedor e estrelas no meu céu me guiando e lembrando do propósito que também se faz coletivo e compartilhado por nós dois. Agradeço também a Analy de Andrade Bispo, minha psicóloga e a Beyoncé Gisele Knowles Carter, por me ajudarem e acolherem de diversas formas na jornada de autodescobrimento, identificação e aceitação da negritude. Em especial, gostaria de agradecer a Manoel Estrela de Melo Ribeiro, meu primeiro amor preto, aquele que me fez descobrir o afeto e me permitir amar e ser amado, me fez conhecer o perdão e me entender em todos os momentos fazendo de mim um homem melhor e enxergando a vida com novos olhares calmos e leves. Não poderia deixar de agradecer também a todos os meus amigos que me acompanharam durante esses quatro anos em que cursei jornalismo, os quais aqui são representados por Ian Guedes, Camila Gomes, Ricardo Rocha, Letícia Reis, Mateus Rezende, João Pedro Brandão, Márcia Moreira e Flávia Guimarães; estes, formaram uma nova família para minha pessoa e cada um do seu jeito, me alteraram de certa forma, compartilhando risos, conselhos, choros, sermões e ensinamentos. Implementando outros tipos de afeto e carinho necessários para seguir forte neste desafio, ao deixar o amor se fazer presente estarmos juntos. Por fim, gostaria de agradecer a minha família, em especial a meu pai Nilton César dos Santos, minha irmã Deborah Costa de Jesus dos Santos e a minha tia, Edilma Costa de Jesus, que foram base e apoio em todas as oportunidades e vivências da minha vida. Aos meus professores, que aqui são representados pela minha orientadora Lívia Andrade, obrigado por todos os ensinamentos, tempo dedicado em aulas e compartilhar a realidade da profissão comigo, fazendo de mim, um futuro jornalista.

## **RESUMO**

O presente projeto de conclusão de curso tem como finalidade explorar a história narrada na trilogia composta pelos respectivos álbuns “Lemonade, 4:44 EVERYTHING IS LOVE”, da cantora Beyoncé Knowles e do rapper Jay Z, o qual evidencia e explora a vivência de pessoas negras e sua conexão com o passado, não só do ponto de vista individual, mas também, todo o coletivo. Traçando uma análise cultural na jornada de autoconhecimento, vulnerabilidade e identidade, a obra é objeto deste estudo, ancorada em marcos teóricos abordados na Cultura da Convergência, por Henry Jenkins, envolvendo elementos de narrativas transmídia e conceitos abordados em diversas Teorias da Comunicação, como Teoria Crítica e Culturológica. Através de estudos, teses sociológicas, conceitos do jornalismo e fundamentos culturais, busca-se compreender e analisar a obra e seus impactos para dentro e fora do âmbito virtual e social.

**Palavras-Chave:** Negritude; Jornalismo Cultural; Cultura digital.

**ABSTRACT**

*This course completion project aims to explore the story told in the trilogy composed by the respective albums "Lemonade, 4:44 EVERYTHING IS LOVE", by singer Beyoncé Knowles and rapper Jay Z, which highlights and explores the experience of people black women and their connection with the past, not only from an individual point of view, but also from the collective point of view. Tracing a cultural analysis in the journey of self-knowledge, vulnerability and identity, the work is the object of this study, anchored in theoretical frameworks addressed in Convergence Culture by Henry Jenkins, involving elements of transmedia narratives and concepts addressed in various Theories of Communication, such as Critical Theory and Culturology. Through studies, sociological theses, journalism concepts and cultural foundations, we seek to understand and analyze the work and its impacts inside and outside the virtual and social scope.*

**Keywords:** *Negritude, Cultural Journalism, Digital culture.*

**“O passado e o presente se fundem para nos encontrar aqui. Que sorte. Que maldição horrível.”**  
(Beyoncé Knowles)

## **SUMÁRIO**

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2. FUNDAMENTOS DO JORNALISMO.....</b>	<b>10</b>
<b>3. JORNALISMO CULTURAL.....</b>	<b>13</b>
<b>4. CULTURA DA CONVERGÊNCIA / TRANSMÍDIA.....</b>	<b>16</b>
<b>5. TEORIAS DA COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>20</b>
<b>6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>25</b>
<b>7. ANÁLISE DE RESULTADOS.....</b>	<b>26</b>
<b>7.1 Lemonade: Vulnerabilidade, autoconhecimento e identidade.....</b>	<b>26</b>
<b>7.2 4:44: Homem negro e seus dilemas.....</b>	<b>31</b>
<b>7.3. Everything Is Love: Amor e perdão como cura.....</b>	<b>34</b>
<b>8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>37</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>39</b>

## **1. INTRODUÇÃO**

O jornalismo que surgiu no fim do século XVII teve grandes adaptações para chegar no jornalismo que conhecemos e usufruímos hoje. O mesmo, vem se adaptando durante era se reinventando, procurando noticiar fatos, compartilhar informações e ser parcial com a verdade e seu público.

Dentro deste meio, existem vertentes, estudos e pesquisas que mostram o jornalismo indo além do jornal impresso, notícias na internet ou telejornais. Pesquisadores como Henry Jenkins, Oscar Wilde, Samuel Buckley, entre outros citados ao longo deste projeto, evidenciaram e propuseram diferentes e inovadores jeitos de se ver e fazer jornalismo, para além da informação que recebemos.

Vertentes como o Jornalismo Cultural, Impacto Social, Cultura da Convergência, Teoria Fundamentalista, são vistas neste trabalho com o propósito de acentuar e explorar posteriormente, sendo vistas e colocadas na prática analisadas em seus resultados a sua aplicação na Trilogia realizadas em obras da cantora Beyoncé e do rapper Jay-Z, como também conhecidos The Carters.

A trilogia composta pelos álbuns Lemonade, 4:44 e Everything is Love explora a vulnerabilidade e contexto histórico de pessoas negras principalmente voltado ao amor e afeto, tendo como estopim para execução do projeto a traição cometida pelo rapper. Sendo inserida em conceitos abordados por jornalistas e pesquisadores dentro do meio jornalístico, digital e cultural.

Em todo projeto o presente e passado se intercalam fazendo referências e análises sobre acontecimentos vividos em pessoas negras sendo lidas como traumas e inseguranças atualmente, exercitando o voltar atrás para buscar o que foi esquecido e seguir em frente, não só como o individual, mas seu reflexo no coletivo. Durante toda a experiência proposta pelos artistas, tanto musical como visual, estas referências e conceitos são vistos e propostos.

A análise do projeto audiovisual é entendida e se aplica em diversos aspectos jornalísticos e suas vertentes, as quais são abordadas a todo momento durante esta pesquisa. Esta monografia tem como objetivo estudar e analisar as composições multimídias e textuais presentes nos projetos da trilogia, base de referência, associando e identificando conceitos jornalísticos de modo que se entenda o processo de vivência citado em pessoas negras e sua contribuição para o meio cultural e digital.

Evidenciando o reflexo importante do passado na presença de vidas negras, ao desenrolar a linha do tempo crescente na trilogia, suas referências e forma de

construção e estabelecendo um paralelo ao associar a convergência presente nas mídias digitais criadas com a convergência cultural e histórica.

O trabalho consiste em ser uma pesquisa qualitativa a fim de analisar poemas, letras de músicas e declarações contidas dentro da trilogia, as quais enriquecem e despertam fundamentos acerca do convívio racial presente em todo estudo de caso, assim como conteúdos visuais presentes, como videoclipes além de discursos, declarações.

Usando o fundamento de uma pesquisa aplicada e fundamentar-se a uma pesquisa bibliográfica a qual irá narrar uma história a qual os principais elementos vivenciaram e são os protagonistas, traçando uma análise explicativa dos fatos e seus reflexos em terceiros, visto como sociedade.

As vivências de negros e negras podem ser analisadas em várias áreas do conhecimento, como na filosofia, sociologia, antropologia, artes e, por ser um tema de grande complexibilidade, vem a ser explorado sob diversas perspectivas: socioeconômicas, culturais, políticas, etc. Por se tratar de um estudo de análises de experiências coletivas e pessoais, o tema precisa receber maior atenção e ser devidamente explorado.

Motivado também, pelo fato de não haver um estudo ou análise de maior aprofundamento englobando o conteúdo da Trilogia e sua relação com os conceitos jornalísticos, estando inserida no meio cultural. Além destes fatores que resultaram no surgimento do projeto, existe a motivação pessoal do autor, o qual tem experiências vividas como homem negro e legítimo apreciador de toda trilogia citada como base do estudo.

O presente trabalho tem por foco, logo, acentuar os elementos teóricos estudados e sua presença na análise de resultados, constituindo a realização do destino individual e identidade coletiva vistos durante a pesquisa e mostrá-la em outras propostas técnicas não evidentes a primeiro caso, visto que tem seu propósito pessoal tal como uma forma de auto identidade, análise e redefinição em pessoas negras, como também parte dos ensinamentos vinda da sua própria ancestralidade, buscando sabedoria em aprender com o passado para compreender o presente e moldar o futuro.

## **2. FUNDAMENTOS DO JORNALISMO**

O jornalismo, em seu conceito teórico, tem a função de informar fatos e acontecimentos fazendo uma coleta de informações e dados sobre determinado conteúdo e compartilhá-lo com a intenção de informar seu público. Esse compartilhamento, oriundo de informações e dados, pode vir de diversas maneiras, através de rádios, noticiários, revistas, jornais e outros veículos.

Não é possível se dizer com exatidão quando e onde a atividade jornalística teve seu início e seu surgimento, existem ideias defendidas e ancoradas na premissa de que os primeiros anúncios foram realizados por povos israelitas, gregos e babilônios, outros acreditam na tese em que os primeiros formatos jornalísticos foram idealizados por Júlio César, em 59 a.C.

Em meados do século XVII, o inventor Johann Gutenberg, considerado o grande criador da imprensa, surge com sua invenção conhecida como prensa, sendo usada de início para impressões em massa, gerando a Revolução da Imprensa, considerada como o evento mais importante do segundo milênio. Na medida em que a criação de Johann se popularizou, a maioria das pessoas habitantes da cidade adquiriu o jornal impresso, a qual foi a primeira forma de expressão do jornalismo, fato que impulsionou o seu crescimento.

Com sua maneira prática e eficaz, aos poucos e com o passar do tempo, a criação de Gutenberg se alastrou pelo redor do mundo, fazendo do jornalismo elemento fundamental em muitos acontecimentos, tendo seu grande auge no Pós-Primeira Guerra Mundial. Após o surgimento do rádio, o jornal impresso teve uma queda e, posteriormente, com a ascensão da TV e telejornalismo, o rádio teve um declínio em audiência. Jornalismo é o ato de coletar informações e compartilhar fatos na intenção de informar a sociedade ou determinado grupo que se interessa por aquilo que está sendo noticiado.

O jornalismo e a publicidade estão atrelados e têm muitos paralelos em comum. No entanto, as práticas jornalísticas ou o “senso prático” (BORDIEU, 1997;1992, apud RYFE, 2017,) vieram a ser incorporadas ao longo dos processos abordando teorias e conceitos a profissão.

Cláudio Abramo (1988, p.109), reconhecido jornalista brasileiro, responsável por grandes mudanças no estilo de se fazer jornalismo e seus métodos dentro de redações em São Paulo, afirmava: “o jornalismo é, antes de tudo e sobretudo, a prática

diária da inteligência e exercício cotidiano do caráter”.

A prática diária citada por Abramo (1988), define o que o jornalismo é e como pode ser feito. Atividades as quais englobam a comunicação, pesquisando, coletando, referenciando, divulgando e publicando pontos factuais, informações, números embasados, mais conhecidas no popular como notícias, estão dentro do antro e aspecto do que vem a ser considerado jornalismo.

Estas práticas e atividades podem ser realizadas de diversas maneiras e em/ou diferentes veículos, como: TV e rádio. Entretanto, não apenas veículos de comunicação passam ou usam de métodos jornalísticos; esses elementos podem ser vistos em projetos audiovisuais, como: filmes, séries, videocliques, musicais, entre outros. Apesar de distintos formatos, é possível considerar que todos os formatos executam o ato de coletar informações e/ou referências, para compartilhar e divulgar algo.

Com a popularização do jornalismo e da notícia, começam a surgir as empresas jornalísticas e conseqüente a isso, as divisões de tarefas, regras, orientações, conceitos pré-definidos para executar e divulgar uma informação. Obtendo o surgimento dos repórteres, que apenas relata e recolhia as notícias (SCHUDSON, 2010). Um dos meios mais conhecidos e bastante utilizados é denominado de lide, em inglês, *lead*, o qual “expressa exatamente a função das primeiras linhas do texto de jornal: guiar o leitor, atraí-lo, num processo bem próximo da sedução” (GARCIA, 1996, p. 31).

No jornalismo, lide são seis perguntas de ação, as quais constituem e segmentam um caminho para se entender o que ocorreu, *lead* “é o primeiro parágrafo de uma notícia e deve narrar, resumidamente, o fato mais relevante da série de fatos que compõem a notícia” (CALLADO, 2002, p. 46). Sendo essas perguntas: quem, como, por que, quando, onde e o que.

Estas respectivas perguntas exigem prioridade de serem respondidas logo no início de cada texto, pois apresentam ao leitor/espectador todo o conteúdo básico de que se trata a notícia. Além destes fatores, o *lide* é posicionado de início por questões estratégicas, visto que, grande parte dos leitores apenas leem e mantêm atenção justo no primeiro parágrafo dos textos, “o lide é a proposição principal da notícia” (LAGE, 1979).

É possível também ver o lide sendo usado em outros formatos, como telejornais

e programas de rádio, tendo algumas adaptações na maneira em que é anunciado, como por exemplo, as perguntas “como” e “por que?” podem ser respondidas no segundo parágrafo dos textos.

Contudo, existem princípios éticos e morais que se tornam obrigatórios e essenciais para a prática do jornalismo e comportamento de jornalistas. O compromisso com a verdade é um dos principais destes princípios.

O jornalismo estabelece compromisso com a verdade, mesmo estando exposto a veracidade e questionamento das informações que são noticiadas. Sokal e Bricmont (1999, p.105) definem o fato como proposições de interpretações que não são questionadas: “O que geralmente se chama de fato é uma interpretação de uma situação que ninguém, pelo menos no momento, quer trazer à discussão”.

A mesma informação pode ser passada e relatada de diversas maneiras, algumas delas falsas, visto que “a aplicação das informações verdadeiras aos fatos não é biunívoca” (NOZICK, 2003, p. 316). Para isso, ao noticiar um fato, produzir uma reportagem ou pesquisa, é necessário uma fonte, uma voz, que tenha propriedade em tal assunto abordado, um elemento não ficcional se atendo aos fatos.

O tratado com a verdade e ética no âmbito jornalístico se faz cada vez mais necessário com o passar dos anos, tendo um reforço e atenção maior crescente nos últimos tempos, em consequência das denúncias e casos frequentes de notícias falsas.

Conhecidos como “fake news”, estes conteúdos estão presentes no nosso cotidiano, porém, na medida em que a sua divulgação se alastra, acende um alerta e ameaça aqueles que têm um compromisso com a veracidade das informações. De acordo com pesquisa do veículo CNN Brasil, realizada em 2022, 4 em cada 10 brasileiros afirmam receber fake news diariamente.

Se tornando cada vez mais comum, as notícias falsas intensificam e potencializam a manifestação e presença de públicos amadores em conjunto com profissionais e midiáticos. (ANDERSON, 2006; JENKINS, 2008).

Com o passar do tempo e da evolução das máquinas e também dos meios de comunicação, a maneira como a notícia chega ao público foi se transformando, sendo alvo de grandes notícias falsas, sendo beneficiadas de momentos frágeis e críticos a verdade, que fazem ocorrer a perda de confiança e credibilidade em veículos jornalísticos, proliferando estas notícias falsas e também se beneficiando do

anonimato (MEDEIROS, 2017, p. 25).

O impacto das fake news e seus reflexos no comportamento da sociedade é um fator a ser analisado, trazendo consequências ao jornalismo e seus profissionais, os quais, gradativamente, enfrentaram uma adaptação na maneira de produzir, desviar e desvincular seu trabalho da chamada “ameaça” da profissão, tornando fundamental fiscalizações em plataformas, acentuando a função do jornalista com a verdade das informações e apuração correta e divulgação (CÓDIGO, 2007).

Mantendo sua relevância e autenticidade, o jornalismo se adequa às novas atualizações e evoluções das máquinas e dos seres humanos em sociedade. Os fundamentos do jornalismo são eficazes atualmente e se mostram cada vez mais eficazes para práticas jornalísticas.

### **3. JORNALISMO CULTURAL**

O jornalismo cultural é uma vertente do jornalismo. Nele, é possível identificar e analisar as segmentações presentes no jornalismo tradicional sob outra perspectiva, como através de documentários, videoclipes, músicas, filmes, exposições, entre outros. Estando presente numa fundamentação jornalística, o jornalismo cultural vai além de suas barreiras e destas poucas exemplificações.

O jornalismo cultural nasce com a função de mediar o conhecimento e aproximá-lo do maior número de pessoas. A intenção era a de não restringir a uma elite a esfera das artes, da filosofia e da literatura. Havia nisso um entendimento da função social do jornalismo cultural como locus adequado para dar acesso irrestrito a todo saber, fato esse que se torna uma regularidade no jornalismo cultural (MARQUES DE MELO, 2010, p. 5).

O fim do século XVIII e início do século XIX na França, foi a época em que ocorreu o surgimento do jornalismo cultural, suas primeiras coberturas e, rapidamente, esta prática foi se alastrando por toda Europa até chegar na América do Norte, mais exatamente, nos Estados Unidos. As primeiras coberturas culturais tinham uma abordagem em que se destacavam as obras musicais, porém, não exclusivamente, dando visibilidade para outros tipos de artes.

Com o passar dos anos, houve um destaque maior para recursos televisivos, em que se via uma predominância de cobertura do jornalismo cultural nesta área. A

supervalorização da TV gerou grandes posicionamentos por conta de estar sendo excludente com todas as outras modalidades às quais o jornalismo cultural oferta.

Na sociedade atual, todos os fatos noticiados são considerados culturais, tendo em vista que a cultura está presente em tudo, misturando assuntos e linguagens (PIZA, 2004). "Há uma riqueza de temas e implicações no jornalismo cultural que também não combinam com seu tratamento segmentado; afinal, a cultura está em tudo, é de sua essência misturar assuntos e atravessar linguagens" (PIZA, 2004, p.7).

Explorando para uma maior análise e entendimento do jornalismo cultural e suas vertentes na mídia, é possível identificar diversas culturas inseridas neste âmbito, às quais são vistas na nossa sociedade, como cultura de classes, cultura de massa, eruditas, populares, entre outras. Segmentações essas que ampliam as discussões sobre a cultura e sua intercepção dentro do jornalismo.

De acordo com o dicionário Aurélio (2004), "a cultura é um conjunto das estruturas sociais, religiosas etc., das manifestações intelectuais, artísticas etc, que caracteriza uma sociedade, diferenciando-a de outras: a cultura inca; a cultura helenística". Segundo Alex Mesoudi (2011) a cultura é informação adquirida através de outros indivíduos por mecanismos de transmissão social como imitações, ensino ou linguagens.

Informação aqui entende-se como um termo geral que se refere ao que os cientistas de ciências sociais e leigos chamam de conhecimentos, crenças, atitudes, normas, preferências, e competências, que possam ser adquiridos através de outros indivíduos via transmissão social e conseqüentemente partilhados através de grupos sociais (MESOUDI, 2011, p.23).

A política, economia, sociedade estão rodeadas de cultura fazendo-se questionar qual o papel específico do jornalismo cultural nos dias atuais (BELANCIANO, 2010, p. 4): "Nos espaços de economia, política, ou sociedade, temos as práticas. O jornalismo cultural deve refletir sobre elas. Traduzir, de forma simples, realidades complexas".

Ballerini (2015) conta a história do jornalismo cultural e entrelaça os fatores principais ocorridos durante os anos com entrevistas com especialistas e jornalistas críticos. O autor ressalta datas e momentos historicamente importantes e essenciais para o jornalismo cultural, como: o início do século XVIII, quando o inglês Samuel Buckley propôs a divisão do Jornalismo Cultural por gêneros, em que, no início do

século XIX, foi estabelecido nos jornais, sendo chamado a princípio de “pequeno caderno”.

No Brasil, no início do século XX, o jornal “Estado de São Paulo” aderiu a divulgação de programação de cinemas, publicadas no caderno, recebendo um grande retorno positivo, fazendo a redação expandir para estreias de peças, filmes e exposições de arte.

Com o passar dos anos, em 1970, o consumo popular começou a ter relevância com os “guias de consulta”, onde a crítica especializada perdia um pouco sua força e começam a surgir as pequenas resenhas, publicadas em jornais. A credibilidade da crítica também faz o jornalismo se submeter a um cronograma de eventos, sendo uma perda para o jornalismo cultural (PIZA, 2004).

Lemos muito sobre discos, filmes, livros e outros produtos no momento de sua chegada no mercado - e, cada vez mais, antes mesmo de sua chegada, havendo casos em que a obra é anunciada (e, pois, qualificada) com diversos meses de antecedência (PIZA, 2004, p.51).

O jornalismo cultural se adapta e se renova com o passar dos tempos e a evolução da sociedade e sua maneira de consumo, se regenerando frente às transformações estruturais e pontuais. Um exemplo foi o do surgimento da TV, quando a prática perdeu certa força, porém se reestruturou. O mesmo se percebe com o surgimento da internet.

Ballerini (2015) destaca a importância do crítico cultural, atribuindo a ele a responsabilidade de deixar sua essência e concepção do produto analisado para o público. O autor cita o poeta irlandês Oscar Wilde, ao se referir à crítica: “Uma época sem crítica é uma época em que a arte não existe” (OSCAR WILDE, 1972, apud FRANTHIESCO, 1986).

O impacto de análises e comentários críticos sobre determinado projeto é direto na concepção e consumo do público, visto que, existe tamanha influência com relação ao convencimento do que está sendo dito por uma fonte de relevância e especialista no assunto.

O mundo virtual é muito ágil em relação às coisas do mundo físico (LÉVY, 2011, p. 17). Os avanços tecnológicos e a chegada da era digital, faz as informações estarem ligadas e conectadas em tempo real, sendo atualizadas e transmitidas a todo momento. Carvalho (2014) afirma que “A era digital representa a agilidade em

transmitir uma informação em tempo real a qualquer instante em qualquer ponto do globo terrestre”.

No âmbito musical, a crítica tem grande mérito e, também, é o sistema em que se tem maior escala de cobertura jornalística, a qual se mantém até hoje com inúmeras revistas renomadas, como: The Guardian, Billboard, Pitchfork, Telegraph, entre outras. Tradicionalmente, os trabalhos musicais tinham o seu lançamento exclusivo para os críticos antes de chegar às grandes massas, impactando e divulgando para o público a devolutiva do que foi apresentado.

Com o avanço tecnológico e a chegada de plataformas de streaming, essa prática se desfez aos poucos e é possível identificar, atualmente, trabalhos sendo lançados simultaneamente, tanto para a crítica, como para o público, onde podemos ver no serviço de músicas Spotify. Entretanto, não é uma regra rígida a ser seguida e há muitos casos presentes de análise crítica musical, antes mesmo do lançamento, atribuindo notas e comentários técnicos às músicas, adotando parcialidade, independente de ritmos, arranjos e gostos particulares de quem analisa.

#### **4. CULTURA DA CONVERGÊNCIA / TRANSMÍDIA**

A cultura da convergência tem como seu conceito fundamentado e definição, três fenômenos singulares que se entrelaçam, sendo eles, o uso de diferentes mídias, produção cultural participativa e a inteligência coletiva, Henry Jenkins (2009), criador do termo e pesquisador da área, em seu livro publicado “A Cultura da Convergência” (2009, p. 377) explica como funciona este conceito e o que ele significa: “Palavra que define mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais no modo como as mídias circulam em nossa cultura”.

Jenkins (2009) explica que a chamada cultura da convergência se dá a partir dos meios de comunicação presentes e inteligência coletiva e a uma outra cultura, neste caso, a participativa. Acreditando que conteúdos realizados em plataformas diferentes estão paralelas e envolvidas a outras mídias, acontecendo de maneira fluida.

Se referindo a convergência, o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação (JENKINS, 2009). Segundo Jenkins, (2009, p. 29), “a convergência representa uma transformação

cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”.

Assim como muitos conceitos inseridos no jornalismo e na comunicação, a cultura da convergência também se adapta às novas tendências e às novas formas de consumo. Sendo a convergência um dinamismo que se molda a cada evolução tecnológica ou nova maneira de consumo da sociedade. Um dos grandes exemplos práticos e que a maior parte da sociedade vivenciou e vivencia, é o celular. No seu início os aparelhos telefônicos eram usados exclusivamente para realizar ligações, conseqüentemente com a evolução de tecnologias, máquinas e ser humano, o uso do celular foi expandindo suas funcionalidades e nos dias atuais, o seu uso é equivalente e capaz de suprir muitas necessidades de quem o usa, indo de escalas como pagamento de compras, assistir séries e vídeos, até mesmo as ligações, as quais eram seu único objetivo, hoje em dia, podem ser feitas por videochamadas e não restrito a apenas uma pessoa. De acordo com Marshall McLuhan (1964, p. 23) o conteúdo de um meio é sempre o outro meio, entendendo que toda mídia tem por função apropriar-se das técnicas, formas e significação cultural dos meios que já existem.

Esse uso de diferentes mídias se expande e não se adequa apenas ao único fator principal em que tal recurso oferece, fazendo assim, um comportamento conectado tanto quanto da sociedade como dos aparelhos, incorporando e desafiando as mídias (MCLUHAN, 1964, p. 23). Obtendo fácil percepção de como a cultura da convergência está também ligada à cultura tecnológica.

As novas tecnologias cooperam e são descobertas por um processo fundamentalmente interno de pesquisa e desenvolvimento, definindo as condições para mudanças sociais e o seu progresso (WILLIAMS, 2016, p.26).

Na cultura participativa, como seu o título diz, vemos a participação e colaboração do público, ou seja, é quando o consumidor tem grande poder e envolvimento. Fazendo estes, terem participação direta e ativa nas ocorrências do processo e designando a responsabilidade do futuro rumo que passar a vir ser tomado. Segundo Jenkins, Ford e Green (2014, p. 203), “[...] a cultura participativa tem uma história (na verdade, várias histórias) muito maior do que o tempo de vida de tecnologias específicas ou de plataformas comerciais”.

Joshua Green (2014) e Sam Ford (2014) foram nomes importantes da

comunicação e pesquisa sobre os conceitos inseridos na Cultura da Convergência, agregando pensamentos e exemplos práticos de como nos comportamos e consumimos, atrelando-os aos conceitos criados.

Apontando e dando grande influência e poder ao consumidor dentro da cultura participativa, Jenkins (2008, p. 189) evidencia as transformações nos ambientes midiáticos: “todos são participantes – embora os participantes possam ter diferentes graus de status e influência”.

Ultrapassando os limites destes fenômenos tecnológicos, o comportamento e postura da sociedade participativa toma novos rumos, conforme Shirky (2011, p. 42):

Toda vez que um novo consumidor se une a esse cenário de mídia, um novo produtor se une também, porque os mesmos equipamentos, como telefones e computadores, permitem que se consuma e se produza.

Sendo assim, tanto os produtores e criadores originais de veículos como o seu público participativo tem o mútuo poder e decisão do que possa vir a acontecer, entrelaçando ambos os papéis. A inteligência coletiva, outro conceito incluso na cultura da convergência, nada mais é que a união de diversos pensamentos e opiniões sobre determinado tópico, fortalecendo o conhecimento e agregando a narrativa.

Segundo Pierre Lévy (2000), pesquisador na ciência da informação e comunicação, a inteligência coletiva se distribui para todos, não estando exclusiva aos privilegiados, visto que, todos presentes na sociedade têm algo a oferecer como conhecimento.

(...) [a inteligência coletiva é] uma inteligência distribuída por toda parte: tal é nosso axioma inicial. Ninguém sabe tudo, todos sabem de alguma coisa, todo o saber está na humanidade. Não existe nenhum reservatório de conhecimento transcendente, e o saber não é nada além do que o que as pessoas sabem. (LÉVY, 2000, p. 29)

Sem desviar do percurso de evolução tecnológica e da sociedade, a inteligência coletiva está bastante presente na internet através de comunidades, bolhas sociais e virtuais, onde, indivíduos compartilham concepções e pensamentos fortalecendo ambigualmente a sua perspectiva e a teoria, de acordo com Lévy (2000), cada indivíduo não seria capaz de pensar apenas sozinho e sem o auxílio de alguma ferramenta.

Na perspectiva de Jenkins (2014) a mídia criada pelos fãs é compartilhada entre

uma comunidade com paixões em comum, entre eles próprios, entendendo seus trabalhos e ideias como uma contribuição à comunidade. O fandom abastece escritores e artistas, dando a mais profunda ênfase àquele material que reflete mais claramente os valores essenciais da comunidade (JENKINS, 2014).

Portanto, a inteligência coletiva se torna um meio de fazer o ser humano ter ideias e compartilhar estas com outros indivíduos, por meio de recursos mecânicos ou tecnológicos onde os próprios usuários pautam o que será abordado. A cultura da convergência foi fundamental para o estudo e descobrimento de outras vertentes que nela se agregam e estão paralelas, como o transmídia e o crossmedia, sendo importantes.

A narrativa transmídia é uma vertente da cultura da convergência, o termo usado por Henry Jenkins (2009), segundo o conceito e definição do mesmo, transmídia é o uso de canais independentes para mostrar uma narrativa onde no final, o telespectador pode ter acesso ao conteúdo completa desta narrativa em outras diferentes plataformas.

(...) fluxo de conteúdos por múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação (JENKINS, 2009, p.29)

De acordo com Jenkins (2009), essas narrativas não estão dependentes de outras para fazer sentido, em que cada uma delas tem sua singularidade e perfeito entendimento, o que se completa ao ser colocada em conjunto com as outras narrativas. Sendo posta como uma nova forma de narrar e produzir.

O comunicólogo e pesquisador sobre estudo de mídias Carlos Alberto Scolari (2013) afirma que a narrativa transmídia pode ser composta por diversas outras plataformas, não sendo exclusiva a linguagem verbal, atendendo e se renovando a outros meios como rádio, TV e web.

Essa narrativa acontece bem antes da popularização digital e massiva da web, obtendo seu auge e popularidade pelo método de livros que vem a se tornar filmes, uma clássica e tradicional adaptação que ocorre.

## **5. TEORIAS DA COMUNICAÇÃO**

As Teorias da Comunicação, no jornalismo, são diversos estudos acerca da Comunicação Social as quais envolvem outras áreas, como psicologia, sociologia e filosofia, dependendo do tipo de abordagem que está sendo abordada.

"Quando falamos em Teorias da Comunicação, estamos falando sobre o conjunto de ideias que envolvem e determinam os processos e os resultados da Comunicação de massa" (TEMER, NERY, 2004, p.12). Visto que a aplicação desta comunicação social na prática em sociedade, mediante a aspectos políticos, socioeconômicos, culturais e digitais, as teorias a princípio tem como intenção as mensagens enviadas pelas mídias e os seus efeitos na grande massa.

Como já relatado anteriormente, a mídia segue em constante mudança e evolução, as Teorias da Comunicação estão conseqüentemente inseridas dentro deste fator pois os estudos da comunicação estão diretamente ligados ao progresso da tecnologia, sendo as teorias, um agregado de conhecimentos provenientes da observação de uma "mediação cotidiana do conjunto de relações sociais, da difusão de ideias e da formação das condutas que têm lugar na sociedade" (RUDIGER, 1998, p.16).

Pôde-se entender uma divisão entre as duas fases das teorias de comunicação, onde a segunda contempla de certa forma as questões atuais, por ser mais recente. Neste trabalho apenas algumas teorias serão exploradas, sendo elas: Teoria da Persuasão, Teoria Empírica de Campo, Teoria Funcionalista, Teoria Crítica, Teoria Culturológica, Teoria do Agendamento e Newsmaking.

A Teoria da Persuasão consiste em aspectos psicológicos, afirmando que a mensagem enviada pela mídia não tem assimilação instantânea e imediata pelo público, variando das perspectivas pessoais, ou seja, sendo impactada de forma persuasiva, visto que, o público se interessa pelas informações as quais estão inseridas em seu conteúdo de bagagem e que concorda (WOLF,2003).

Também podendo ser reconhecido como Teoria Empírico-Experimental, faz parte de estudos da Escola Americana de Comunicação e está inserida nas teorias Behavioristas, paralelamente aplicada ao Modelo de Lawssell. Neste paradigma, a ação humana é vista "como resposta a um estímulo externo" (ARAÚJO, 2001, p. 125).

Analisando o comportamento do público ao receber mensagens através dos meios de comunicação de massa. Obtendo a fórmula prática para ser compreendida:

E→FP→R (Estímulo→Fatores Psicológicos→Resposta)

A Teoria da Persuasão afirmava que para que o resultado esperado da mensagem fosse atingido, a comunicação se adequa às questões pessoais de quem está recebendo-a, tomando como relevante as características pessoais. Tais abordagens analisam os resultados dos meios de comunicação em massa, partindo do ponto de que é possível acontecer a persuasão, caso as mensagens forem adequadamente estruturadas (TEMER, NERY, 2004, p.47).

Baseada na Teoria da Persuasão, acontece o surgimento da Teoria Empírica de Campo a qual aborda que a mídia tem influência limitada na sociedade, estando conjunta a outras modalidades semelhantes como escolas, igrejas e política, passando a sua mensagem por diversos filtros de caráter social do público antes de ser digerida (LAWSSSEL, 1987).

A Teoria de Efeitos Limitados, como também pode ser chamada, estuda os efeitos paralelos entre a massa e os meios de comunicação, composta por duas correntes, sendo elas: (A) o estudo da composição diferenciada dos públicos e dos seus modelos de consumo de comunicações de massa; (B) as pesquisas sobre a mediação social que caracteriza o consumo: a percepção de que a eficácia dos mass media só é susceptível de ser analisada no contexto social em que funcionam.

De acordo com esta teoria, a grande mídia, não é exclusiva dos efeitos da audiência, porém tem grande influência dentro do meio. A teoria deixa evidente a complexibilidade das relações na comunicação social, aprofundando o pensamento do poder de influência que os meios de comunicação podem ter sobre a sociedade, “descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações” (BERELSON, 1952, p.40)

Em sequência, há o surgimento da Teoria Funcionalista, propondo o estudo do papel e função da mídia. Deixando de lado a análise exclusiva do comportamento da sociedade e passando a explorar o que as grandes massas consideram e os modelos sociais adquiridos.

Conhecido como um dos fundadores da sociologia clássica, Émile Durkheim, fazia analogias da função social com organismos vivos, aproximando Sociologia das Ciências Naturais e Biologia.

Segundo Durkheim (1895), para que seja feito o funcionamento de uma sociedade é necessário que ela seja coesa, assim como o funcionamento do corpo humano, imprescindível o funcionamento de todos os órgãos.

Aplicado a Teoria, este funcionamento correto é essencial para a garantia da ordem social, as quais estão inseridas a família, as escolas, as igrejas e os órgãos estatais, havendo um consenso e coesão para o perfeito funcionamento em que todas se englobam, sendo uma corrente de pensamento a qual analisa os processos sociais que operam para preservar o funcionamento de uma sociedade (TEMER; NERY, 2004, p. 54).

Portanto, a Teoria Funcionalista, tem o intuito de demonstrar que cada indivíduo da sociedade tem uma função específica a ser cumprida, logo obtendo uma harmonia, fazendo a sociedade progredir de uma maneira eficaz. (DURKHEIM, 1895).

Inaugurada pela Escola de Frankfurt, a Teoria Crítica nasce inspirada em teorias marxistas que definem a grande mídia como um instrumento de capitalismo, muitos autores desta escola como Max Horkheimer, Herbert Marcuse e Walter Benjamin, contribuíram com estudos e pensamentos para com a Teoria Crítica.

Max (2000) afirmava que “a Razão Instrumental seria tudo o que pertence à esfera da teoria tradicional, enquanto a Teoria Crítica segue pelos caminhos do pensamento crítico-negativo”

Nesta teoria, surge o grande do fenômeno da indústria cultural onde os diferentes tipos de artes passam a ser inseridos e reproduzidos como produtos de consumo pela população, “a escola do pensamento crítico questiona as consequências do desenvolvimento dos novos meios de comunicação na produção e transmissão da cultura” (TEMER; NERY, 2004, p.83).

Os filósofos da Escola de Frankfurt compartilhavam o pensamento comum da direção de suas críticas à ordem política e econômica em como a tecnologia está presente na sociedade, assim, contribuindo diretamente para a Teoria Crítica.

Como influência da Teoria Crítica é o surgimento do fenômeno cultural, surge a Teoria Culturológica visando estudar e compreender a cultura de massa, pressupondo que a grande mídia não produzia originalmente um padrão cultural, mas se baseava em padrões já existentes e presentes na sociedade (MORIN, 1960).

A cultura de massa é uma realidade que não pode ser tratada a fundo senão com um método, o da totalidade.

Não é admissível que se acredite poder reduzir a cultura de massa a uma série de dados essenciais que permitiram distingui-la da cultura tradicional ou humanística. Não se pode reduzir a cultura de massa a um ou a alguns dados essenciais. Pelo contrário, também não podemos contentar-nos em fazer como a sociologia a que chamo burocrática, que se limita a estudar este ou aquele sector da cultura de massa, sem tentar aprofundar aquilo que une os vários sectores. Penso que devemos tentar ver aquilo a que chamamos “cultura de massa” como um conjunto de cultura, civilização e história (MORIN, 1960, p. 19).

Edgar Morin (1962) afirma que as potencialidades corromperam e desagregam outras culturas, não sendo imunes a este contato. A teoria culturoológica faz a transição entre o real e o imaginário, trazendo produtos maciços em forma de cultura, “provocando mudanças sociais e modificações da percepção estética” (TEMER; NERY, 2004, p.85).

A Teoria do Agendamento compreende e demonstra o poder e capacidade que a mídia tem de pautar um assunto específico, fazendo os leitores considerarem aquela notícia importante pelo fato de estarem sendo noticiados, ou seja, o público não agenda e programa suas conversas nas suas relações, pois a mídia pauta sobre o que vão falar e debater (TEMER, NERY, 2004).

Para Noelle Neumann (1977) essa ação tem três características básicas: acumulação (é a capacidade da mídia para criar e manter relevância de um tema); consonância (as semelhanças nos processos produtivos de informação tendem a ser mais significativas do que as diferenças); e a onipresença (o fato de a mídia estar em todos os lugares com o consentimento do público, que conhece sua influência).

Constituindo a Teoria do Agendamento a tendência de ditar os temas mais relevantes e influentes desenvolvidos pela mídia, se propondo a ser um estudo que filtra a notícia e decide se deve ou não ser veiculado, sem seguir a linha de raciocínio se é ou não interesse do público.

A Teoria Newsmaking explora ao estudar com mais profundidade o trabalho dos profissionais de comunicação, e em como e por que tais informações se transformam em notícias (TUCHMAN,1983). Estabelecendo etapas a um processo para a veiculação da notícia, ao também lidar com a imprevisibilidade em que os fatos acontecem se organizando em como deve ser o processo de produção.

Dentre estas etapas de organização estão os valores-notícia, a noticiabilidade,

a sistematização, a seleção e a abordagem. Fazendo todo o processo ser planejado tal como uma indústria de produção com sua rotina. Nelson Traquina (2005, p.180) reafirma “resultado de um processo de produção definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)”.

Atrelado a todos os conceitos e teorias inseridos no jornalismo, está o impacto social, tendo em vista que o jornalismo é considerado equivalente aos três poderes (legislativo, judiciário, executivo). “As novas tecnologias são vistas como fatores que modificam a sociedade, gerando mudanças comportamentais significativas” (TEMER, NERY, 2004).

A mídia tem grande e forte influência sobre a sociedade e o seu impacto social está paralelo a isso ao moldar as conversas, debates, modo de consumo, de se vestir e viver ao declarar certo fato tendência. Esse pensamento está ancorado na afirmação de George Orwell (1903-1950) “a massa mantém a marca, a marca mantém a mídia e a mídia controla a marca”.

Este impacto social, pode ser visto de diversas maneiras, tanto positivo como negativo, ao tendenciar informações e a consequência dos seus debates na sociedade. O impacto preditivo dos meios de comunicação sobre a sociedade e em suas mudanças ocorridas existem por conta de um modo de comunicação pré-definido e determinado (TEMER; NERY ,2004). “A mensagem de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, audiência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas” (MCLUHAN, 1998, p.22).

## **6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Os procedimentos metodológicos abordados neste presente trabalho possuem a finalidade qualitativa, permitindo uma análise ampla dos respectivos álbuns *Lemonade*, *4:44* e *EVERYTHING IS LOVE*, desvendando mecanismos subjacentes à ação social, levando a possibilidade de fazer generalizações teóricas (THIOLLENT, 1986). Entendendo como pergunta para o estopim do trabalho e pesquisa: como a trilogia de álbuns realizada pelos The Carters se encaixam nos fundamentos

jornalísticos e trazendo vivências negras? No intuito de responder as devidas questões oriundo das análises de videocliques, letras de músicas e poemas presentes nos discos.

Esta monografia tem como objetivo geral estudar e analisar as composições multimídias e textuais presentes nos projetos da trilogia, base de referência, associando e identificando conceitos jornalísticos. Os objetivos específicos são: a evidência do reflexo importante do passado na presença de vidas negras, como a ancestralidade, estabelecendo um paralelo ao associar a convergência presente nas mídias digitais criadas com a convergência cultural e histórica.

O estudo de caso tem como base pesquisas qualitativas, fazendo o uso de análise de obras autorais dos artistas Beyoncé e Jay Z, seguindo uma pré-análise, explorando materiais, tratando dados e interpretações (BARDIN, 2011 ; ROESCH, 2005).

São presentes neste trabalho fundamentos jornalísticos abordados (MARQUES DE MELO, 2010) ao se referir a o que faz um produto ser jornalístico e suas vertentes como o jornalismo cultural e como ele se aplica na sociedade em suas práticas.

Conceitos e pensamentos abordados por Henry Jenkins e a Cultura da Convergência(JENKINS, 2009) e suas vertentes, tal como o estudo Transmídia abordado em produtos expostos para consumo na sociedade. A inteligência coletiva abordado por (LÉVY, 2000) e seus respectivos saberes para a sociedade.

Agregando ao conteúdo deste trabalho, o reflexo da análise dos resultados na sociedade, exclusivamente na vivência de pessoas negras, o racismo e a descoberta da negritude, que se dá ao comprometimento de resgatar a sua história e recriar as potencialidades (SOUZA,1983,p.115).

A análise de resultados consta também de conceitos inseridos e ditados pelas Teorias da Comunicação, mais precisamente explorados pela Teoria Crítica, fundamentada pela Escola de Frankfurt, Teoria Culturológica abordada e explorada por Morin (1962) e interpretações e exemplos práticos de mensagens inseridas nas Teorias do Agendamento, Gatekeeper e seu impacto social (MCLUHAN, 1998, p.22) e os comportamentos midiáticos.

## 7. ANÁLISE DE RESULTADOS

A análise de resultados deste presente trabalho se atém aos conteúdos inseridos e compostos nos álbuns *Lemonade*, *4:44* e *EVERYTHING IS LOVE*, os quais propõe um diálogo e noticiam fatos e vivências com o público e a mídia. Estando elencados e agregados em conceitos teóricos já abordados neste respectivo estudo.

Em todo momento durante a trilogia, os artistas Beyoncé e Jay Z intercalam os papéis como mídia reprodutora da mensagem e como público, influenciado pela repercussão mídiática.

Sendo dividido em três capítulos, os quais abordam separadamente as obras oriundas do estudo, porém evidenciando como todas estão intercaladas e paralelas umas as outras, expondo uma narrativa e convergindo pontos factuais entre presente e passado.

### 7.1. *Lemonade*: Vulnerabilidade, autoconhecimento e identidade.

Lançado em 2016, o sexto álbum de estúdio da cantora Beyoncé, aborda e noticia um fato ocorrido em sua vida pessoal, o qual é compreendido como uma traição cometida pelo seu marido Jay-Z. No contexto do projeto, o acontecimento que se dá o estopim da obra, se encontra inserido na definição de jornalismo (ABRAMO,1988, p.109), que se dá por noticiar fatos e acontecimentos trazendo uma coleta de informações e compartilhá-lo para informar o seu público, também é associado ao grande ponto de encontro, a infidelidade e adultério dentro de um casamento. Este fator é visto pela cantora Beyoncé como uma maldição que ocorre em sua família e na sociedade, por ter ocorrido com outras mulheres negras.

O sexto disco de estúdio da cantora conta com 12 faixas, sendo cada uma delas abordando as ditas fases de uma traição, a obra se adequa em recursos e conceitos vistos no movimento transmídia pois tem em seus universos paralelos a música, o filme e poemas, onde juntos compõem e complementam toda narrativa. No filme, que

leva o mesmo nome do álbum, as músicas ganham visuais, os quais incrementam o compreender da obra e tem sua divisão ocorridas por capítulos, onde são interlúdios e pré-apresentados por poemas, que narram a história.

Inserido nos conceitos abordados por Marques de Melo (2010), o Lemonade é visto como um produto cultural por conta dos meios em que se reproduz para a sua execução e pelas perspectivas abordadas durante todo momento, ao trazer questões sociais, políticas, culturais, além de, fazer o resgate de uma negritude não só pessoal como para com o coletivo, ao envolver, música, cinema e literatura.

Pouco antes do lançamento do disco completo, a música "*Formation*" foi lançada para o público. A faixa não faz parte das citadas fases de uma traição que compõem o projeto Lemonade, porém, está inserida em todo o contexto cultural, sociológico e político que a artista aborda. A sua primeira divulgação aconteceu durante o intervalo do SuperBowl, evento de uma das maiores audiências dos Estados Unidos.

Logo após o seu lançamento, a cantora Beyoncé, o videoclipe e a letra da música Formation, foram um dos principais tópicos de debate e discussão entre as bolhas sociais, gerando repercussão pelas menções e referências abordadas na música. Ao iniciar o clipe visual da canção, a cantora traz a frase que teve seu viral, ao também virar um bordão, "*Bitch, i'm back! By popular demand!*" ao dizer que está de volta ao mundo musical por demanda popular, fazendo em continuidade analogias ao Furacão Katrina, que atingiu os Estados Unidos, afetando em grande parte a cidade de New Orleans, em que a maior parte da população era de pessoas negras. O videoclipe da música exalta a negritude da cantora Beyoncé, trazendo, também, referências a outros líderes e nomes importantes do movimento negro, como: Marthin Luther King, Malcom X, Jackson 5.

A repercussão e debate social acerca do mais recente lançamento da Beyoncé foi base de referência em uma esquete do programa norte-americano SNL, que se intitulava "*The Day Beyoncé Turned Black*", em português, "O dia que a Beyoncé se tornou negra", onde é narrado tamanho choque e revolta de pessoas brancas, as quais não estavam acostumadas ao ver Beyoncé cantar e exaltar sua negritude, além de escancarar o racismo e a brutalidade policial contra negros. Oriunda da má recepção e revolta de parte do público, a canção Formation gerou também protestos de policiais, os quais alegaram não realizar a segurança de shows da mesma e organizações de boicote contra a carreira da cantora, deixando explícito a indignação e o racismo.

Impacto social este em que a cantora se antecipa e encerra a faixa com a seguinte frase “*You know you that bitch when you cause all this conversation*”, em que a mesma diz ser aquela pessoa por causar toda a repercussão e conversa que estava acontecendo, diretamente ligado ao seu nome e seu impacto na mídia e sociedade. Este impacto social é visto também de outra maneira, pelas reproduções de roupas e frases, de outros veículos e também no cotidiano do público.

Diante de toda a discussão imposta, em seguida a artista lança por completo o álbum *Lemonade*, o qual engloba, alimenta e explora ainda mais as discussões da mídia e da sociedade acerca da cantora e empresária. Inspirado no Modelo Kluber-Ross de Luto (1969), onde são ditadas fases que acontecem durante o momento do luto, Beyoncé se adapta e requalifica estas fases, transformando-as em doze capítulos, sendo eles: Intuição, Negação, Raiva, Apatia, Vazio, Perda, Responsabilidade, Reforma, Perdão, Ressurreição, Esperança e Redenção.

Estas ditas fases dividem o filme em capítulos ao darem visuais para as músicas, as quais também são acompanhadas de poemas autorais da escritora Warsan Shire, onde são narrados e explorados os conceitos pertinentes a cada momento em que o projeto se passa.

A chegada do álbum para conhecimento da grande massa de consumo, chegou com forte influência de comentários e avaliações vindos de revistas críticas especializadas ao tecer comentários positivos acerca da obra, influenciando o público a adquirir o produto, tal como visto nos princípios da Teoria Crítica (TEMER; NERY, 2004). Críticas como a da revista Pitchfork, considerada uma das mais relevantes dos tempos atuais, onde atribuía o álbum como destaque em seus textos com notas altas. O álbum *Lemonade* também aparece presente em listas de “Melhores Álbuns de Todos os Tempos” de veículos como *Rolling Stones* e *Billboard*.

Durante todo o processo do longa e do álbum, Beyoncé evidencia conceitos e explora sua negritude como bagagem e processos, deixando evidente um propósito coletivo, não apenas para cura e autoaceitação pessoal, mas englobando outras mulheres negras. Trazendo elementos importantes nas letras das músicas, como na faixa *Sorry*, a cantora canta o verso “*You better call Becky with the good hair*”, verso este que gerou grande impacto e repercussão por conta da cantora usar a gíria “*Becky with the good hair*”, uma expressão utilizada para se referir a mulheres brancas por conta do racismo estrutural em definir estas mulheres com o cabelo bom.

A cantora também traz consigo nos visuais, representações de Orixás de Religiões de Matriz Africana, como no clipe da faixa *Hold Up*, onde a cantora representa Oxum, que representa a sabedoria e o poder feminino. Outras representações também podem ser vistas, como nos visuais que dão interpretação para a música *Don't Hurt Yourself*, onde a cantora aparece em momentos fazendo referências à pomba-gira, ainda na mesma faixa, Beyoncé traz discurso de líderes de movimentos negros, como Malcom X (1964) em sua fala "*The most disrespected person in America is the black woman*".

No avanço da narrativa, o projeto se torna mais pessoal, íntimo e vulnerável, características essas que podemos ver nas canções "*Daddy Lessons*", "*Love Drought*", "*Sandcastles*" e "*All Night*", as quais narram um segundo momento do processo de cura vivenciado pela cantora, havendo o momento de reforma, perdão e reconciliação. Na faixa *Daddy Lessons*, Beyoncé emite um paralelo entre seu cônjuge e o seu pai, explorando a masculinidade que é imposta e para os homens negros e em como eles são lidos e vistos pela sociedade. Esse paralelo pode ser visto também no poema que precede a canção.

Você encontra o tubo preto dentro de sua necessaire, onde ela guarda as cartas antigas de seu pai na prisão. Você quer, desesperadamente, parecer com ela. Você não se parece com sua mãe. Você se parece em tudo com a sua mãe. Beleza de estrela de cinema. Como usar o batom de sua mãe. Você vai ao banheiro para passar o batom da sua mãe. Em um lugar que ninguém possa te encontrar. Você deve usá-lo como ela usa o desapontamento no rosto dela. Sua mãe é uma mulher e mulheres como ela não podem ser contidas. Amada mãe, deixe-me herdar a terra. Ensine-me como fazê-lo implorar. Deixe-me recompensar pelos anos que ele fez você esperar. Ele se curvou ao seu reflexo? Ele fez você esquecer seu próprio nome? Ele te convenceu que era um deus? Você se ajoelhava diariamente? Os olhos dele fecham como portas? Você é uma escrava na cabeça dele? Estou falando de seu marido ou de seu pai? (SHIRE; BEYONCE, 2016)

A escritora interpola atitudes realizadas por homens negros em seus casamentos para com suas mulheres que se mostram semelhantes a seus pais, visto que, culturalmente homens negros são reprimidos a fraqueza, sentimentos e vulnerabilidade, sendo ensinados a todo momento serem e se demonstrarem fortes, viris e destemidos.

Representado a reforma, a música "*Love Drought*" perpetua a esperança e

renovação, não só da cantora com o seu processo e situação vivenciada, como para outras mulheres negras. No clipe presente para a canção, Beyoncé interpreta e resgata um momento ocorrido durante a escravidão onde os escravos marchavam em direção ao mar para se afogarem em coletivo, pois, tinham preferência em perder a vida do que serem escravos, ressignificando esta cena, a cantora aparece com outras mulheres negras, marchando em direção ao mar, porém todas elas se unem com apertos de mãos e erguem os braços, simbolizando o renascimento do ocorrido e também a quebra da maldição inserida no contexto do filme.

Me batize, agora que a reconciliação é possível. Se vamos nos curar, que seja glorioso. Dez mil garotas levantam seus braços. Você se lembra de nascer? Você é grato pelo quadril que se alargou? O veludo de sua mãe, e o da mãe dela, e o da mãe dela. Há uma maldição que será quebrada (SHIRE; BEYONCE, 2016).

“*Sandcastles*”, faixa que representa o perdão, mostra pela primeira vez dentro da narrativa, a presença do rapper Jay-Z, em aspecto íntimo e pessoal, Beyoncé canta sobre a força e prosperidade do casal e o desejo de seguir em frente, ao aprender com os erros. O título da canção faz referência paralela também ao último dueto de sucesso entre ambos os artistas, onde teve seu videoclipe realidade numa praia.

“O perdão é um ato de generosidade. Ele exige que coloquemos a libertação de outra pessoa da prisão de sua própria culpa ou angústia acima de nossos sentimentos de ofensa ou raiva. Ao perdoarmos, abrimos caminho para o amor. É um gesto de respeito” (HOOKS, 2001, p. 170). Nesta música, Beyoncé se mostra disposta a perdoar e seguir em frente no seu relacionamento com seu marido, ao perdoar e reescrever a história do casal, fortalecendo ainda mais o amor entre ambos.

A artista conclui o projeto com o seguinte trecho do discurso de aniversário da avó do rapper Jay-Z: “*I had my ups and downs, but I always find the inner strength to pull myself up. I was served lemons, but I made lemonade.*”, fazendo referência ao ditado popular “Se a vida te der limões, faça uma limonada”, explicando o significado e propósito do título do álbum *Lemonade*, a cantora sofreu um adultério e fez disso uma autorreflexão e se emergiu em um processo para transformar tal fato num projeto musical.

Com a chegada do álbum para o consumo do público, fãs e apreciadores da obra da cantora realizavam grupos de debates e discussões para compartilhar percepções e ideias sobre o que estava sendo abordado no álbum. Oriundo deste

impacto e debate em comunidades, muitas notícias falsas surgiram em consequência, como, o debate e participação do público ao ter como significado da obra *Lemonade*, ser devido aos escravos beberem limonada ou passar limões em suas peles esperando o clareamento de melanina. Sucessivo ao debate gerado pela canção *Formation*, a recepção do álbum *Lemonade* teve a mudança de como a mídia via a cantora Beyoncé e gerou debates ao longo de toda a América.

Durante a repercussão e produção do álbum *Lemonade* são vistas abordagens e conceitos definidos em teorias da comunicação como a Persuasiva e Culturológica na forma em que a mensagem é recebida pela grande massa e como a cantora Beyoncé a reproduz.

O projeto também foi aclamado por diversas premiações musicais como BET Awards, VMA (Video Music Awards) e pela premiação musical com maior relevância da indústria, Grammy, sendo indicado em categorias como Álbum do Ano.

## **7.2. 4:44: Homem negro e seus dilemas.**

No ano de 2017, Shawn Carter, também conhecido por JAY-Z, realiza o lançamento do seu disco 4:44, neste momento é mostrado ao público que existe uma convergência de projetos, o álbum do rapper aparece como complemento da narrativa já contada pela Beyoncé em *Lemonade*, e o desbravar de uma nova vertente, desta vez, focada nas vivências e visão de Jay-Z, o qual explora o seu lado vulnerável, narrando seus dilemas como marido, pai e homem negro, ao contar uma história intimista e pessoal atravessando diversos temas como luxo, família, negritude e o principal deles, a infidelidade.

Ao longo de suas 10 faixas, o rapper Jay Z narra toda sua história e dificuldades convidando outros homens negros a se identificarem com suas falas e incentivar o perdão, a fim de projetar e abrir caminho para os próximos que virão. O álbum, tido como um registro de reflexão, destaca principalmente as suas referências e acontecimentos passados na história do rapper e de outras personalidades negras. O projeto conta com parcerias de sua família, estando presentes sua mãe Gloria Carter, sua esposa Beyoncé e de sua filha Blue Ivy. Além de outros nomes da indústria musical como Frank Ocean e Damian Marley.

O álbum foi recebido positivamente pela crítica especializada e recebeu notas avaliativas altas, além de selo pela revista Pitchfork para ser um projeto a ser escutado. Pontuando como destaque sua vulnerabilidade e redenção. “Com uma rara demonstração de vulnerabilidade e contrição, graça e sabedoria adulta, Jay Z lançou um dos álbuns mais maduros da história do hip hop”, pontua a revista The Telegraph, UK, em 2017.

Além da grande avaliação de críticos musicais, 4:44 teve grande destaque em premiações musicais, fazendo o rapper expandir seus recordes pessoais, nas mesmas. Na edição Grammys 2018, o álbum do Jay Z obteve 8 indicações, sendo um dos grandes destaques, porém não ganhou nenhuma das categorias em que concorria.

Com a chegada do projeto 4:44 houve mudança na maneira em como a sociedade e mídia enxergavam e noticiavam o rapper, ao mostrar vulnerabilidade, algo muito incomum dentro do meio rapper e se desvincular dos trejeitos impostos pela grande massa em se comportar como um homem malvado e valente. Esta persuasão da mídia impacta a imagem que passou a ser vista do rapper e as opiniões públicas acerca do artista.

O disco não segue o mesmo caminho do seu antecessor na trilogia não sendo um filme visual, porém conta com diversos videoclipes que alimentam esta narrativa transmídia, acrescentando elementos e informações para além das letras, tendo sua abertura com a canção em que o rapper intitulado “*Kill Jay Z*”, em que o mesmo diz estar matando o seu próprio ego para que possa seguir e entrar na seguinte narrativa de maneira sincera e pessoal.

Em seguida, Jay Z converge e traz para sua narrativa uma referência a história do famoso jogador de futebol americano O.J. Simpson, com a seguinte frase: “I’m not black, i’m O.J.”, dita pelo jogador no auge do seu sucesso, em não se considerar negro por ser um famoso jogador de futebol americano. O rapper na mesma faixa também canta no seu refrão os versos “*Light nigga, dark nigga, faux nigga, real nigga, Rich nigga, poor nigga, house nigga, field nigga*”, onde relata que independente da classe social, status ou condição financeira, todos os negros continuam sendo negros. Na mesma canção, o rapper fala sobre a ambição e determinação de homens negros para conseguirem dinheiros e elevarem de status socialmente, adquirindo reconhecimento e admiração dos demais, Bell Hooks (2004) afirmava que para homens negros lhes

eram ensinados que sua condição financeira e a aquisição os faziam ser respeitado e cobiçado, realizando o desejo de poder.

Na faixa que leva o nome do álbum, 4:44, é vista como uma carta de desculpas do rapper para sua esposa Beyoncé, como também para todas as outras mulheres negras que sofreram na maldição, abordada e citada no projeto *Lemonade*, sendo o momento mais intimista e pessoal de todo disco. “4:44 é um som que escrevi e essa é a cruz do álbum, fica bem no meio dele. Eu, literalmente acordei 4:44 da manhã, 4:44 para escrever esse som, “ta ligado?” Então, se tornou o título do álbum e girou em torno dele. É a faixa que dá título ao álbum porque é poderosa, e eu acredito que é uma das melhores que já escrevi”, afirma o rapper durante entrevista para a iHeartRadio, em 2017.

Com a participação de sua esposa Beyoncé, a faixa “*Family Feud*” aborda a mensagem de que ninguém vence e avança se a família está perdendo, a canção se estende ganhando um clipe visual, que narra a história de uma família poderosa historicamente, presente também a participação especial da filha do casal Blue Ivy. Na música, o rapper faz referência a *Becky*, a qual é citada na faixa *Sorry*, do *Lemonade*, Jay Z cita e diz que quer ficar em paz pois um homem que não protege sua família, não enriquece.

Em *Moonlight*, o rapper e empresário expande ainda mais o universo do seu álbum e sua vivência ao convergir com acontecimentos e reflexões atuais, com seu refrão “*We stuck in La La Land, Even when we win, we gon’ lose*”, referenciado à situação ocorrida no *Oscar’s 2017*, onde houve um equívoco no anúncio do vencedor da categoria *Best Picture* (Melhor Filme), ao constar o filme *La La Land*, como vencedor, porém, minutos depois a produção corrigiu o erro e anunciou o filme *Moonlight* como ganhador da categoria, o erro ocorrido teve maior repercussão pela mídia do que a premiação do filme *Moonlight*, o qual tem todo seu protagonismo e produção por pessoas pretas, fazendo essa analogia, Jay Z mostra que mesmo com vitória e protagonistas de pessoas negras, eles acabam sendo ofuscados por pessoas brancas.

Nos visuais que complementam e expandem a narrativa da faixa *Moonlight*, o rapper faz um parodia e referência a famosa série de sucesso dos anos 90 nos Estados Unidos, *Friends*, porém recriando o elenco com todos os protagonistas sendo negros. Não sendo apenas uma referência, Jay Z destaca que a famosa série *Friends*

na verdade é baseada e inspirada em outra série da época, *Living Single*, a qual originalmente tinha todos seus protagonistas negros mas não garantiu sucesso nem audiência significativa durante sua transmissão. Tal crítica ao tipo de consumo da massa aparece explicita nos versos da faixa quando o rapper afirma que ambos fazem a mesma coisa, sem ter os mesmos recursos, não alcançando o mesmo reconhecimento do público e mídia.

O rapper encerra o seu álbum falando sobre o seu legado e como tende a fazer seus projetos na intenção de abrir o caminho para outros homens negros da música que estão começando e sonham com a carreira musical de sucesso. Na faixa *Marcy Me*, Jay Z aborda sobre sonhos de homens negros e sobre ser um exemplo de representatividade para outros. “É uma caminhada nostálgica sobre os conjuntos habitacionais de Marcy, e sobre essa esperança, esse sentimento de: “cara, eu realmente fiz isso? Eu realmente me tornei um dos maiores artistas do mundo?”. Você tem esses sonhos, tipo: “posso ser o maior jogador de basquete de todos?”. Todos nós temos esses sonhos”, afirma o rapper ao falar um pouco sobre a faixa durante entrevista em 2017.

O álbum 4:44 tem um grande impacto dentro da cultura musical, principalmente no cenário do rap, influenciando e moldando outros nomes da indústria, é nítida a mudança e acolhimento de suas fraquezas e aceitação de suas próprias vulnerabilidades em lançamentos de outros rappers e cantores negros após a conversa a qual é proposta no disco feito por Jay Z.

### **7.3. Everything Is Love: Amor e perdão como cura.**

Lançado de surpresa para o público em 2018, o álbum *EVERYTHING IS LOVE*, consta como projeto conjunto entre Beyoncé e Jay Z, que assumem o codinome The Carters. Com a chegada do disco, o público recebe mais um capítulo da narrativa que teve seu início em 2016, com o *Lemonade*, compreendendo uma trilogia sequencial de três álbuns evoluindo a mesma história.

*EVERYTHING IS LOVE* marca a reconciliação do casal e destaca o amor como principal fruto de importância e destaca tudo o que o casal conquistou juntos, expondo suas vitórias, apesar de todas as dificuldades internas e externas, exaltando a comunidade negra.

O disco final da trilogia também foi recebido pela crítica especializada de maneira positiva, gerando avaliações de destaque e prêmios relevantes, como Melhor Álbum de R & B no Grammy 's 2019. A trilogia adquiriu em seu agregado relevância e aclamação pela crítica especializada, sendo pautada como um produto a ser consumido pelo público.

O álbum estende sua narrativa visual apenas com uma música, *Apeshit*, fator esse que pode ser visto como conceitos por TEMER, NERY, 2004, ao pautar um assunto de destaque para o grande público, em termos musicais, a música foi *single* oficial do projeto gerando discussões e debates entre grupos sociais.

*Apeshit* tem seu clipe gravado no Museu do Louvre, na França, onde o casal utiliza as obras expostas no local como uma reparação, destacando que as pessoas negras inseridas nas pinturas estão sempre exercendo a função de criado ou de serviço em todas elas, evidenciando as questões raciais em como pessoas negras são retratadas e vistas além de ressignificar algumas obras, reproduzindo-as com pessoas negras em sua frente. Recebendo reconhecimento ao ter sido indicado ao Gran Pix do festival de cinema Cannes Lion 2019.

O clipe gerou grande impacto pelas grandes massas, recebendo comentários sobre a riqueza e relevância do casal por fechar o Museu do Louvre, um dos maiores do mundo, para uso próprio, contando também com uma das cenas de maior repercussão e reprodução tanto nas mídias como em vestimentas para o público, sendo a imagem do casal em frente a pintura Monalisa, de Leonardo da Vinci, a qual é conhecida mundialmente e se tem como uma pintura bastante difícil de se obter um registro pessoal e exclusivo por sua popularidade. Os artistas incorporam também a característica famosa da Monalisa que é o seu olhar, ao estar atenta para todos os lugares, mostrando que o casal também está atento e está ciente da sua repercussão na mídia.

A letra da música APESHIT, consagra e exalta as conquistas do casal, pelas dificuldades vividas não só pessoais como também com a mídia, visto que ambos são negros e não se veem com frequência no lugar que estão. Os versos cantados por Jay Z e Beyoncé contêm várias referências também a acontecimentos ocorridos durante os outros lançamentos como o verso “*Tell the Grammy's fuck that 0 for 8 shit, have you ever seen the crowd goin' apeshit?*”, sendo uma resposta a premiação do Grammy 2018 onde o rapper Jay Z foi um mais indicados da noite com seu álbum *4:44*

e não venceu nenhuma categoria, mostrando que o legado do rapper ao atrair uma multidão para estádios em seus shows é mais relevante do que prêmios.

Durante toda a trilogia Beyoncé e Jay Z usam os comentários e suposições da mídia e imprensa sobre eles como respostas em suas letras, fator esse semelhante a uma inteligência coletiva, porém o público e grande massa não tem poder para definir os rumos da obra, e sim o casal devolvendo estes comentários como forma de resposta e controle.

O álbum tem como sua música de abertura SUMMER, que marca a reconciliação do casal e reforça o amor mútuo entre ambos, destacando também a presença da narrativa se passar em uma praia, a qual já foi citada por ambos em outros momentos da história. Este amor é reforçado durante todo o projeto e também passado como forma de legado para os filhos do casal.

Na faixa BOSS, vemos a ideia de legado e luta coletiva do casal para como outras pessoas negras, no verso *“My great-great-grandchildren already rich, that’s a lot of brown children on your Forbes list”* a cantora Beyoncé fala sobre sua riquezas e afirma que este status permanecerá até os seus tataranetos, sendo colocado varias crianças pretas na lista da Forbes, importante revista sobre negócios e economia.

Beyoncé e Jay Z brincam e fazem paralelos com notícias da mídias em outros trechos de faixas como NICE e HEARD ABOUT US, onde a mesma canta *“If I gave two fucks - two fucks about streaming numbers, would have put Lemonade up on Spotify”*, fazendo novamente uma referência ao seu álbum *Lemonade* e o fato dele não ser disponibilizado nas plataformas de streaming quando lançado de imediato, esta ocasião gerou manifestações de fãs e mídia por ter o álbum disponível apenas em uma plataforma exclusiva até o ano de 2019.

Já na faixa HEARD ABOUT US, o casal aborda na narrativa o fato de ser reservado para imprensa e ter o controle da sua imagem e privacidade para o público, com os versos *“No need to ask you heard about us, already know you know about us”*, pelo fato de serem relevantes e conhecidos mundialmente e toda sua imagem que é vinculada e circula pelas mídias são as imagens que os próprios autorizam.

Em BLACK EFFECT, os artistas voltam a referenciar importantes nomes do movimento negro como Malcom X e exaltam suas negritudes empoderando também outros jovens negros, a faixa conta como abertura um poema sobre o amor e o casal reforça e empodera o amor entre pessoas pretas.

O amor como processo de cura que é abordado durante toda a trilogia está presente na faixa final do álbum, *LOVEHAPPY* aborda as dificuldades vividas pelo casal, antes e depois da traição e mostra tudo o que ambos conquistaram juntos, como foram referências para a vivência de pessoas pretas e vão deixar de memória. Na faixa, o casal traz mais uma vez a praia para a narrativa, “*This beach ain't always been no paradise, but nightmares only last one night*”, simbolizando o amor deles como uma praia. “O amor nos ajuda a encarar a traição sem perder o nosso coração” (HOOKS, 2001), evidenciando a cura que o amor proporciona e o seu valor em relações.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A abordagem metodológica seguida para o presente trabalho teve o intuito de compreender como os recursos audiovisuais presentes na trilogia realizada pelos artistas The Carters estão inseridos no jornalismo e meios de comunicação, evidenciando e identificando estes conceitos abordados em teorias como Jenkins (2009) e Lévy (2000), entendendo este processo de convergências midiáticas, culturais e vivenciadas.

Relatando a importância do passado e ancestralidade em vidas negras, construindo e entendendo sua cultura, para além do ser negro, torna-se negro (SOUZA, 1983, p.115). Através da história narrada pela trilogia produzida por Beyoncé e Jay Z, agregando as obras importância não só musical, como também cultural e política.

Os respectivos álbuns que foram estudados e explorados para o estudo evidenciam explicitamente este reflexo de passado e presente paralelos que moldam o futuro da negritude, se encaixando em teorias comunicativas pela sua forma de abordagem para grande massa e mídia, Obtendo também a referência a líderes de movimentos negros que abriram portas e oportunidades como Malcom X e Martin Luther King, compartilhando a luta, não só pessoal, mas coletiva. Ao manter o discurso e demonstrar que as lutas contra o racismo e desigualdade social, seguem até os dias de hoje.

Cabe para novas vertentes do trabalho, explorar outros conteúdos presentes na trilogia, como o audiovisual, em que é bastante rico e contém elementos e abordagens

que ampliam o discurso e o debate proposto. É importante ressaltar também a validade de novas pesquisas nas referências musicais, tanto líricas como melódicas que são utilizadas nas músicas, seus *samples*, ritmos e formas de construção dentro da trilogia.

O trabalho enfrenta limitações por conta do apagamento das histórias e fatos de pessoas negras, consequentes do racismo, visto que muitas narrativas como costume cultural são passados em ciclos geracionais, sem fundamentações. Na dificuldade de coletas e informações precisas e eficazes acerca de acontecimentos e pontos factuais da história de negros e negras, fator esse que não desmerece a legitimidade das informações.

## REFERÊNCIAS

ABRAMO, Cláudio. **A regra do Jogo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

ANTHONY, Igor. **Como surgiu o jornalismo** [Internet]. Educa Mai Brasil; Atualizado em: 28 jun. 2019; Acesso em: 02 jun. 2023; Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/cursos-e-faculdades/jornalismo/noticias/como-surgiu-o-jornalismo>

AMARAL, F. Pierre Lévy. 2000. **Cibercultura** : Relatório para o Conselho da Europa no Quadro do Projecto 'Novas Tecnologias : Cooperação Cultural e Comunicação'. Título original: Cyberculture. Éditions Odile Jacob / Éditions du Conseil de l'Europe, 1997. Interações: Sociedade e as novas modernidades, v. 2, n. 2, 30 abr. 2002.

ANDERSON, C. **A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

ARAÚJO, Ana Paula. **Jornalismo Cultural** [Internet]. InfoEscola ; Acesso em: 29 mai. 2023. Disponível em: <https://www.infoescola.com/comunicacao/jornalismo-cultural-2/>

ARAÚJO, C.A.Á. **A pesquisa norte-americana**. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.; FRANÇA, V. (Org.). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

BALLERINI, Franthiesco. **Jornalismo Cultural no Século XXI**. São Paulo: Summus Editorial, 2015.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BELANCIANO, V. **Grammys: em Los Angeles a noite foi delas**. Público, Lisboa, 2 fev. 2010a. Caderno P2, p. 2.

BERELSON, B. **Content Analysis in Communications Research**. New York, NY: Free Press, 1952.

BEYONCÉ. **Lemonade**. Los Angeles: Columbia Records, PARKWOOD, 2016.

BORDIEU, P. **Sobre a televisão: seguido de: a influência do jornalismo e os jogos olímpicos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BOTELHO, Isaura. **Dimensões da cultura: políticas culturais e seus desafios**. Edições Sesc: 30 de out. 2016.

CALLADO, Ana Arruda. **O texto em veículos impressos**. In. CALDAS, Álvaro (org). *Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da internet*. São Paulo: Loyola, 2002.

CARVALHO, G. (2014). **Jornalismo alternativo na era digital: análise de reportagens da Agência Pública**. Revista Alterjor, 10(2), 126-142. Recuperado de <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/88327>

DEFLEUR, Melvin Lawrence; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993

DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico** (Trad. Paulo Neves; São Paulo: Martins Fontes, 1995 [1895]).

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio século XXI: o dicionário da língua portuguesa**. 3 Curitiba: Editora Positivo, 2004.

FERREIRA, João Victor. **Resenha: EVERYTHING IS LOVE – The Carters**. [Internet] São Paulo, Jornalismo Junior, Atualizada em 02 ago 2018 ; Acesso em: 08 jun 2023 ; Disponível em <http://jornalismojunior.com.br/resenha-everything-is-love-the-carters/>

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 1998.

GARCIA, Othon M. **Comunicação em Prosa Moderna**. 17a ed. – Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

GUIMARÃES, Pedro; RODRIGUES, Cleber. 4 em cada 10 brasileiros afirmam receber fake news diariamente. [Internet] CNN Brasil, Atualizada em 29 ago. 2022; Acesso em 03 jun. 2023 ; Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/4-em-cada-10-brasileiros-afirmam-receber->

fake-news-diariamente/

HOOKS, bell. **Tudo sobre o amor: novas perspectivas**. São Paulo: Elefante, 2020.

HOOKS, bell. **A gente é da hora: homens negros e masculinidade**. São Paulo: Elefante, 2021.

HORKHEIMER, Max. **Teoria tradicional, teoria crítica / *Traditional Theory, Critical Theory***: Introdução de Jacobo Muñoz. Barcelona: Paidós Iberica Ediciones S A, 2000.

JACOB, Paula. **"APESHIT": o clipe cheio de significados de Beyoncé e Jay-Z**. [Internet] São Paulo, Casa Vogue Atualizada em: 19 jun 2018 ; Acesso em: 04 jun. 2023 ; Disponível em: <https://casavogue.globo.com/Colunas/Arte-do-Cinema/noticia/2018/06/apeshit-o-clipe-cheio-de-significados-de-beyonce-e-jay-z.html>.

JAY Z. **4:44**. Los Angeles: Roc Nation, 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão**. São Paulo: Aleph, 2014.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Petrópolis, Vozes, 1979.

LASSWELL, H. **A estrutura e a função da comunicação na sociedade**. In: COHN, G. (Org.) Comunicação e indústria cultural. São Paulo: T.A. Queiroz, 1987.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 8 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2011.

MARQUES, Laura. **4:44 e a nova fase de JAY-Z**. [Internet] Pelotas, Arte no Sul, Atualizada em: 3 ago 2017 ; Acesso em: 08 jun 2023; Disponível em <https://wp.ufpel.edu.br/artenosul/2017/08/03/444-e-a-nova-fase-de-ja>

MARQUES DE MELO, José. **Gêneros jornalísticos: conhecimento brasileiro**. In: MARQUES DE MELO, José. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

MCLUHAN, Marshall. **Understanding Media: The Extensions of Man**. Nova York: McGraw-Hill Book Company, 1964.

MEDEIROS, Armando. **A era da pós-verdade: realidade versus percepção**. Uno, São Paulo, v. 27, n. 1, p.17-19, mar. 2017.

MESOUDI, Alex. **Evolução Cultural**. Chicago; Imprensa da Universidade de

Chicago, 2011.

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

NERY, Vanda, TEMER, Ana Carolina. **Para Entender as Teorias da Comunicação**. Uberlândia, Aspectus, 2004.

NOZICK, R. **Invarianze: la struttura del mondo oggettivo**. Tradução de Gianfranco Pellegrino. Roma: Fauzi, 2003.

ORWELL, George. **A revolução dos bichos**. São Paulo: Círculo do Livro, 1945.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

PORTO, Gabriella. Teorias da Comunicação [Internet]. InfoEscola; Acesso em: 30 mai. 2023 ; Disponível em: <https://www.infoescola.com/comunicacao/teorias-da-comunicacao/>

RÜDIGER, F. **Introdução à teoria da comunicação**. São Paulo: Edicom, 1998.

SANTOS, Felipe. **Em Entrevista Jay-Z esclarece significado de cada faixa de seu álbum "4:44"**. Rap Mais, Atualizado em: 30 jun 2017, Acesso em: 04 jun 2023 ; Disponível em: <https://portalrapmais.com/em-entrevista-jay-z-esclarece-significado-de-cada-faixa-de-seu-album-444/>. Acesso em: 04 jun. 2023.

SCHUDSON, Michael. **Descobrimos a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

SCOLARI, Carlos Alberto. **Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan**. São Paulo: Deusto, 2013

SHIRKY, Clay. **A Cultura da participação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011

SNL. **"The Day Beyoncé Turned Black"**. Youtube, 14 fev. 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ociMBfkDG1w>

SOKAL, A. & BRICMONT, J.. **Imposturas Intelectuais**. Rio de Janeiro: Editora Record, 1999.

SOUZA, Neusa Santos. **Torna-se Negro**. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

THE CARTERS. **EVERYTHING IS LOVE**. Los Angeles: Roc Nation, PARKWOOD, 2018.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1986.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 12. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. ***La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad***. Barcelona: Gili, 1983

WILDE, O. **O retrato de Dorian Gray**. Tradução: Oscar Mendes. Rio de Janeiro: Abril Cultural, 1972. (Os Imortais da Literatura Universal).

WILLIAMS, R. **Televisão**: tecnologia e forma cultural. Boitempo Editorial, 2016.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação de massa**. São

Paulo: MartinsFontes, 2003