



Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Comunicação Organizacional

Ye vs. The People

Um estudo de caso sobre a narrativa midiaticizada de Kanye West no Twitter

Fernando Morais dos Santos

Trabalho de Conclusão de Curso
Professor orientador: Maurício Fonteles

Brasília (DF), novembro de 2018

Agradecimentos

Aos meus pais, Andrea e Edilson, pelo carinho, amor e apoio de sempre. Tudo que venho alcançando nessa vida é graças ao esforço e dedicação de vocês a mim e aos meus irmãos. Obrigado por sempre estarem presentes na busca pelos meus sonhos, é um privilégio ser filho de vocês.

À Helena, por ter sido a melhor companheira possível e pessoa mais presente e atenciosa durante todo o processo de escrita desse trabalho. Obrigado pelo carinho, pelas palavras de conforto, pela compreensão e paciência que você teve comigo durante todo esse processo.

Aos meus colegas de graduação, que contribuíram para a transformação pessoal imensurável que vivi e vivo durante o meu período na universidade. Tenho muito carinho e apreço por cada um e torço pelo sucesso de todos vocês.

Ao meu amigo Guilherme, pela amizade e incentivo tanto neste trabalho quanto em nossas empreitadas na arte e na música. Espero sempre contar com sua presença e apoio.

Ao meu amigo Ricardo. Obrigado pelos anos de amizade e palavras de apoio e incentivo durante a escrita deste projeto.

À todas as professoras e professores da Faculdade de Comunicação. Vocês foram fundamentais para a minha formação acadêmica e pessoal durante a minha vivência na UnB. Obrigado por continuarem lutando para que tenhamos um ensino público, democrático e de qualidade, mesmo nos tempos sombrios e incertos em que vivemos.

Ao professor Maurício Fonteles, cuja orientação foi essencial para que este trabalho se tornasse o que é. Obrigado pela liberdade criativa e por acreditar neste projeto desde o início.

Resumo

O modo como interagimos nas mídias sociais é frequentemente marcado pela presença de narrativas midiáticas protagonizadas e criadas pelos próprios usuários. Uma plataforma bastante popular para este uso é o Twitter, mídia social que, pelo caráter de microblog que possui, torna-se um local propício para a criação de múltiplas narrativas. Além disso, o Twitter também se tornou uma importante plataforma utilizada por políticos, artistas e celebridades para se comunicar com suas respectivas audiências de maneira direta e interativa. É dentro deste contexto que se insere o estudo de caso em questão, que tem como objeto de análise os *tweets* feitos pelo *rapper* estadunidense Kanye West entre abril e junho de 2018, nos quais o artista alterna declarações políticas controversas e anúncios de lançamentos musicais.

Palavras-chave: Kanye West; Twitter; Narrativa; Mídias sociais; Comunicação; Hip-hop;

SUMÁRIO

LISTA DE IMAGENS	4
1. INTRODUÇÃO	5
1.1 Apresentação	5
1.2. Justificativa	7
1.3 Objetivos	8
1.3.1. Objetivos gerais	8
1.3.2. Objetivos específicos	8
2. CONTEXTO SOCIAL E REFERENCIAL TEÓRICO	8
2.1. O estado da arte e do artista na Sociedade Excitada	8
2.2. Cultura pop, música e imaginário	10
3. A MIDIATIZAÇÃO DE KANYE WEST	12
3.1. Da produção musical aos versos: a carreira de Kanye	12
3.2. Imagem, mídia e narrativa	13
3.2.1. Análise de videocliques: <i>Power</i>	15
3.2.2. Análise de videocliques: <i>Famous</i>	16
4. ANÁLISE DE CONTEÚDO: O TWITTER DE KANYE WEST	18
4.1. Metodologia	19
4.2. Exploração do material	22
4.2.1. Tweets populares de cada categoria	23
4.3. Fase interpretativa: a construção narrativa dos tweets de Kanye West	28
5. O DISCO <i>YE</i>: A POLÊMICA COMO IMPULSIONADORA DE VISIBILIDADE ...	32
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
REFERÊNCIAS	39

Lista de Imagens

Imagem I: Parte do videoclipe da música *Power*

Imagem II: Foto da pintura “O juízo final”, de Michelangelo

Imagem III: Parte do videoclipe da música *Famous*

Imagem IV: Foto da pintura “*Sleep*”, do artista Vincent Desiderio

Imagem V: Gráfico das categorias de *tweets* de Kanye West

Imagem VI: *Tweet* conselheiro de Kanye West

Imagem VII: *Tweet* conselheiro de Kanye West

Imagem VIII: *Tweet* conselheiro de Kanye West

Imagem IX: *Tweet* de Kanye West sobre lançamento

Imagem X: *Tweet* de Kanye West sobre lançamento

Imagem XI: *Tweet* de Kanye West sobre lançamento

Imagem XII: *Tweet* de Kanye West sobre amor e medo

Imagem XIII: *Tweet* de Kanye West sobre amor e medo

Imagem XIV: *Tweet* de Kanye West sobre amor e medo

Imagem XV: *Tweet* de Kanye West sobre política

Imagem XVI: *Tweet* de Kanye West sobre política

Imagem XVII: *Tweet* de Kanye West sobre política

Imagem XVIII: *Tweet* de Kanye West sobre livre pensamento

Imagem XIX: *Tweet* de Kanye West sobre livre pensamento

Imagem XX: *Tweet* de Kanye West sobre livre pensamento

Imagem XXI: *Tweet* de Donald Trump em resposta a Kanye West

Imagem XXII: *Tweet* de Kanye West com o boné do “*Make America Great Again*”

Imagem XXIII: *Tweet* de Kanye West sobre a polêmica envolvendo Donald Trump

Imagem XXIV: Capa do disco “*Ye*”

1. Introdução

1.1 Apresentação

O desenvolvimento técnico da internet e a maior difusão do acesso à web pelo globo permitiu o surgimento de novos fenômenos comunicacionais e sociais que, apesar de recentes, representam uma mudança significativa no modo como interagimos com os meios de comunicação e vivemos em sociedade. Os avanços tecnológicos permitiram o estabelecimento das mídias sociais como as principais plataformas de comunicação, de tal modo que os mecanismos de interação virtuais atuam não somente no âmbito do digital, mas permeiam todas as relações humanas e de trabalho, mesmo que estas se encontrem, fisicamente, fora da esfera online. Neste contexto, o processo de envio e recepção de mensagens se fragmenta: hoje, somos todos, simultaneamente, emissores e receptores constantes de mensagens e informações. Mostramos quem somos por meio de “curtidas”, postagens, fotos, “*tweets*”¹. Estamos a todo tempo criando narrativas de nós mesmos, explicitando nossos gostos, desgostos e opiniões, de modo a construirmos uma identidade digital que extrapola as fronteiras do virtual e seja validada pela interação e receptividade dos demais usuários. É claro que, neste contexto, o alcance dessas narrativas varia de acordo com a relevância social e midiática dos emissores da mensagem, o que pode ser medido com relativa facilidade pelo número de “seguidores”² que uma pessoa possui em determinada mídia social. Celebidades, políticos e artistas são alguns exemplos de perfis que costumam acumular um maior número de seguidores em suas redes, sendo esta última categoria a que daremos maior atenção no presente trabalho, uma vez que teremos como foco de pesquisa um caso midiático recente de um artista específico: o cantor e rapper estadunidense Kanye West.

Kanye Omari West, mais popularmente conhecido como Kanye West, é um rapper, cantor e produtor musical nascido em 1977, na cidade de Atlanta, nos Estados Unidos da América. O artista, reconhecido como um dos nomes mais influentes da música *hip-hop* contemporânea, também se tornou famoso pela personalidade excêntrica e comportamento controverso, o que resultou no envolvimento do cantor em diversas polêmicas que ganharam

¹ “*Tweet*” é o nome que se dá as postagens da mídia social Twitter. Diferentemente de outras redes sociais, um tweet tem o limite de 280 caracteres de texto que podem ser usados.

² Neste caso, estamos falando de mídias sociais como o Instagram e o Twitter, que se utilizam do termo “seguidores” para quantificar o número de usuários que escolhem acompanhar determinado perfil na rede.

destaque na esfera midiática. A mais recente delas envolve uma série de declarações políticas controversas feitas pelo cantor em seu perfil do Twitter, entre abril e junho de 2018. Durante esse período, o cantor declarou simpatia a figura de Donald Trump, atual presidente dos Estados Unidos conhecido por suas políticas extremas de exclusão e barragem de imigrantes do território norte-americano. A reação do público diante das declarações do artista foi, em sua maioria, negativa, o que já era de se esperar, considerando que a aprovação mundial da liderança americana atingiu recordes negativos sob o comando de Trump em 2018³. Além da onda de declarações politicamente controversas, o rapper também utilizou sua conta no Twitter para escrever sobre temas como saúde mental, criatividade e anunciar lançamentos musicais, sendo o principal deles o álbum *Ye*, nono álbum de estúdio solo do cantor, lançado no dia 1º de junho de 2018. Apesar de toda polêmica e repercussão negativa gerada pelas declarações de Kanye no Twitter, o álbum *Ye* conseguiu um sucesso de público significativo, atingindo o 1º lugar nas paradas de sucesso da Billboard durante o mês de junho de 2018⁴ e tornando-se um dos lançamentos de maior sucesso de público da carreira do artista.

Apesar de servirem de divulgação para o álbum recente do rapper, os *tweets* de Kanye West no atual contexto social midiático não se apresentam como mero recurso publicitário, mas também representam uma narrativa que contribui para a construção da imagem artística do cantor. A temática, a linguagem e o *timing* dos *tweets* causam sensações⁵ diversas no público e, por conta da relevância de Kanye, geram polêmica e repercussão na grande mídia, sobretudo pelo caráter quase performático das aparições midiáticas do artista durante o período em questão. Neste caso, entende-se performance segundo o conceito de Frith (1999, p.205 apud RODRIGUES e VELASCO, 2012)⁶:

A arte da performance é uma forma de retórica. Uma retórica de gestos, na qual, em geral, os movimentos e os sinais (inclusive a voz) dominam outras formas de sinais comunicativos, como a linguagem e a iconografia (...). Retoricamente, então, a arte da performance não é um modo de atuar, mas sim um modo de se portar (FRITH, 1999, p. 205).

³ Aprovação dos EUA no mundo despenca com Trump no comando. *O Globo*. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo/aprovacao-dos-eua-no-mundo-despenca-com-trump-no-comando-22304550>. Acesso em: 24 jun. 2018.

⁴ Kanye West's 'Ye' Set for No. 1 Debut on Billboard 200 Albums Chart. *Billboard*. Disponível em: <https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/8459341/kanye-west-ye-number-1-debut-billboard-200-albums-chart>. Acesso em: 24 jun. 2018.

⁵ Aqui, entende “sensação” como “aquilo que, magneticamente, atrai a percepção: o espetacular, o chamativo” (Türcke, 2010).

⁶ RODRIGUES e VELASCO. A Construção da imagem na música pop. Niterói, Rio de Janeiro: Intercom, 2012

O presente trabalho se trata de um estudo de caso exploratório e analítico sobre a narrativa midiaticizada de Kanye West, que tem como principal objeto de análise os *tweets* feitos pelo artista na mídia entre abril e junho de 2018, a fim de compreender os impactos das publicações tanto na relação com o público quanto na repercussão do álbum *Ye*.

1.2 Justificativa

É certo afirmar que as declarações recentes de Kanye West causaram reações negativas em parte do público do artista, mas isso não prejudicou o sucesso numérico e a popularidade dos lançamentos do rapper durante o ano de 2018. Tal acontecimento traz à tona algumas questões importantes em relação à marca e identidade midiática construída por Kanye West ao longo dos anos, sobretudo quando consideramos a principal mídia utilizada por Kanye para se comunicar com os fãs: o Twitter.

A investigação dos porquês de declarações tão politicamente controversas não terem abalado, aparentemente, o sucesso do álbum *Ye* podem contribuir para a melhor compreensão a respeito do modo como o público interage com as narrativas midiaticizadas de grandes celebridades na sociedade atual. Observar e analisar a linguagem do artista, o seu posicionamento e o modo como o rapper divulga o seu material artístico colocam em evidência dados qualitativos relevantes sobre como é construída a imagem de uma figura pública e/ou um ídolo midiaticizado e, conseqüentemente, contribuem para os estudos comunicacionais no âmbito da chamada cultura *pop*.

Paralelamente a isso, o estudo de caso em questão também fornece insumos sobre as nuances e peculiaridades do Twitter enquanto mídia social, uma vez que possui ferramentas e recursos próprios que o difere de outros meios de Comunicação. Entender o caso de Kanye West e a narrativa midiaticizada construída por suas publicações é, portanto, compreender melhor sobre como a linguagem específica da rede interfere nas interações humanas estabelecidas nela.

Em suma, a investigação dos fatores explicitados acima contribui para os estudos comunicacionais voltados para o comportamento humano nas mídias sociais e para a melhor compreensão de como se constroem as imagens e narrativas de figuras públicas e ídolos midiaticizados.

1.3 Objetivos

1.3.1. Objetivo Geral

O objetivo geral da pesquisa em questão é, tendo como objeto de estudo o caso de Kanye West, compreender e analisar a construção de uma narrativa midiaticizada e os reflexos sociais e culturais desta, mais especificamente, a narrativa construída por Kanye ao longo dos anos de sua carreira e durante o período recente de publicações no Twitter.

1.3.2. Objetivos específicos

Tendo como base o objetivo geral anteriormente citado, determinam-se como objetos específicos do trabalho em questão os seguintes:

- Explorar quais elementos simbólicos, artísticos e de linguagem contribuíram para a construção da narrativa de Kanye West como fenômeno cultural e midiático ao longo de sua carreira;
- Analisar o conteúdo das publicações mais relevantes de Kanye no Twitter entre abril e junho de 2018, a fim de compreender como se deu a construção narrativa do artista nesta mídia social e os impactos desta;
- Com base no referencial teórico e nas análises anteriormente citadas, explorar as relações existentes entre as publicações de Kanye West no Twitter e a repercussão do álbum musical *Ye*.

2. Contexto sociocultural e referencial teórico

2.1. O estado da arte e do artista na Sociedade Excitada

Antes de partirmos para o estudo de caso do projeto em questão, se faz necessária a descrição do panorama social e cultural no qual ele está inserido. Para isso, utiliza-se aqui como base a ideia de “sociedade excitada” do filósofo Christoph Türcke (2010). Primeiramente, é importante retomar o significado dado a palavra “sensação”, já citado anteriormente. Segundo Türcke, a palavra originalmente significava nada mais do que percepção, mas as mudanças socioculturais advindas do progresso tecnocientífico da humanidade deslocaram o sentido semântico da palavra. Para ele, “nos dias atuais, entende-se principalmente como sensação

aquilo que, magneticamente, atrai a percepção: o espetacular, o chamativo”. Neste contexto, vivemos cercados por estímulos midiáticos que tentam captar nossa atenção e causar sensações, o que culminou em uma espécie de vício e estado de inquietude permanente por parte da sociedade, estado esse que é refém do acelerado ritmo do fluxo informacional estabelecido por computadores, celulares, internet e mídia de modo geral:

Há uma torrente de estímulos dos meios de comunicação de massa que competem para fazer parte dessas sensações. Ninguém consegue dominá-los. Nem o mais distinto intelectual que torce o nariz consegue fechar-se diante dos estímulos, de tal modo que o sentido de sua atenção, a escolha dos temas e das palavras, o tempo e o ritmo de seus pensamentos não conseguem permanecer sem ser por eles molestados de alguma forma. Em curtas palavras, é chegado o momento de se falar de uma *sociedade da sensação*. (TÜRCKE, p.10, 2010)

Por consequência dessa guerra inevitável de estímulos, “tudo o que não está em condições de causar uma sensação tende a desaparecer sob o fluxo de informações” (TÜRCKE, p.20, 2010). A intensificação desse processo, Türcke descreve, se dá a partir da segunda metade do século XX, com a popularização de comerciais publicitários televisivos, que por conta da eficiência com que transmitiam as informações dos produtos comercializados mesmo no espaço de tempo limitado dos intervalos da programação televisiva, assumiram o papel de estabelecedor de uma tendência tanto para a ação comunicativa quanto para a expressão estética. A partir do momento que o “comercial se transforma na ação comunicativa por excelência, ele passa a ser equivalente à presença social” (TÜRCKE, p.37, 2010), ou seja, quem não faz propaganda não comunica, e quem não comunica corre o risco de não causar sensações e não ser percebido. Türcke descreve essa urgência para midiaticizar-se como “um estado de pressão para emitir”:

Sua radiação física⁷ dissolve-se em uma radiação das mídias a ponto de se tornar irreconhecível. E como cada instituição sofre pressão para converter-se em uma verdadeira empresa, se quiser sobreviver economicamente, e como cada firma sofre a pressão para tornar-se uma emissora, se quiser ser percebida, isso passa a acontecer, em uma escala menor, com cada indivíduo. Também ele não pode esquivar-se de administrar seus interesses como uma

⁷ Türcke utiliza aqui o termo “radiação física” para caracterizar a presença física natural que cada pessoa teria ao ocupar espaços físicos do mundo. Segundo ele, a “radiação das mídias”, ou seja, a presença humana no âmbito midiático, torna-se relevante em detrimento da radiação física das pessoas, que passa a ser vista como pálida, ordinária e sem graça quando comparada à presença excitada, visual e estimulante das mídias.

firma e de tirar partido de si próprio como uma emissora privada. Entra assim, em um estado de pressão para emitir (...) (TÜRCKE, p.42, 2010).

A condição existencial de “ser é ser percebido” (TÜRCKE, p.39, 2010) e a compulsão de emitir para se fazer presente no mundo cria a base do que é a chamada sociedade excitada. É claro que, por afetar inevitavelmente tanto a vida individual das pessoas quanto instituições, o paradigma da sensação não deixa de invadir o âmbito da arte, processo esse que deu início ao que Horkheimer e Adorno cunharam de indústria cultural, “o estágio de desenvolvimento social no qual os bens culturais não mais apenas circulam como mercadorias, mas já são produzidos em massa, tão qual pãezinhos ou lâmpadas” (TÜRCKE, p.34, 2010). Com a evolução desse processo, impulsionada pelo desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação, as artes também passaram a competir no espectro das sensações para não passarem despercebidas, se apropriando assim de recursos publicitários típicos de um comercial televisivo:

O caráter de montagem da indústria cultural, a fabricação sintética e dirigida dos seus produtos, que é industrial não apenas no estúdio cinematográfico, mas também (pelo menos virtualmente) na compilação das biografias baratas, dos romances-reportagem e das canções de sucesso, já estão adaptados de antemão à publicidade [...] O efeito, o truque, cada desempenho isolado e atualmente todo *close* de uma atriz de cinema serve de publicidade para seu nome, todo sucesso se torna um *plug* de sua melodia (TÜRCKE, p.35, 2010)

Assim como no atual jornalismo, onde ocorre “o enriquecimento do factual com o valor do entretenimento” (TÜRCKE, p.34, 2010), a arte também precisa entreter se não quiser passar despercebida. Não é atoa que, hoje em dia, as ideias de arte e entretenimento são praticamente indissociáveis, especialmente no caso da música e do cinema, áreas da arte que situam no conceito de cultura *pop*, a ser explorado a seguir.

2.2 Cultura pop, música e imaginário

Por consequência da excitação social pelo excesso de estímulos midiáticos e do advento da indústria cultural, surge o fenômeno da cultura *pop*, conceito que aqui deve ser diferenciado do de cultura popular, como explicado por Shuker (2001, apud RODRIGUES e VELASCO 2012):

Primeiramente, toma-se o conceito de cultura popular, destacando-a daquela cultura proveniente do povo, feita pelo povo e enraizada na história desse mesmo povo. Esse conceito antropológico será deixado de lado para dar lugar a uma interpretação do termo “popular” como algo associado diretamente à popularidade e aplicado à mídia e em associação aos meios de comunicação de massa, à indústria da mídia e à cultura de massa.

No contexto da indústria cultural, a arte por si só passa despercebida quando não realiza esforços para publicitar-se. Por isso mesmo, se alia aos meios de comunicação como forma de atingir o maior número de pessoas possível e provocar sensações que a arte (ou mais especificamente, a música) sozinha não é capaz de provocar – é a partir dessa realidade que a música se torna inseparável da imagem, o que culmina com o surgimento de ídolos geracionais como *The Beatles*, *Elvis Presley* ou *Michael Jackson*, personalidades facilmente identificáveis por suas características físicas, cortes de cabelo, vestimentas e videocliques: “Para todo artista pop, sua imagem é o que o torna vendável e é o elemento de identificação inicial com aqueles que virão a ser fãs e admiradores do artista. E as imagens de cada ídolo de massa são representativas e falam por si só” (RODRIGUES e VELASCO, 2012).

A força e a persuasão dessas imagens residem no fato de que estas, com influência das mídias, agem diretamente sobre o imaginário social e imagético da sociedade. Nesse caso, entende-se imaginário como “um *meio condutor* do conhecimento humano, formado por símbolos, sonhos, ideias e mitos, enfim, pelas modalidades de sonhos produzidos pelas culturas, que se tornaram indispensáveis para a nossa vida social” (CASTRO, p.14, 2012). Uma vez que o imaginário social “opera por meio de um sistema simbólico que se baseia nas experiências afetivas dos indivíduos”⁸, a relação com a música e a arte na cultura *pop* extrapola as fronteiras da pura (e obsoleta) contemplação artística e se torna espetáculo gerador de sensações.

A euforia dos fãs, a excentricidade imagética e performática dos artistas, os milhões de dólares gastos em videocliques, tudo isso faz parte de uma espetacularização arquitetada para que a produção artística, transformada em produto, atinja grandes e fiéis audiências. O diferencial desse processo nos dias de hoje, nos quais a principal forma de comunicação desses artistas se dá por mídias sociais como Instagram, Twitter e Facebook, é de que o público não mais é constituído por espectadores passivos, mas constroem, juntamente dos seus ídolos, narrativas midiáticas.

⁸ Bronislaw Backzo, apud. Selma Regina Nunes (2012). *Mídia e Imaginário*, p. 60. São Paulo: Annablume Editora

3. A midiatização de Kanye West

Neste capítulo, iniciaremos a análise do caso Kanye West sob um viés comunicacional e simbólico, destrinchando alguns momentos chave da carreira do artista (que incluem algumas das suas principais produções musicais, vídeo clipes e declarações midiáticas), de modo a compreender como se construiu a narrativa midiatizada e a imagem de ídolo pop do rapper ao longo dos anos de sua carreira, anteriores ao *tweets* feitos por ele em 2018.

3.1. Da produção musical aos versos: a carreira de Kanye

Antes de se tornar reconhecido como rapper, Kanye West iniciou sua carreira como produtor musical em meados dos anos 1990 e início dos anos 2000, produzindo renomados discos como *Blueprint* (2001), de Jay-Z. Reconhecido até então por seus talentos como produtor musical, a carreira de West no hip-hop se iniciou de fato no ano de 2004, com o lançamento do álbum de estreia *The College Dropout*. O álbum foi aclamado pela crítica e pelo público, o que rendeu ao artista uma premiação no *Grammy Awards* de 2005 de melhor canção de rap para a música *Jesus Walks*.

A partir do sucesso do seu trabalho de estreia, o rapper consolidou-se como uma das figuras mais influentes do cenário pop e hip-hop internacional, não só pelo material musical e artístico que produz, mas pela personalidade excêntrica e comportamento por vezes controverso, sobretudo no âmbito midiático. Um exemplo emblemático disso se deu em 2009, durante o *MTV Video Music Awards (VMA)*. Na ocasião, a cantora Taylor Swift recebeu a estatueta de melhor videoclipe feminino, mas teve seu discurso de premiação interrompido por Kanye West, que invadiu o palco alegando que a cantora pop *Beyonce* seria a verdadeira merecedora do prêmio. O ocorrido gerou constrangimento durante a premiação e, como já era de se esperar, fez parte do “murmurinho” midiático da imprensa⁹ e das mídias sociais durante algum tempo. Ocorridos assim são frequentes durante a carreira de Kanye West e, inevitavelmente, contribuem para a construção da narrativa midiática e imagética do rapper, que também é marcada por declarações politicamente controversas e videoclipes simbolicamente e meticulosamente arquitetados.

⁹ Kanye West invade o palco, protesta contra Taylor Swift e rouba cena no VMA. *O Globo*. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/kanye-west-invade-palco-protesta-contrataylor-swift-rouba-cena-no-vm-3208123>. Acesso em: 01. nov. 2018.

3.2. Imagem, mídia e narrativa

A imagem de Kanye West foi construída de modo que sua presença extrapolou as fronteiras da música, convergindo em mídias sociais como o Twitter e em outras linguagens artísticas e midiáticas, como ocorre no caso dos videoclipes. No âmbito da música pop contemporânea, esta prática é bastante abrangente, visto que desde o advento da indústria cultural a imagem de um artista é praticamente indissociável de sua arte, e a presença midiática e apelo visual é fundamental para aqueles que querem destaque na indústria. Entretanto, a construção narrativa e de marca de West se deu com algumas peculiaridades que merecem destaque.

Oliveira (2012) descreve o sujeito contemporâneo como narrador, personagem, criador e criatura de sua própria narrativa e, conseqüentemente, de sua própria identidade:

Temos então um sujeito cujas identidades são plasmadas em suas e por suas narrativas perceptuais (afetos e sentidos) e físicas (materiais). O *Homini Narratus Habilis* constrói suas identidades à medida que narra e é narrado. Ele cria textos e imagens de si, possui texturas diversas e engendra suas tessituras assim como as de outros indivíduos (OLIVEIRA, 2012, p.59)

Esse sujeito se faz presente no mundo por meio de narrativas de si mesmo e das interações com as narrativas alheias. Segundo Oliveira (2012), essas narrativas se destringem em modalidades distintas de acordo com o modo e o meio no qual se propagam. São elas: a *narrativa apolínea*, *narrativa dionisiaca* e *narrativa hefaística*. A seguir, vamos descrever os tipos de narrativa em questão e exemplificar como Kanye, ao longo de sua carreira, utilizou recursos dos três tipos para a construção de sua persona midiática.

A narrativa apolínea é padrão, construída e legitimada na História.

Documentos, estátuas, pinturas e livros, produzidos por historiadores ou artistas, institucionalizados como autoridades em suas áreas ou ofícios, narram acerca de alguns personagens e seus feitos (...) O *Homini Narratus Apolo* é narrado historicamente, seja como herói ou vilão, e sua imagem não lhe pertence; escapa-lhe das mãos e para as bibliotecas, museus, ruas ou praças públicas. (OLIVEIRA, 2012, p. 61-62)

Apesar de não se situar predominantemente neste tipo de narrativa, Kanye se apropria de recursos simbólicos que remetem à legitimação histórica da narrativa apolínea (discutiremos

isso mais adiante). Em contraste com a primeira, a narrativa dionisíaca é “nômade/ afetiva, construída e legitimada pelos meios de comunicação de massa” (OLIVEIRA, 2012, p. 62).

Jornais, filmes, músicas e anúncios são alguns dos canais nos quais e pelos quais personagens são retirados do cotidiano para ocuparem um lugar de destaque na cultura mediática e, portanto, no imaginário social. Nosso olhar se divide entre o Olimpo e a terra e, nesse duplo cenário, narrador e personagem se confundem (...) esse tipo arquiteta sua narrativa, mas ainda necessita dividir com narradores institucionalizados (jornalistas, críticos, publicitários ou empresas) os direitos narrativos sobre sua imagem. (OLIVEIRA, 2012, p. 62)

Por fim, temos a narrativa predominante das mídias sociais, a *narrativa hefaística*, “narrativa múltipla / disforme / superflat, construída e legitimada na cotidianidade e no ciberespaço” (OLIVEIRA, 2012, p. 64)

A internet, o vestuário e a pele são os meios de comunicação mais utilizados por personagens que são autores de sua narrativa. O *Homini Narratus Hefesto*, ao contrário dos tipos apolíneos e dionisíacos, não almeja o Olimpo, mas sim o cotidiano – cenário e matéria-prima de sua narrativa. Ao se narrar, o próprio personagem vai construindo sua rede de leitores e é ela quem legitima sua imagem. Sendo assim, o que está em jogo não é a conquista de um lugar no Olimpo e sim um lugar no cotidiano, pois, na verdade, eles são um só (...) O tipo hefaístico se faz ficção e é dessa forma que se lança na realidade. (OLIVEIRA, 2012, p. 62)

Ao observamos a obra de Kanye West à luz dos tipos de narrativas citados, é possível constatar a utilização das três classificações em momentos diferentes da carreira do artista. Primeiramente, realizaremos uma análise de dois videoclipes do rapper, das músicas *Power* e *Famous*, de modo a evidenciar como Kanye se apropriou de recursos narrativos apolíneos e dionisíacos de modo a construir sua imagem. Deixaremos a narrativa hefaística ausente nesse primeiro momento de análise, uma vez que esta será explorada mais a frente no presente trabalho.

3.2.1. Análise de videoclipes: *Power*

Imagem I



A imagem acima foi retirada do videoclipe da música *Power*¹⁰, lançado no ano de 2010, e que, até a data de escrita do presente trabalho, pode ser acessado pela plataforma Youtube¹¹. A música em questão se situa em torno de duas principais temáticas: poder e fama. A temática de ostentação e celebração do próprio poder já é bastante utilizada no *hip-hop* de modo geral, mas o diferencial da narrativa de Kanye se encontra na carga simbólica e dramática presente no videoclipe. Em um primeiro momento, poderíamos situar a obra na definição de *narrativa dionisiaca*, uma vez que se trata de uma narrativa mediada e afetiva, na qual Kanye (que se encontra no centro da imagem) atua simultaneamente como narrador e personagem. Entretanto, o videoclipe utiliza de recursos típicos de uma *narrativa apolínea* para afirmar sua legitimidade e colocar Kanye West em uma posição de herói e divindade, de modo a institucionalizar o rapper como uma “entidade” da cultura *pop*, em uma espécie de Olimpo midiaticizado. O videoclipe faz isso ao adotar uma estética que faz alusão às pinturas renascentistas feitas entre o século XIV e XVI, que retratavam primordialmente passagens bíblicas e cenários épicos da literatura clássica Grega e Romana. Quando comparamos a imagem do clipe acima com obras como o Juízo Final, de Michelangelo, é possível perceber claras semelhanças de disposição das personagens, cores e iluminação:

¹⁰ WEST, Kanye. POWER. Direção: Marco Brambilla. 2010 (1m42s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=L53gjP-TtGE>>. Acesso em: 4. out. 2018

¹¹ O Youtube é uma plataforma mundial online de exibição e compartilhamentos de vídeos, criada em 2005.

Imagem II



Na pintura de Michelangelo, ocorrem diversos conflitos paralelos ao redor da figura divina retratada ao centro, que possui uma espécie de aura luminosa ao seu redor. Do mesmo modo, no videoclipe de *Power*, Kanye mantém uma postura fixa do início ao fim e é iluminado por um feixe de luz que vem do céu, alheio ao restante das personagens e intocável enquanto ídolo midiaticizado.

A junção de recursos estéticos apolíneos (no caso, a pintura) para a construção de uma narrativa midiaticizada voltaria a acontecer novamente no videoclipe da música *Famous*¹², lançada pelo rapper no ano de 2016.

3.2.2. Análise de vídeos: *Famous*

Novamente, a narrativa de fama e poder reaparece em forma de videoclipe e música. Dessa vez, a narrativa dionisíaca aparece de forma a causar choque e gerar diversos questionamentos no espectador. Isso porque, com o auxílio de bonecos de cera meticulosamente criados, Kanye coloca como personagens de sua narrativa figuras públicas como Donald Trump, George W. Bush, Bill Cosby, Kim Kardashian, Rihanna e Taylor Swift. O ponto em comum que une todos os personagens em cena é o de que todos já se envolveram de alguma forma com Kanye West em algum tipo de polêmica midiaticizada. Em 2005, por exemplo, West havia criticado o posicionamento de Bush diante do Furacão Katrina alegando que “Bush não se importa com pessoas negras”¹³. Em um outro exemplo, Kanye defendeu publicamente em

¹² WEST, Kanye. *Famous*. 2016 (10m37s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=p7FCgw_GlWc>. Acesso em: 8. out. 2018

¹³ Bush Doesn't Care About Black People. 2006 (1m51s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zIUzLpO1kxI&feature=player_embedded>. Acesso em 8. out. 2018

seu Twitter o comediante Bill Cosby, acusado em 2016 por ter agredido sexualmente mais de 50 mulheres¹⁴.

Imagem III



Ao colocar no videoclipe de *Famous* figuras midiaticizadas de modo tão íntimo e exposto (como visto na Imagem III acima), Kanye encurta a distância entre público e celebridade imposta pelos meios de comunicação – tal quebra é reforçada pelo momento em que Kanye, que está no centro da imagem, quebra a quarta parede da cena e olha diretamente para a câmera e para o espectador. A cena em questão se trata de uma releitura da pintura *Sleep*, do artista Vincent Desiderio (Imagem IV).

Imagem IV



Em contraste com a aproximação íntima com as figuras midiaticizadas em questão, Kanye também exalta a fama, utilizando novamente a referência de uma pintura como forma de institucionalizar as figuras presentes no videoclipe e criar uma mescla entre a narrativa apolínea e dionisíaca - no videoclipe, Kanye também cita diretamente o nome de todas as figuras

¹⁴ Kanye West's "Bill Cosby Innocent" tweet sparks outrage. *CNN*. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2016/02/10/entertainment/kanye-west-bill-cosby-innocent-tweet/index.html>. Acesso em: 8. out. 2018

representadas e as agradece por serem famosas, o que reforça a exaltação da fama como status social e condição de existência específica de uma sociedade midiaticizada.

Em ambos os exemplos de *Power* e *Famous*, Kanye West elabora narrativas midiaticizadas na medida em que exhibe, ostenta e questiona o status celebridade da sociedade contemporânea. Mesmo quando exhibe um lado frágil e íntimo da fama, o rapper o faz se colocando no centro da narrativa, como uma espécie de divindade que, ao mesmo tempo que gera identificação e empatia com o público, é inalcançável e reside no mais alto Olimpo midiático, de modo que o valor de choque das obras em questão só faz sentido por gerarem sensações no público receptor, que se encontra imerso no contexto da sociedade excitada. Como artista da cultura pop, Kanye se apropria da mídia, da pintura, da imagem de outros famosos e do vício em estímulos do público para criar uma narrativa espetacularizada e impactante.

Kanye voltaria a gerar polêmicas na mídia em 2018, com uma abordagem que, dessa vez, se assemelharia mais com a definição de narrativa hefaística já citada, tendo como palco do espetáculo midiático o Twitter.

4. Análise de conteúdo - o Twitter de Kanye West

A narrativa hefaística se torna mais evidente na carreira de Kanye durante o período compreendido entre abril de junho de 2018, quando o artista retornou ao Twitter¹⁵ após um longo período de ausência das mídias sociais. Kanye já havia utilizado o Twitter como veículo de divulgação e interação com fãs em ocasiões anteriores, tornando-se uma figura conhecida na mídia social pelo teor provocativo e cômico de suas postagens. O *rapper* também é conhecido por deletar todos os seus tweets e recomeçar as postagens no site do zero com certa frequência, o que é normalmente seguido de algum tipo de lançamento, de modo que o próprio retorno do artista ao Twitter em abril de 2018 é, em si, um fato relevante para sua base de fãs. Por possuir características de linguagem e interatividade específicas, o Twitter se configura como uma plataforma especialmente propícia para a midiaticização de narrativas cotidianas. Portanto, antes de partirmos para a análise da narrativa hefaística de West na plataforma, se faz necessária, primeiramente, a contextualização do Twitter como mídia social, de modo que se compreenda o modo de funcionamento único deste meio.

Criado em 2006, o Twitter se destaca dentre as mídias sociais pelo formato específico

¹⁵ Kanye West voltou pro Twitter (por enquanto). *VICE*. Disponível em: https://www.vice.com/pt_br/article/8xkev5/kanye-west-twitter. Acesso em: 14. out. 2018.

de postagens: os chamados *tweets*, pequenos textos que podem ter até 280 caracteres e se configuram como a principal modalidade de postagens da mídia. Apesar da mídia possuir compatibilidade com imagens, GIF's e vídeos, a limitação de caracteres presente em cada *tweet* estimula os usuários a serem objetivos e criativos na criação de conteúdo para a plataforma, que atualmente conta com aproximadamente 328 milhões de usuários ativos¹⁶. Outros modos de interação no Twitter são representados por curtidas e *retweets*. Enquanto o número de curtidas de uma postagem representa quantas pessoas gostaram do conteúdo dela, o número de *retweets* indica a quantidade de usuários que compartilharam a publicação em seus perfis. Já o número de seguidores de um perfil do Twitter representa o grau de popularidade de determinado usuário. Vale ressaltar que, pelo caráter de micro blog da mídia social, o Twitter é amplamente utilizado por figuras públicas, políticos e celebridades para declarações e anúncios importantes¹⁷.

Um outro indicador de popularidade no Twitter se refere aos assuntos e palavras mais comentadas na rede, os chamados *Trending Topics*. Por meio de um ranking organizado pela mídia, é possível observar os temas mais comentados mundialmente ou em regiões específicas do globo. Também é possível observar as *hashtags*¹⁸ mais populares e a quantidade de *tweets* sobre um determinado assunto.

A seguir, vamos expor e contextualizar e analisar os principais *tweets* de Kanye West, feitos entre abril e junho de 2018, de modo a compreender a construção da narrativa de West em seu perfil da mídia social.

4.1. Metodologia

A metodologia que será utilizada na análise do Twitter de Kanye West é da análise de conteúdo. Segundo Bardin (2000, p.42), a análise de conteúdo pode ser definida da seguinte maneira:

¹⁶ How many users does Twitter have? The Motley Fool. Disponível em: <<https://www.fool.com/investing/2017/04/27/how-many-users-does-twitter-have.aspx>>. Acesso em: 15. out. 2018

¹⁷ A lista de usuários mais seguidos da mídia social inclui figuras políticas relevantes como Donald Trump e Barack Obama, bem como ídolos da música pop como Justin Bieber, Rihanna e Katy Perry. Disponível em: <<https://friendorfollow.com/twitter/most-followers>>. Acesso em: 15. out. 2018.

¹⁸ As *hashtags* consistem em palavras ou frases antecedidas pelo símbolo “#”, o chamado “jogo da velha”. Elas são utilizadas para categorizar assuntos e conteúdos postados pelos usuários, de modo que todos os *tweets* que utilizarem determinada *hashtag* serão agrupados em uma mesma sessão do Twitter. Ao digitar #KanyeWest na aba de pesquisa do Twitter, por exemplo, é possível ter acesso a todas as publicações relacionadas ao tema que utilizaram a *hashtag* em questão.

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2000, p. 42. apud IKEDA e CHANG, 2006, p. 6)

Já Berelson (1952, p. 18, apud IKEDA e CHANG, 2006, p. 6) define a análise de conteúdo como “uma técnica de pesquisa para descrição quantitativa, objetiva e sistemática do conteúdo manifesto da comunicação”. Para fins de objetividade metodológica, utilizaremos as três etapas de análise sugeridas por Bardin (2000, p.95 – 102, apud IKEDA e CHANG, 2006, p.7):

Pré-análise: Esta é a fase de organização da análise, na qual é feita uma primeira leitura do material a ser analisado, bem como a seleção do conteúdo. Os principais critérios normalmente adotados para a seleção do conteúdo são as regras de exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência. Nesta etapa, também é feita a referenciação de índices e a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final do conteúdo.

Os índices são elementos do texto a serem analisados, como por exemplo, a menção explícita de um tema numa mensagem. O indicador pode ser definido, por exemplo, como o número de vezes que o tema é repetido, ou seja, a frequência com que o índice aparece no texto. (IKEDA e CHANG, 2006, p.7)

Exploração do material: Segundo Ikeda e Chang (2006, p.7), “a fase de exploração do material constitui simplesmente a administração sistemática das decisões tomadas durante a pré-análise. Na verdade, trata-se da operacionalização do que for anteriormente decidido (índices, indicadores, hipóteses, materiais, etc.)”.

Tratamento dos resultados, inferência e interpretação: É nesta fase que se dá a análise crítica e interpretativa do conteúdo previamente coletado e categorizado. Triviños (1987, p. 162, apud IKEDA e CHANG, 2006, p.7) enfatiza “a importância de, nesta fase, o pesquisador não se deter ao conteúdo manifesto dos documentos estudados, mas aprofundar sua análise, buscando os conteúdos latentes das mensagens”.

Para a fase de pré-análise, realizou-se o levantamento de todos os *tweets* do perfil de

Kanye West compreendidos entre 16 de abril e 16 de junho de 2018. Ao observarmos o conteúdo dos *tweets*, percebeu-se a predominância de cinco principais eixos temáticos presentes no perfil de Kanye West. Tais temáticas constituem os índices da análise de conteúdo e tiveram como critério de categorização a menção explícita de determinados temas nos *tweets* de Kanye. Vale ressaltar que, para fins de objetividade de análise, foram excluídos da amostra total de *tweets* aqueles de conteúdo vago ou que não se encaixavam explicitamente nas categorias abaixo:

Tweets conselheiros: são explicitamente direcionados ao leitor da mensagem e contém algum tipo de conselho de ou mensagem motivacional. Normalmente, as mensagens sugerem ao leitor que ele faça ou deixe de fazer algo para ter uma vida melhor;

Tweets sobre lançamentos: tratam-se de tweets que contém menção ao lançamento de algum conteúdo (músicas, álbuns, entrevistas, etc.) produzido ou protagonizado por Kanye West;

Tweets sobre amor e medo: nestes tweets, Kanye discorre explicitamente sobre temas de amor e medo, usando com frequência as palavras *love* e *fear*. No contexto geral dos *tweets* de Kanye, observa-se que as duas palavras aparecem em situações de dicotomia, como sendo semanticamente opostas, o que justifica que elas estejam agrupadas em uma mesma categoria;

Tweets políticos: são os tweets que mencionam alguma figura política ou algum posicionamento político de Kanye;

Tweets em pról do livre pensamento: esta categoria engloba os *tweets* que contém mensagens a favor da liberdade de expressão e de pensamento. A maioria dos tweets desta categoria possui termos como “*free thinking*” (pensamento livre), “*freedom of thought*” (liberdade de pensamento) ou *free thinkers* (pensadores livres).

Nesta fase, também foram definidos os seguintes indicadores:

Número de tweets de cada categoria: este indicador serve como base para determinar quais as temáticas mais frequentes dos tweets de Kanye West durante o período analisado;

Número de *retweets* de um *tweet*: o número de *retweets* de uma postagem reflete não somente a popularidade dessa, mas a escolha individual de cada usuário da rede de compartilhar o *tweet* em seu perfil, o que demonstra o grau de identificação de determinado *tweet* com o público;

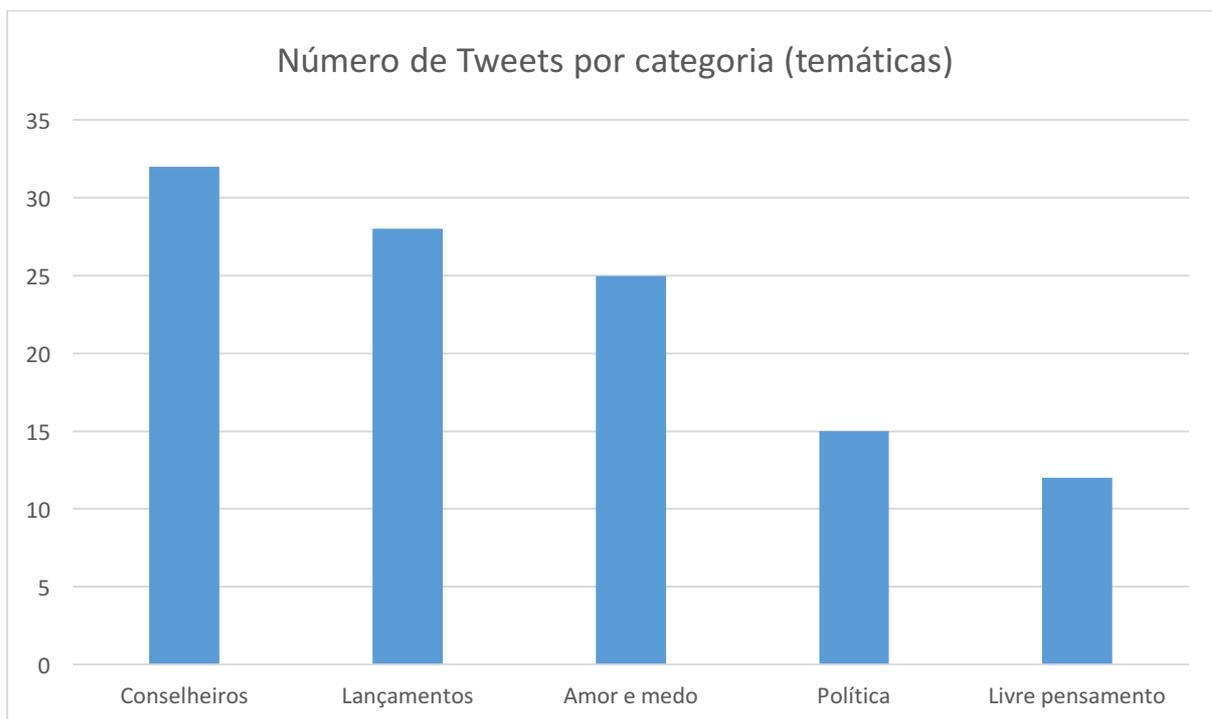
Número de curtidas de um *tweet*: reflete a popularidade do *tweet* em questão e o número de pessoas que gostaram ou pelo menos aprovaram o conteúdo da postagem.

4.2. Exploração do material

A fim de tornar palpável a análise de conteúdo em questão, vamos a seguir estruturar e operacionalizar os índices e indicadores definidos durante a etapa de pré-análise. No total foram analisados 99 tweets, postados no perfil do Twitter @kanyewest¹⁹ entre 16 de abril e 16 de junho de 2018. Vale ressaltar que alguns tweets pertencem a mais de uma das categorias definidas por englobarem explicitamente mais de um dos temas predominantemente presentes.

Abaixo está um gráfico de colunas que representa a predominância temática nos tweets de Kanye West, desde a categoria mais presente até a menos presente:

Imagem V



¹⁹ Disponível em: <https://twitter.com/kanyewest>. Acesso em: 01. nov. 2018.

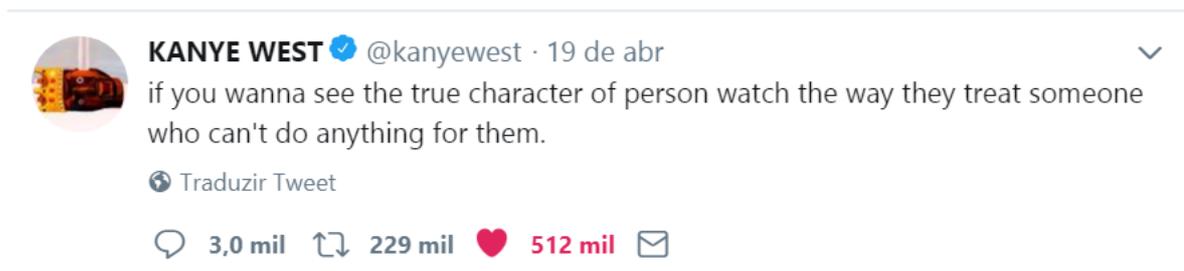
A categoria de *tweets* conselheiros é a que mais aparece, sendo representada por um total de 32 *tweets*, seguida por *tweets* sobre lançamentos (28), amor e medo (25), política (15) e pensamento livre (12).

4.2.1 *Tweets* populares de cada categoria

Para exemplificar como se encontram as temáticas anteriormente citadas nos *tweets* de Kanye, vamos a seguir elencar os *tweets* mais populares de cada uma das categorias – em outras palavras, os *tweets* com o maior número de *retweets* e curtidas, em ordem decrescente de curtidas.

Tweets conselheiros populares:

Imagem VI



Tradução: “se você quiser ver o verdadeiro caráter de uma pessoa, observe o modo como ela trata alguém que não pode fazer nada por ela” (229 mil *retweets* e 512 mil curtidas).

Imagem VII



Tradução: “não troque sua autenticidade por aprovação” (168 mil *retweets* e 345 mil curtidas).

Imagem VIII



Tradução: “esteja aqui agora. Viva o momento. O agora é o momento mais grandioso de nossas vidas e ele só tende a melhorar. As partes ruins, as partes chatas, as partes com muita ansiedade. Abraçe cada momento por sua grandeza. Isso é a vida. Esse é o melhor filme que nós veremos” (134 *retweets* e 317 mil curtidas).

Tweets populares sobre lançamentos:

Imagem IX



Tradução: “meu álbum e do Cudi, 8 de junho”²⁰ (240 mil *retweets* e 522 mil curtidas).

Imagem X



Tradução: “meu álbum tem 7 músicas”²¹ (93 mil *retweets* e 286 mil curtidas).

²⁰ Este tweet se refere ao álbum colaborativo lançado por Kanye West em parceria com o rapper Kid Cudi, intitulado de “Kids See Ghosts”.

²¹ Se refere ao “Ye”, álbum solo de Kanye West lançado no dia 1.º de junho de 2018.

Imagem XI



Tradução: “1.º de junho”²² (107 mil *retweets* e 255 mil curtidas)

Tweets populares sobre amor e medo:

Imagem XII



Tradução: “seja o mais transparente possível. Pare de planejar atuações. Pare de jogar xadrez com a vida. Tome decisões baseadas em amor, não medo” (119 mil *retweets* e 284 mil curtidas)

Imagem XIII



Tradução: “tudo o que você faz na vida tem origem do amor ou medo” (101 mil *retweets* e 242 mil curtidas).

²² Data de lançamento do álbum “Ye”.

Imagem XIV



Tradução: “o amor é a força mais poderosa no universo” (62 mil *retweets* e 175 mil curtidas)

Tweets populares sobre política:

Imagem XV



Tradução: “minha esposa acabou de me ligar e ela quer que eu esclareça isso a todos. Eu não concordo com tudo que Trump faz. Eu não concordo 100% com ninguém além de mim mesmo” (62 mil *retweets* e 361 mil curtidas)

Imagem XVI



Tradução: “você não precisa concordar com Trump mas a mobilização não pode me fazer não amá-lo. Nós dois temos energia de dragão. Ele é meu irmão. Eu amo todo mundo. Eu não concordo com ninguém completamente. É isso que nos torna indivíduos. E nós temos direito a pensar independentemente” (83 mil *retweets* e 334 mil curtidas).

Imagem XVII



Tradução: “Obama²³ esteve no poder por oito anos e nada mudou em Chicago” (87 mil *retweets* e 298 mil curtidas).

Tweets populares sobre livre pensamento:

Imagem XVIII



Tradução: “Donald Glover²⁴ é um pensador livre” (50 mil *retweets* e 242 mil curtidas)

Imagem XIX



Tradução: “o pensamento livre é um superpoder” (57 mil *retweets* e 212 mil curtidas)

²³ Barack Obama foi presidente dos Estados Unidos da América entre os anos de 2009 e 2017. Ele também é conhecido por ser o primeiro negro na história do país a ocupar o cargo de presidente.

²⁴ Donald Glover é um ator e músico estadunidense. Como ator, ficou famoso por interpretar o protagonista na série de televisiva *Atlanta*. Como músico, destacou-se pelo sucesso do seu projeto *Childish Gambino*.

Imagem XX



Tradução: “nós temos liberdade de expressão, mas não liberdade de pensamento” (33 mil *retweets* e 124 mil curtidas).

4.3 Fase interpretativa – a construção narrativa dos *tweets* de Kanye West

Após operacionalizar e explorar os índices e indicadores definidos anteriormente, vamos realizar uma análise interpretativa do conteúdo publicado por Kanye West em seu Twitter. O primeiro aspecto a ser analisado diz respeito aos índices definidos, em outras palavras, as categorias de *tweets* definidas pelos temas mais frequentes no perfil de Kanye.

Por conta do modo como são feitas as postagens no Twitter e pelo limite de caracteres por mensagem, é de se esperar que não exista uma coesão temática no conteúdo produzido pelos perfis comuns da mídia. Como se trata de uma espécie de microblog, o uso comum da rede segue a vontade do usuário em falar sobre temas variados sem necessariamente existir algum tipo de compromisso em informar algo – isso nem sempre se aplica a perfis de empresas, órgãos governamentais, etc.

Dito isso, constatar a frequência com que temas específicos aparecem no Twitter de Kanye West entre abril e junho de 2018 traz algumas reflexões à tona, sobretudo quando consideramos as categorias de *tweets* que aparecem mais vezes entre as analisadas. Os *tweets* em forma de conselho, que representam a categoria mais frequente, se assemelham com frases motivacionais tiradas de livros de autoajuda e soam relativamente clichês – o que não quer dizer que não exista valor ou propósito por traz dessas mensagens. Os *tweets* conselheiros de Kanye costumam abordar questões como autenticidade, criatividade, sobre superar o passado e viver o presente, não se deixar levar por opiniões alheias, etc. Questões como essas são provavelmente comuns à vivência de grande parte das pessoas e, conseqüentemente, tendem a gerar identificação com os mais de 25 milhões de seguidores²⁵ do cantor na mídia social. Não

²⁵ Dado coletado em: 23. out. 2018. O número de seguidores pode ser visualizado em: <https://twitter.com/kanyewest>

é atoa que, entre os *tweets* analisados, o que acumula o segundo maior número de *retweets* pertence a categoria de *tweets* conselheiros (Imagem VI) – não só o conteúdo do *tweet* foi aprovado de alguma forma por 512 mil pessoas (número de curtidas), como 229 mil usuários se identificaram com a mensagem a ponto de replicá-la em seus próprios perfis.

Assim como os *tweets* conselheiros, os *tweets* sobre lançamentos representam não só alguns dos mais frequentes de Kanye West, mas alguns dos mais populares também. Os *tweets* que anunciam a quantidade de músicas e a data de lançamento do álbum solo de Kanye (Imagens X e XI, respectivamente), por exemplo, acumularam juntos 333 mil *retweets* e 541 mil curtidas. Evidentemente, já era de se esperar que o anúncio de lançamentos de um artista com a popularidade de Kanye West gerasse uma grande quantidade de interações, mas o modo vago e simplista como o conteúdo foi escrito evidencia a intenção de Kanye de provocar e gerar sensações no público. O fato é que, tanto os *tweets* conselheiros quanto os que dizem respeito à lançamentos contribuíram para um grande volume de interações e alto engajamento por parte do público, o que pode revelar esforços intencionais de Kanye West para conectar-se com sua audiência, chamar atenção para si mesmo e marcar seu retorno para o Twitter – o que é reforçado pelo fato de que todos os lançamentos musicais do cantor foram anunciados no dia 19 de abril, logo na primeira semana em que Kanye retomou suas atividades na mídia social²⁶.

Enquanto as duas categorias abordadas até agora demonstram os esforços de West em se conectar com seus fãs, o restante das categorias (os *tweets* sobre política, amor/medo e pensamento livre) interagem entre si de modo que o posicionamento político controverso do músico é frequentemente justificado pelo conteúdo de suas publicações de duas maneiras: pelo amor incondicional que ele diz ter por todos e pelos valores de liberdade de pensamento e expressão que regem o seu comportamento. Tudo isso começou com o *tweet* retratado na Imagem XVI, no qual Kanye demonstra simpatia pela figura de Donald Trump. Esta publicação repercutiu bastante na imprensa e entre os fãs do cantor, sobretudo quando Trump agradeceu o *tweet* de Kanye por meio de sua conta oficial na rede:

²⁶ A Day-by-Day Breakdown of Kanye West's Headline-Grabbing Return to Twitter. *BillBoard*. Disponível em: <https://www.billboard.com/articles/columns/hip-hop/8390268/kanye-west-twitter-trump-new-music-john-legend>. Acesso em: 23. out. 2018.

A repercussão do público e de outros artistas do *hip-hop* foi majoritariamente negativa diante das declarações de Kanye. Isso porque o *rap* é atualmente um dos gêneros musicais mais relevantes e representativos da cultura afro americana e, segundo pesquisa realizada pela CNN³¹ em Dezembro de 2017, somente 3% da população negra americana aprovava o governo de Donald Trump ao final daquele ano. Como resposta, Kanye voltou a trazer à tona questões sobre amor e liberdade de pensamento em seu Twitter:

Imagem XXIII



Tradução: “eu amo quando as pessoas têm suas próprias ideias. Você não precisa de permissão mais. Somente seja. Ame quem você quiser amar. Isso é pensamento livre. Eu nem sou politizado. Não sou democrata nem republicano”.

A justificativa de Kanye para o seu posicionamento controverso se baseia em temáticas que se enquadram nas categorias de *tweets* sobre liberdade de pensamento e amor. Essas ideias são usadas aqui para justificar o apoio do cantor à Donald Trump. Segundo Kanye, ele tem direito a pensar livremente e, portanto, amar quem ele quiser.

A interpretação analítica dos *tweets* de Kanye, compreendidos entre 16 de abril e 16 de junho de 2018, revelam, portanto, dois principais eixos narrativos: no primeiro, Kanye tenta criar uma relação de proximidade com o público, trazendo à superfície questões sobre lançamentos musicais futuros e publicando conselhos motivacionais em seus *tweets*, de modo a gerar identificação com sua audiência. No segundo, Kanye se coloca como um pensador livre

³¹ Trump tweeted his black approval rating has doubled. It hasn't. *CNN*. Disponível em: <https://edition.cnn.com/2018/01/16/politics/trump-black-approval-rating/index.html>. Acesso em: 23. out. 2018.

que tem a liberdade de pensamento e o amor ao próximo como valores regentes de sua conduta política e moral. O que esses dois eixos têm em comum é que ambos constroem narrativas midiáticas nas quais Kanye é ao mesmo tempo narrador e personagem, na medida em que torna o próprio cotidiano e espectro ideológico em uma espécie de ficção midiática e espetacularizada. Ao se narrar, Kanye West constrói e legitima sua imagem por meio da interação com o público no Twitter, construindo uma *narrativa hefaística* que precedeu o lançamento de um dos trabalhos mais controversos e populares de sua carreira: o disco “*Ye*”.

5. O disco “*Ye*” – a polêmica como impulsionadora de visibilidade

Oitavo álbum de estúdio solo da carreira de Kanye West, *Ye* foi lançado no dia 1º de junho de 2018 e conta com 7 faixas, que totalizam 23 minutos de música. Além dos *tweets* já citados e analisados, outros fatores contribuíram para a forma inusitada como o álbum foi lançado. Um deles diz respeito a capa do disco, que contém os dizeres “*I hate being bipolar, it’s awesome*” (Tradução: eu odeio ser bipolar, é incrível), que revelariam uma suposta condição mental de Kanye West que até então era desconhecida.

Imagem XXIV



Além disso, fãs do cantor poderiam interagir com o conteúdo da capa por meio da plataforma *Ye Cover Generator*³², disponível em site oficial lançado por Kanye West, na qual é possível substituir os dizeres originais da capa do disco por qualquer frase, o que evidencia

³² Disponível em: <https://yenerator.com>. Acesso em: 07. nov. 2018

novamente uma tentativa de Kanye de se aproximar com seus fãs e gerar, juntamente com a sua audiência, significado e sentido para o álbum – além de contribuir também com a viralização do disco, já que o gerador de frases para a capa do disco tornou-se rapidamente “combustível” de piadas e *memes* pela internet³³. Apesar de toda repercussão negativa e polêmica gerada pelo posicionamento ideológico do *rapper* antes do lançamento do álbum, o sucesso de público do disco é inquestionável: Poucos dias após o lançamento, as músicas do *Ye* ocuparam o topo do ranking das mais reproduzidas nas plataformas de streaming *Spotify* e *Apple Music*³⁴. Além disso, 2 semanas após o álbum ser lançado, todas as 7 músicas do álbum *Ye* estavam entre as 40 mais tocadas da *Billboard Hot 100*³⁵, ranking que elenca as cem músicas mais tocadas mundialmente em plataformas musicais.

Por ter sido anunciado e divulgado quase que exclusivamente pelo Twitter, não há como separar o sucesso de público do álbum dos *tweets* feitos por Kanye entre abril e junho de 2018, o que também abre espaço para algumas reflexões e apontamentos importantes. Por mais que exista, a crítica negativa sobre a ideologia de Kanye não só foi ineficiente em abalar o sucesso do disco, como de algum modo parece ter contribuído para ele quando observamos os números – o que talvez não seja tão surpreendente, considerando o contexto de “Sociedade Excitada” cunhado por TÜRCKE já citado anteriormente. Queira-se ou não, a polêmica em torno de Kanye contribuiu inevitavelmente para coloca-lo em evidência e, conseqüentemente, chamou atenção para os seus lançamentos. TÜRCKE exemplifica esse fenômeno ao discorrer sobre o real impacto de escândalos políticos:

Não são poucos os políticos que no *Roda Viva* ou no *Cara a cara* já passaram por suadores. E, no entanto, por que tantos se dispõem a ser dessa maneira interrogados e insultados? Porque mais importante do que fazer uma boa figura é fazer alguma figura. Assim, mesmo na fofoca, fica-se em evidência. Menos do que nunca é garantido que manchetes negativas possam desacreditar alguém. Sem dúvida, Bill Clinton teria dado muito para que fosse poupado da revelação de seu caso sexual. Mas o simples fato de que este não o demoliu, de que dois anos depois era celebrado como um político global, que com ar

³³ 17 of the best memes from Kanye West’s ‘Ye’ album cover generator. *XXL*. Disponível em: <http://www.xxlmag.com/news/2018/06/17-best-memes-from-kanye-wests-ye-album-cover-generator/>. Acesso em: 07. nov. 2018.

³⁴ The top 7 songs on Apple Music & Spotify are from Kanye West’s ‘ye’ álbum. *Hypebeast*. Disponível em: <https://hypebeast.com/2018/6/kanye-west-ye-top-7-apple-music-spotify>. Acesso em: 07. nov. 2018.

³⁵ Kanye West debuts all 7 songs from ‘Ye’ in Billboard Hot 100’s Top 40. *Billboard*. Disponível em: <https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/8460526/kanye-west-ye-all-7-songs-debut-hot-100-top-40>. Acesso em: 07. nov. 2018.

respeitável recebia prêmios internacionais, sugere um bônus que o mero estar-presente traz consigo. (TÜRCKE, 2010, p. 53)

Ora, se é verdade que manchetes negativas são cada vez mais ineficazes em afetar a reputação de alguém e que, hoje em dia, é menos importante se fazer presente como uma boa figura do que uma figura em evidência, o que impediria que artistas do mundo *pop* se apropriassem da polêmica para aumentar o alcance dos seus lançamentos? Desde que a música *pop* se consolidou, ela esteve aliada a polêmica e a controvérsia, e o caso de Kanye, portanto, não seria nem o primeiro nem o último de uma lista de acontecimentos semelhantes. Quando se consideram os *tweets* de Kanye como um todo e os esforços feitos por ele para se aproximar com o público e viralizar seus lançamentos, é razoável que se considere a possibilidade de que o posicionamento ideológico de Kanye e a narrativa arquitetada por ele nas mídias sociais tenham sido meios intencionais de chamar atenção para si e para o álbum *Ye*, e existem algumas evidências para isso, além das já citadas. Uma possível evidência disso pode ser observada na música “*Ye vs. The People (starring TI as the People)*”³⁶, *single* lançado anterior e separadamente ao álbum *Ye* e que conta também com a participação do *rapper* T.I. A música se trata, basicamente, de uma espécie de “duelo” entre Kanye e o público que criticou seu posicionamento político, (no contexto da música, T.I. representa a *persona* da audiência que critica Kanye por suas opiniões). Em um dos trechos da música, Kanye chega a explicar seus motivos para usar o boné da campanha de Trump com os dizeres “*Make America Great Again*”, argumentando querer transformar o significado negativo atribuído ao boné: “*Make America Great Again had a negative perception, I took it, wore it, gave it a new direction*”³⁷ T.I. e WEST, 2018). Como resposta, o *rapper* T.I., ao interpretar o público de Kanye, rebate ao dizer que o boné representa uma visão de supremacia branca: “*You wore a dusty-ass hat to represent the same views as a white supremacy man, we expect better from you*”³⁸ (T.I. e WEST, 2018).

Ao lançar uma música que contesta a si mesmo, Kanye não só demonstra ter consciência do peso político e cultural do seu posicionamento, como se alimenta da polêmica de sua própria ideologia para impulsionar a visibilidade de seu produto artístico. A música *Ye vs. The People* não faz parte do disco *Ye* e foi lançada no dia 28 de abril de 2018. Apesar disso, a canção se

³⁶ Kanye West - *Ye vs. the People (starring TI as the People)* (Audio). 2018 (3min. 23s.). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=qc_8jcHYBis.

³⁷ Tradução: “ ‘Faça a America grande novamente’ tinha uma percepção negativa. Eu a peguei, a usei e dei a ela uma nova direção”

³⁸ Tradução: “Você usou um boné imundo para representar as mesmas visões de um homem supremacista branco, nós esperávamos mais de você”

insere no mesmo contexto narrativo do Twitter de Kanye e contribui diretamente para causar sensações no público e chamar atenção para os lançamentos que estariam por vir. Outras conexões entre temáticas abordadas em *tweets* de Kanye e lançamentos musicais são evidenciadas no conteúdo lírico de músicas como “*I Thought about killing you*”, primeira faixa do disco *Ye*, na qual o *rapper* faz alusão aos seus ideais de liberdade de expressão e pensamento, do mesmo modo que fez nas mídias sociais: “*People say don’t say this, don’t say that, just say it out loud to see how it feels*”³⁹ (WEST, 2018).

A coesão temática presente nos *tweets* e músicas de Kanye West, as tentativas de interação com o público e viralização de conteúdo e a transformação da própria polêmica em música são fatores que não devem ser analisados isoladamente, uma vez que constroem em conjunto toda a narrativa de Kanye West do primeiro semestre de 2018, tanto como artista quanto como fenômeno cultural midiático. Não há como afirmar com certeza a intencionalidade de Kanye de gerar sensações e utilizar a polêmica ao seu favor, mas apesar disso, existem fortes evidências que fundamentam esta hipótese, sobretudo ao consideramos o contexto de sociedade excitada explicitado por Türcke.

6. Considerações finais

A pesquisa em questão se trata de um estudo de caso exploratório das postagens do *rapper* Kanye West em seu perfil do Twitter no primeiro semestre de 2018. Ao longo dos anos de sua carreira, West tornou-se conhecido não somente pelo seu trabalho como artista e produtor musical, mas também como celebridade excêntrica que, em diversas ocasiões, protagonizou episódios polêmicos e chamativos no âmbito midiático. Um exemplo recente de tais episódios ocorreu entre abril e junho de 2018, quando Kanye declarou em seu Twitter apoio e simpatia e figura de Donald Trump, atual presidente dos Estados Unidos da América, alvo de inúmeras críticas e forte oposição da parcela progressista e democrata da sociedade estadunidense, que inclui também representantes e artistas da cultura *hip-hop* do país, na qual Kanye West está inserido. Paralelamente a isso, o *rapper* anunciava alguns lançamentos musicais que ocorreriam em junho de 2018, entre eles o álbum *Ye*, oitavo disco solo da carreira do artista. Apesar das críticas que Kanye West recebeu pelo seu posicionamento político dissonante de grande parcela do cenário *hip-hop*, o álbum atingiu grande sucesso de público, o que gerou alguns

³⁹ Tradução: “as pessoas dizem “não diga isso, não diga aquilo”, só diga em voz alta para ver como se sente”.

questionamentos e reflexões que deram origem ao problema da pesquisa e ao estudo de caso.

A partir dessas reflexões, foi estabelecido como objetivo geral da pesquisa entender como se deu a construção narrativa e de conteúdo dos *tweets* de Kanye West. Assim, seria possível compreender como as publicações impactaram a repercussão dos lançamentos musicais do *rapper*, uma vez que o Twitter era a principal plataforma de divulgação dos lançamentos do músico. Por se tratar de um artista já consolidado e com anos de carreira, também foram investigados quais aspectos contribuíram para a criação da imagem de Kanye West na mídia ao longo de sua carreira - imagem essa que, inevitavelmente, também fazia parte da narrativa protagonizada por ele no Twitter.

A partir do objetivo geral, foram definidos três objetivos específicos que guiaram o estudo de caso, de modo que a pesquisa foi dividida em três eixos principais que contemplaram tais objetivos: no primeiro, foram explorados os elementos simbólicos e artísticos que contribuíram para a construção da marca e imagem de Kanye West como artista e celebridade. Em seguida, se deu a exploração e classificação dos principais *tweets* de Kanye West entre abril e junho de 2018, feita por meio de uma metodologia de análise de conteúdo, o que representou o eixo mais significativo do trabalho uma vez que este era o principal objeto de estudo da pesquisa. Por fim, foram estabelecidas relações de sentido e de narrativa entre o álbum *Ye*, de Kanye, e os *tweets* analisados, encerrando-se assim o último eixo de pesquisa.

No primeiro momento, foi possível observar como alguns dos principais videoclipes de Kanye West foram arquitetados de modo a moldar uma imagem específica do artista. A exaltação da fama e a divinização do *status* de celebridade eram elementos recorrentes e marcantes da imagem criada por Kanye em seus videoclipes, imagem essa que era reforçada pelo modo excêntrico e até mesmo inconsequente como Kanye se posicionava em entrevistas, premiações musicais e em outros eventos midiáticos. Apesar de exaltar constantemente o próprio *status* de celebridade em seus videoclipes, o artista não deixava de tentar se aproximar do público e encurtar a distância com sua audiência – como observado, por exemplo, no videoclipe da música *Famous*, protagonizado por figuras célebres certamente conhecidas por quem acompanhava a carreira e os escândalos midiáticos de Kanye. Em suma, West se mostrava como um artista que conhecia sua audiência e se apropriava de diversos recursos para chamar a atenção da mídia para si.

O segundo momento da pesquisa foi reservado para a análise de conteúdo do principal

objeto de estudo do trabalho em questão, ou seja, os *tweets* publicados por Kanye entre abril e junho de 2018. A coesão temática e linguística do *tweets* sugeriram a existência de uma narrativa midiaticizada, protagonizada e criada por Kanye West, mas legitimada pelo público que interagia com as postagens. Tal narrativa era impulsionada pela polêmica ideológica gerada a partir do posicionamento político de Kanye West, o que acabou servindo de divulgação para os lançamentos musicais do artista por gerar sensações no público e na imprensa.

Já no terceiro eixo do estudo de caso, é possível inferir que a polêmica e a narrativa midiaticizada criada por Kanye demonstrou-se efetiva em divulgar os lançamentos do artista, o que pode ser observado pelo posicionamento elevado do álbum *Ye* nos rankings mundiais de músicas mais tocadas. Mesmo que não seja possível confirmar com exatidão a intencionalidade do artista em gerar polêmicas para otimizar a visibilidade do disco *Ye*, é razoável e plausível deduzir, pelas informações apresentadas ao longo da pesquisa, que os *tweets* e as controvérsias políticas em torno de Kanye West afetaram positivamente o sucesso do disco, e é este fenômeno que gera algumas reflexões interessantes dignas de menção.

Observar o caso de West traz à tona questões a respeito do modo como a sociedade excitada se comporta diante de ídolos midiaticizados. O vício por estímulos presente na atual era da midiaticização e o abundante fluxo de informações cria um espaço no qual dificilmente algo salta aos olhos do usuário de mídias sociais – é uma verdadeira “guerra” pela atenção. Para que algo se destaque no fluxo midiático de informações, deve gerar sensações e estímulos que chamem a atenção do público, e é exatamente isso que ocorre com os *tweets* de Kanye West. As declarações do artista são excêntricas, fora do comum e, por vezes, beiram ao absurdo, fazendo com o que os olhos da audiência se voltem para uma espécie de espetáculo ideológico criado pelo artista. Mesmo que as declarações tenham sido vistas de maneira negativa por parte do público do *rapper*, o fato que é que elas despertarem a atenção e curiosidade dos usuários do Twitter. Caso o propósito de Kanye tenha sido, de fato, chamar o máximo de atenção possível para si mesmo e para seus lançamentos, o conteúdo ideológico de suas postagens, no fim das contas, importa menos que o espetáculo midiático criado por elas. Neste contexto, a ideologia política do artista é, assim como o material musical criado por ele, entretenimento para uma base de fãs.

Evidentemente, o trabalho em questão se trata de um recorte específico inserido em um panorama maior que diz respeito às mídias sociais, suas relações com a cultura *pop* e o comportamento do usuário neste contexto. Apesar disso, a exploração e a análise dos

fenômenos citados neste estudo de caso podem contribuir para a melhor compreensão destas áreas do conhecimento da Comunicação e para o melhor entendimento de mídias sociais como o Twitter, sobretudo no que diz respeito ao uso destas mídias para a propagação de narrativas e divulgação de produtos artísticos e midiáticos.

Referências

BASSIL, Ryan; CAVALCANTI, Amanda. **Kanye West voltou pro Twitter (por enquanto)**. *VICE*. Disponível em: <https://www.vice.com/pt_br/article/8xkev5/kanye-west-twitter> Acesso em: 14. out. 2018.

BBC. **Trump thanks Kanye West for Twitter compliments**. *BBC*. Disponível em: <<https://www.bbc.com/news/world-us-canada-43899191>> Acesso em: 23. out. 2018.

CASTRO, Gustavo. **Mídia e Imaginário**. São Paulo: Annablume, 2012

CAULFIELD, Keith. **Kanye West's 'Ye' Set for No. 1 Debut on Billboard 200 Albums Chart**. *Billboard*. Disponível em: <<https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/8459341/kanye-west-ye-number-1-debut-billboard-200-albums-chart>> Acesso em: 24 jun. 2018.

CHIN, Mallory. **The top 7 songs on Apple Music & Spotify are from Kanye West's 'ye' álbum**. *Hypebeast*. Disponível em: <<https://hypebeast.com/2018/6/kanye-west-ye-top-7-apple-music-spotify>> Acesso em: 07. nov. 2018.

FRIEND OR FOLLOW. **Twitter: most followers**. Disponível em: <<https://friendorfollow.com/twitter/most-followers>>. Acesso em: 15. out. 2018.

G1. **Kanye West elogia Trump: 'Ele é meu irmão'; presidente agradece e Kim Kardashian nega problema mental**. *G1*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/musica/noticia/kanye-west-elogia-donald-trump-e-diz-que-criticos-nao-vao-impedir-de-ama-lo-ele-e-meu-irmao.ghtml>> Acesso em: 23. out. 2018.

GINSBERG, Gab. **Donald Trump Reacts to Kanye West's Twitter 'Love' With a Tweet of His Own**. *Billboard*. Disponível em: <<https://www.billboard.com/articles/news/politics/8383721/donald-trump-reacts-kanye-west-tweet>> Acesso em: 23. out. 2018.

IKEDA, Ana; CHANG, Sandra. **Análise de conteúdo: uma experiência de aplicação na pesquisa em Comunicação Social**. São Caetano do Sul, São Paulo: Comunicação e Inovação, 2006. Disponível em: <http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/618 > Acesso em: 13. nov. 2018.

MOJICA, Nick. **17 of the best memes from Kanye West's 'Ye' album cover generator**. *XXL*. Disponível em: <<http://www.xxlmag.com/news/2018/06/17-best-memes-from-kanye-west-ye-album-cover-generator/> > Acesso em: 07. nov. 2018.

O GLOBO. **Aprovação dos EUA no mundo despenca com Trump no comando**. *O Globo*. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/mundo/aprovacao-dos-eua-no-mundo-despenca-com-trump-no-comando-22304550> > Acesso em: 24. jun. 2018.

O GLOBO. **Kanye West invade o palco, protesta contra Taylow Swift e rouba cena no VMA**. *O Globo*. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/kanye-west-invade-palco-protesta-contrataylor-swift-rouba-cena-no-vma-3208123> > Acesso em: 01. nov. 2018.

OLIVEIRA, Selma. Imaginário e narrativa. In: CASTRO, Gustavo. **Mídia e Imaginário**. São Paulo: Annablume. p. 57-71

PENROSE, Nerisha. **A Day-by-Day Breakdown of Kanye West's Headline-Grabbing Return to Twitter**. *Billboard*. Disponível em: <<https://www.billboard.com/articles/columns/hip-hop/8390268/kanye-west-twitter-trump-new-music-john-legend> > Acesso em: 23. out. 2018.

RODRIGUES, Romulo; VELASCO, Tiago. **A Construção da imagem na música pop: o caso Lady Gaga**. Niterói, Rio de Janeiro: Intercom, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1553-1.pdf> > Acesso em: 13. nov. 2018

SHOCKROC1. **Bush Doesn't Care About Black People**. 2006 (1m51s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zIUzLpO1kxI&feature=player_embedded>. Acesso em 8. out. 2018

SPARKS, Daniel. **How many users does Twitter have?** *The Motley Fool*. Disponível em: <<https://www.fool.com/investing/2017/04/27/how-many-users-does-twitter-have.aspx>>. Acesso em: 15. out. 2018

STRUYK, Ryan. **Trump tweeted his black approval rating has doubled. It hasn't.** *CNN*. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/2018/01/16/politics/trump-black-approval-rating/index.html>> Acesso em: 23. out. 2018.

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade Excitada: filosofia da sensação.** Campinas, São Paulo: Unicamp, 2010. p. 9-86

VALES, Leinz. **Kanye West's "Bill Cosby Innocent" tweet sparks outrage.** *CNN*. Disponível em: <<https://edition.cnn.com/2016/02/10/entertainment/kanye-west-bill-cosby-innocent-tweet/index.html>> Acesso em: 8. out. 2018

WEST, Kanye. **Famous.** 2016 (10m37s). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=p7FCgw_GlWc>. Acesso em: 8. out. 2018

WEST, Kanye. **POWER.** Direção: Marco Brambilla. 2010 (1m42s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=L53gjP-TtGE>>. Acesso em: 4. out. 2018

WEST, Kanye - **Ye vs. the People (starring TI as the People).** 2018 (3min. 23s.). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qc_8jcHYBis> Acesso em: 13. nov. 2018.

ZELLNER, Xander; TRUST, Gary. **Kanye West debuts all 7 songs from "Ye" in Billboard Hot 100's Top 40.** *Billboard*. Disponível em: <<https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/8460526/kanye-west-ye-all-7-songs-debut-hot-100-top-40>> Acesso em: 07. nov. 2018.