

«HARD WORK PAYS OFF»

A MÚSICA ÉPICA DO EMPREENDEDOR HERÓI NO *SITE* FEARLESS MOTIVATION

Júlia Durand

RESUMO Inscrevendo-se numa tendência crescente de produtos audiovisuais publicados *online*, o *site* Fearless Motivation propõe aos seus utilizadores uma variedade de vídeos com «discursos motivacionais», dirigidos explicitamente a «empreendedores» e culturistas. Os conteúdos disponibilizados orientam-se por uma representação de masculinidade associada a agressividade, estoicismo e dominação, e a música neles ouvida alinha-se nas convenções musicais correntes em videojogos e produções cinematográficas americanas para caracterizar personagens e narrativas como «épicas» e «heroicas». Proponho explorar de que modo os criadores deste *site* empregam estrategicamente estas fórmulas musicais, evidenciando uma convergência de diferentes estereótipos sonoros, visuais e discursivos, num cruzamento do imaginário do *self-made man* americano com o herói de Hollywood.

AUTORA Membro dos Núcleos de Estudos em Género e Música, de Estudos Avançados em Cibercultura e Música e de Estudos Avançados em Sociologia da Música, do CESEM. Concluiu a licenciatura e mestrado em Ciências Musicais na NOVA FCSH, encontrando-se de momento a realizar o doutoramento em Ciências Musicais – Musicologia Histórica na mesma universidade, com uma Bolsa de Doutoramento FCT (SFRH/BD/132254/2017). Desde 2015 iniciou uma atividade de escrita de guiões para espectáculos músico-teatrais e música eletrónica.

Introdução

Fearless Motivation é um *site* dedicado à criação e publicação de discursos, vídeos e música «motivacionais», pensados em torno de dois principais temas: a motivação para treinos físicos e para sucesso profissional

e financeiro. Desde 2014, o *site* propõe aos seus utilizadores uma grande variedade de criações audiovisuais e musicais, acumulando tais «conteúdos motivacionais» sob diversos formatos. Por entre as várias plataformas *online*, nas quais estes vídeos e músicas são divulgados e distribuídos, deparamo-nos com elementos textuais e imagéticos que os dirigem explicitamente a indivíduos que se identificam, por um lado, como empreendedores^[1] ou, por outro, como culturistas.^[2]

De facto, a «motivação» proposta em Fearless Motivation assenta de modo decisivo em narrativas de sucesso nas quais empreendedores e culturistas idealizados são representados como heróis e *self-made men* de uma masculinidade exacerbada.

Apesar das narrativas de sucesso empresarial e culturista encaixadas neste *site* e nos seus álbuns serem marcadas por pretensões de universalidade, apresentando-se como atingíveis por todos mediante esforço e persistência, a sua construção imagética assenta esmagadoramente num ideal de masculinidade, enquadrado, mais especificamente, no conceito de masculinidade hegemónica (Connell e Messerschmidt 2005) e em práticas e discursos associados a agressividade, estoicismo e dominação (Kimmel 2013). A indissociabilidade entre estas narrativas e um reforço de estereótipos de género torna-se particularmente vincada quando temos em conta as investigações que destacam a ligação recorrente entre a figura idealizada do «herói empreendedor» e um desempenho de papéis de género considerados masculinos (Hamilton 2013).

Na construção dessas narrativas e representações em Fearless Motivation, a música dos vídeos e álbuns publicados no *site* surge como um fator crucial, sendo constantemente qualificada de «épica» e «cinemática» nos textos que a acompanham – algo explicado, em parte, por se inscrever estilisticamente nas técnicas composicionais popularizadas por Hans Zimmer^[3] na música não-diegética de filmes de ação (Lehman 2017). Tendo em conta essa utilização estratégica de fórmulas musicais

-
- 1 No caso do *site* Fearless Motivation, a aceção do conceito de «empreendedorismo» e «empreendedor» alinha-se numa visão idealizada de implementação de novos negócios ou empresas, frequentemente envolvendo um elemento de risco e inovação.
 - 2 O termo «culturismo» (por vezes substituído pelo seu equivalente inglês, *bodybuilding*) refere-se a um treino físico focado especificamente no desenvolvimento de massa muscular.
 - 3 Zimmer começou a compor para o cinema de Hollywood no final da década de 1980, tendo-se tornado, desde então, um dos compositores mais notórios nesse meio, e constituindo-se em torno do seu trabalho uma comunidade internacional de fãs (aliás, realizam-se atualmente vários concertos da sua música para filmes).

específicas, e devido aos significados e associações que adquiriram no contexto de produções cinematográficas de Hollywood, este artigo será em grande medida orientado pela seguinte questão: qual o papel da música dos vídeos disponibilizados no *site* Fearless Motivation na legitimação dos seus discursos de volição, ação heroica e trabalho árduo recompensado? Seguindo essa problemática central, irei circunscrever-me a dois álbuns de discursos acompanhados de música (*Hard Work Pays Off*, de 2016, e *Born Ready*, de 2017), focando-me especificamente nas faixas dirigidas a empreendedores.

Investigar o caso de Fearless Motivation permite assim realçar que, se as representações de papéis de género no cinema e televisão têm vindo a complexificar-se e a tornar-se menos estereotipadas (Gauntlett 2008), encontramos, contudo, esses mesmos estereótipos de género noutras criações com fortes influências de produções cinematográficas norte-americanas. Aliando essa observação a uma análise das sonoridades predominantes nos álbuns deste *site*, este é um caso relevante para averiguar a utilização estratégica de fórmulas musicais ouvidas em abundância no cinema de Hollywood devido, precisamente, aos significados e associações que adquiriram nesse contexto. O *site* Fearless Motivation evidencia assim uma convergência de diferentes estereótipos sonoros, visuais e discursivos, sendo a sua música um elemento vital para o cruzamento que realiza entre a masculinidade do *self-made man* americano e a acção destemida do herói de Hollywood.

O *self-made man* «herói» nos discursos de Fearless Motivation

Como será explorado mais adiante, o ideário neoliberal de assumir responsabilidade individual por circunstâncias de vida que poderão ser melhoradas mediante esforço e persistência (independentemente de quaisquer fatores externos) (Nicholson e Anderson 2005) é um elemento inescapável no *site*, cuja «missão» é descrita como «empoderar pessoas a assumirem a responsabilidade pelas suas actuais circunstâncias», e «inspirar-te para veres a verdade de que podes ter, fazer e ser tudo o que quiseres neste mundo» (Fearless Motivation s.d.).^[4]

4 Do original: «To empower people to take responsibility for their current circumstances»; «To inspire you to see the truth that you can have do and be anything you want in this world».

À data da investigação, tanto a página de Facebook^[5] como o canal de YouTube^[6] associados ao *site* indicam mais de um milhão e duzentos mil seguidores. Não são apresentados, no entanto, quaisquer dados sobre os membros da equipa de conceção dos vídeos, ou sequer sobre os autores da música dos álbuns que comercializam, sendo que a sua autoria é apenas atribuída a Fearless Motivation.

O *site* permite que a sua música seja não apenas ouvida como também recuperada em novas criações, desde vídeos no YouTube a *playlists* no Spotify. Reencontramos assim as suas faixas em vários canais de YouTube, entre os quais *RousseBen Motivation* e *MilitaryCorner*, cujos vídeos recorrem às mesmas músicas e discursos de Fearless Motivation para vídeos aparentemente destinados a públicos distintos: no primeiro caso, em montagens focadas no culturismo; no segundo, em «tributos motivacionais» para militares.^[7] Longe de serem um fenómeno isolado, estes canais enquadram-se numa tendência mais geral de criação de vídeos motivacionais, na qual Fearless Motivation também se inscreve.

Um elemento constante entre as diversas faixas dos seus álbuns é um discurso ancorado numa ideia de perseverança e esforço heroicos, quer se dirijam a aspirantes a culturistas ou a empreendedores. A prevalência destes estereótipos nas narrativas em torno de empreendedorismo foi já amplamente documentada (Warren 2005, 221; Smith e Anderson 2004, 130), realçando-se o seu papel na sedimentação de uma imagem paradigmática do «empreendedor», dada a generalização e indefinição nebulosa com que o conceito é usado. São várias as investigações (Hamilton 2013; Warren 2005) que se debruçam sobre a construção de um ideal de empreendedor em diferentes *media*, apontando as metáforas recorrentes de poderes sobrenaturais, do mágico, do predador e em particular do herói, seja «o arquétipo do herói empreendedor e lutador» (Warren 2005, 223)^[8] ou «o aventureiro

5 «Página de Fearless Motivation», Facebook, consultado em 14 de abril, 2018, https://www.facebook.com/fearlessmotivationofficial/?__tn__=%2Cd%2CP-R&eid=ARAqdpqRs-L6wnmckUhm8wds8m1qWgFBc0dQ6Jsv7biNm4f4PiEkKQ0MfXuDY7RQccheA8Zuf4Q_L8_Qu.

6 «Canal de Fearless Motivation», YouTube, consultado em 14 de abril, 2018, https://www.youtube.com/channel/UCf9_s9iib6Z-klpgmtli3WQ.

7 Entre outros exemplos, ambos usam a música e discurso «Lone Wolf», num caso para acompanhar uma sequência de halterofilismo em ginásios, noutro para uma montagem de treinos e confrontos militares: «Lonewolf», Fearless Motivation, consultado em 17 de dezembro, 2020, <https://www.fearlessmotivation.com/2016/09/13/lone-wolf-motivational-speech-fearless-motivation/>.

8 Do original: «The archetypal battling entrepreneurial hero».

heroico, individualista, implacável e agressivo» (Hamilton 2013, 91).^[9] Deparamo-nos assim com uma figura mitológica do capitalismo ocidental, capaz de qualquer feito empresarial através da simples força de vontade (Rehn e Taalas 2004, 147).

O *self-made man* como modelo de masculinidade

Se a ideologia neoliberal é um elemento comum às representações idealizadas do empreendedor e do *self-made man*, ambas estas figuras são também encaradas por vários autores como um desempenho de masculinidade. Catano considera inclusive que uma promessa fundamental do mito do *self-made man* seria o aceder à «masculinidade real» (Catano 2000, 1), tornando-o um arquétipo de masculinidade hegemónica (Connell e Messerschmidt 2005, 830). Será, nesse sentido, mais apropriado falar não de uma, mas de várias masculinidades, indissociáveis de relações de poder determinadas por fatores identitários de classe, idade ou etnicidade: crucialmente, esses atos preferenciais de masculinidade são inseparáveis de uma reivindicação de privilégio (Schrock e Shwalbe 2009, 281). O conceito de masculinidade hegemónica refere-se então não a uma maioria numérica, mas a um conjunto de práticas normativas, legitimadas e institucionalizadas enquanto ideal em torno do qual todos se deverão posicionar, mas que apenas uma minoria poderá atingir.

A construção de uma personagem-tipo do empreendedor e do *self-made man* inscreve-se precisamente na criação de modelos mediáticos de masculinidade. De facto, a importância que assume uma afirmação de masculinidade nas narrativas de empreendedorismo leva, por um lado, à perspetiva de que «o homem médio [...] é um empreendedor branco de classe média» (Kimmel 2005, 8)^[10] e, inversamente, à constatação de que «o empreendedor-norma é masculino» (Hamilton 2013, 93).^[11] Desse modo, a procura de uma identidade enquanto empreendedor e *self-made man* pode igualmente ser uma forma de reivindicar o estatuto e privilégio concedidos pelo desempenho de masculinidade hegemónica. Esta visão é reforçada por um número surpreendente

9 Do original: «The heroic adventurer, individualistic, ruthless and aggressive».

10 Do original: «The generic man [...] is a white middle-class entrepreneur».

11 Do original: «The normative entrepreneur is male».

de investigações que realçam a predominância de papéis de gênero masculinos em representações do empreendedor, perpetuando a sua associação a um conjunto de traços estereotipados (Hamilton 2013, 90; Nicholson e Anderson 2005, 12; Rehn e Anderson 2004, 137). As características mais enumeradas nestes estudos – independência, agressividade, coragem, entre outras – estão estreitamente relacionadas com a ideia de ação e diametralmente opostas à submissão e passividade.

Nesta combinação de aptidões e comportamentos, a agência é então um preceito central não apenas de masculinidade, como também do empreendedor e das várias metáforas que surgem em seu redor – em particular a do herói. Mais do que agressividade ou estoicismo, é o poder de atuar e de exercer controle – sobre si próprio e sobre os outros – que fundamenta a legitimação do empreendedor enquanto herói e homem ideal (Schrock e Shwalbe 2009, 280). Não é então inesperado que, como o apontam Nicholson e Anderson (2005, 7), as metáforas de aventureiro, super-herói, guerreiro ou gladiador empregues em vários «mitos» de empreendedorismo se baseiem numa ideia de ação para reforçar o estatuto heroico atribuído ao empreendedor. Este estereótipo do herói tem, porém, sido claramente ultrapassado em vários contextos, algo que se reflete também em produções cinematográficas recentes cujas narrativas procuram desconstruir o arquétipo do herói guerreiro, resoluto e sem fraquezas.

Não desapareceu, contudo, a centralidade da noção de agência e de iniciativa na caracterização de uma personagem fílmica como sendo «heroica».^[12] A perpetuação dessa concepção do herói, cuja personalidade e comportamento o situam não apenas no desempenho de masculinidade hegemónica como também na mitologia norte-americana do *self-made man*, é particularmente notória nos protagonistas de filmes de ação de Hollywood, cuja grande audiência lhes confere uma relevância económica na indústria cinematográfica, assim como uma importância considerável na construção e sedimentação de determinadas fórmulas narrativas, personagens-tipo e convenções musicais.

12 Nas «regras» e convenções narrativas que Thomas Schatz lista relativamente aos *blockbusters* de Hollywood do século XXI, o autor inclui «Ao longo dos filmes, o protagonista (independentemente das suas credenciais heroicas) deve evoluir de uma personagem relativamente fraca, ineficaz, ou comprometida para uma que toma a iniciativa e (re)afirma o seu papel de herói» («The protagonist in the course of each film (and regardless of his heroic credentials) should develop from a relatively weak, ineffectual, or compromised character into one who seizes the initiative and (re)asserts his heroic role») (Schatz 2009, 32-33).

A música da masculinidade e do empreendedor herói em Fearless Motivation

Tendo em conta o modo como os protagonistas destes filmes de ação concentram em si estereótipos comuns ao herói empreendedor e a um ideal de masculinidade hegemónica, torna-se bastante evidente o motivo da presença de determinadas convenções estilísticas dessas produções cinematográficas nos conteúdos de Fearless Motivation. As associações desta música a protagonistas heroicos verificam-se nas criações de utilizadores de YouTube, que recuperam a música para os seus próprios vídeos: seja com a junção da música «Day of Domination» a *fan art* do Super-Homem no filme *Man of Steel*;^[13] um «vídeo motivacional» de desporto cuja *thumbnail*^[14] é a personagem de Thor do universo fílmico da Marvel;^[15] ou a música e discurso «Entrepreneur» ouvidos sobre uma montagem de sequências de filmes como *Steve Jobs*, *The Wolf Of Wall Street* e *Moneyball*.^[16]

Não é, contudo, necessário recorrermos a estes vídeos de YouTube para encontrarmos exemplos claros de como Fearless Motivation cruza estrategicamente estereótipos do *self-made man* e do empreendedor, da masculinidade hegemónica e das representações musicais do herói no cinema de ação de Hollywood. Os discursos dos seus álbuns são estruturados a partir de um conjunto de expressões e platitudes formulaicas, mas versáteis, articuladas consoante um tema unificador:^[17] o assumir de responsabilidade individual pelas próprias circunstâncias, negando quaisquer fatores externos; o exercício de controlo sobre o próprio destino; a metáfora do animal predador para enfatizar uma ideia de

13 «Fearless Motivation – Day of Domination (Epic Heroic Orchestral Drama)», YouTube, 4 de fevereiro, 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=71U1fxdCKLQ>.

14 Nota dos coordenadores: uma miniatura que é usada para identificar uma imagem ou vídeo de proporções maiores. É muito comum em conteúdos digitais, em particular porque o seu tamanho reduzido permite aumentar a velocidade de acesso à página onde se encontra.

15 «The Best Sports Motivational Video – ‘The Oath of Champions’ 2015», YouTube, 3 de outubro, 2015, https://www.youtube.com/watch?v=f__6Tx6rEw&index=29&list=PLTFCM8gfGxuGGC199FxA-WLfeSO4-tZR.

16 «Entrepreneur – Motivational Video», YouTube, 3 de maio, 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=DPR3p3EJADo&t=99s>.

17 Para além da música e dos textos dos discursos, outro elemento com uma importância considerável é a voz (sempre masculina) dos seus «motivational speakers», com uma entoação agressiva e próxima do grito.

agressividade e liderança; a perseverança nas adversidades e no trabalho árduo, descritos como uma batalha; a afirmação de dominação sobre os adversários e, inversamente, o apelo à bondade para com os mais «fracos» (ou seja, os que não são elevados à posição de «herói»).

Certas faixas (com uma duração média de quatro minutos) são especialmente representativas destes discursos e da música que contribui para a eficácia e validação dos ideais neles presentes. O discurso «Here's to the Entrepreneurs», do álbum *Hard Work Pays Off*, apresenta o empreendedor como aquele que é sonhador e «self-made», «que não é como a maioria», realçando que é alguém que age, lidera («Um leão não uma ovelha! Um líder não um seguidor!») e trabalha arduamente («Trabalha mais do que os outros! Domina!»).^[18] É constante a preocupação de se destacar de uma maioria que seria mediana, e a concretização desse distanciamento é pensada como uma demanda abstrata por sucesso e «grandiosidade»^[19] – definidos, noutros discursos, como atingir «o 1 % dos mais ricos» (da faixa «Find a Way»)^[20] e ser dono de «uma casa multimilionária» (em «Mr. I Don't Feel Like It»)^[21].^[21] O acesso a essa grandiosidade exprime-se aqui com uma contradição fundamental, fruto do encontro entre o empreendedor *self-made* e o imaginário do herói destinado à glória: se muitos discursos se baseiam na irrelevância do contexto social nessa corrida desenfreada até ao «sucesso» («Não importa a cor da tua pele. Não importa onde nasceste», de «Anything Is Possible»),^[22] alegando que o único fator

18 Do original: «Someone who isn't like the majority»; «A lion not a sheep! A leader not a follower!»; «Outwork everyone! Dominate!». «Here's To The Entrepreneurs», Fearless Motivation, 31 de agosto, 2016, <https://www.fearlessmotivation.com/2016/08/31/heres-to-the-entrepreneurs-dream-chasers/>.

19 São exemplos claros disso passagens como «Se és como a maioria, compromete-te agora mesmo a tornar-te na minoria!» («If you are most people, commit right now to becoming the minority!»), da faixa «Most People» e «Persigo a grandeza» («I'm chasing greatness», da faixa «Time For Greatness»): «Most People», Fearless Motivation, 14 de julho, 2016, <https://www.fearlessmotivation.com/2016/07/14/most-people-motivational-video-speech/> «Time for Greatness», Fearless Motivation, 2 de agosto, 2016, <https://www.fearlessmotivation.com/2016/08/02/time-for-greatness-motivational-speech/>.

20 Do original: «The top 1% of earners». «Find A Way», Fearless Motivation, 23 de junho, 2016, <https://www.fearlessmotivation.com/2016/06/23/find-way-motivational-video-for-entrepreneurs/>.

21 Do original: «A multimillion dollar home». «Mr. I Don't Feel Like It», Fearless Motivation, 30 de agosto, 2016, <https://www.fearlessmotivation.com/2016/08/30/mr-i-dont-feel-like-it/>.

22 Do original: «It matters not the color of your skin. It matters not where you were born». «Anything Is Possible», Fearless Motivation, 24 de janeiro, 2017, <https://www.fearlessmotivation.com/2017/01/24/anything-is-possible-motivational-speech/>.

determinante seria o trabalho e esforço («Se trabalhares, serás recompensado. É tão simples quanto isso», de «Dark Tunnel»),^[23] outros enlevam o ouvinte numa narrativa de grandeza predestinada à qual teriam um direito natural («Nascestes para ter sucesso», em «Courage V Fear»;^[24] ou ainda «Esforça-te para te tornares quem és destinado a ser», em «Best Version of Yourself»).^[25]

Contudo, a música que acompanha estes discursos de excecionalidade e destaque de uma maioria é ela própria formulaica e convencional. Uma análise dos álbuns *Sounds of Power* (vol. 5 e 6),^[26] dedicados apenas à música instrumental, permite ter uma perceção clara da estrutura e conceção tímbrica da música usada nos álbuns de discursos,^[27] dado esta seguir essencialmente os mesmos esquemas formais, encaadamento harmónico e instrumentação. Relativamente a essas características musicais que se revelam constantes nos conteúdos de Fearless Motivation, tanto a música dos álbuns instrumentais como dos discursos mantém, ao longo de toda a sua duração, uma regularidade rítmica e pulsação invariável, assim como uma forte estabilidade tonal: a progressão harmónica inicial (apresentada, regra geral, em acordes no piano) é seguida até ao fim, apoiando células melódicas curtas e repetitivas. A variação nestas faixas verifica-se então não a nível harmónico ou rítmico, mas sim no que toca à instrumentação (detalhada mais abaixo) e ao volume sonoro, construindo uma tensão linear através de um crescendo e de uma acumulação progressiva de densidade tímbrica. Porém, este crescendo de massa instrumental e de dinâmica

com/2017/01/24/anything-is-possible-believe-motivational-video/.

- 23 Do original: «If you do the work, you get the reward. That's all there is to it». «Dark Tunnel», Fearless Motivation, 17 de junho, 2016, <https://www.fearlessmotivation.com/2016/06/17/dark-tunnel-motivational-speech-for-entrepreneurs/>.
- 24 Do original: «You were born to succeed». «Courage V Fear», Fearless Motivation, 6 de julho, 2016, <https://www.fearlessmotivation.com/2016/07/06/motivational-speech-overcome-your-fears/>.
- 25 Do original: «Push yourself to become the person you are destined to become». «Best Version Of Yourself», Fearless Motivation, 31 de janeiro, 2017, <https://www.fearlessmotivation.com/2017/01/31/best-version-of-yourself-motivational-video/>.
- 26 Disponíveis em: «Sounds of Power 5», YouTube, 1 de abril, 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=FeTSaSiCbX4&list=PLFUFuyCRFYdtTQuIlPP3VAp7-L2-H7KQj>. «Sounds of Power 6», YouTube, 16 de abril, 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=5v86iLQ2yE&list=PLFUFuyCRFYdveVBfh5fi3B-DKMZC15fwG>.
- 27 Podemos, inclusive, apontar que a escolha de circunscrição a dois álbuns de discursos e dois álbuns de música instrumental se deveu em grande parte a um critério de saturação, tendo em conta a repetição de fórmulas musicais e discursivas nos conteúdos de Fearless Motivation.

apenas constitui uma variação sonora dentro das próprias faixas e não entre elas, dado que todas dependem destes contrastes de intensidade. Outro parâmetro constante é o das escolhas tímbricas, centradas, invariavelmente, no uso de sopros de metal, cordas friccionadas, piano, coros (apenas em vocalizos, sem texto), com uma ênfase particular na percussão, assim como efeitos eletrónicos (dado que são aqui utilizados sons sintetizados digitalmente, e não gravações de instrumentos acústicos).

Tanto a nível tímbrico como a nível formal, as estratégias usadas para criar tensão auditiva na música de Fearless Motivation assemelham-se de modo fundamental aos traços estilísticos de Hans Zimmer,^[28] compositor com uma influência incontestável nas bandas sonoras de *blockbusters* e filmes de ação de Hollywood. O musicólogo Frank Lehman identifica as principais técnicas empregues por Zimmer nestas produções cinematográficas, incluindo: a intensificação cumulativa de um motivo melódico curto repetido obsessivamente (Lehman 2017, 29); tratamentos digitais para criar um som «sobreproduzido» nos quais todos os timbres individuais se fundem (idem, 32); crescendos que atingem um clímax de volume sonoro, seguidos por uma diminuição de intensidade abrupta (idem, 30); e material harmónico estático e aparentemente minimalista, combinado com um acumular de densidade tímbrica que serve propósitos maximalistas, ou, como o coloca Lehman, «máximo de volume, máximo de poder emocional» (ibidem).^[29] Atualmente, as bandas sonoras de Zimmer tornaram-se emblemáticas da música que, particularmente em plataformas *online*, circula com a categoria e adjetivo de «épico»:^[30] de tal modo que, para Lehman, o compositor realizou ao longo da sua carreira uma verdadeira construção e «manufaturação» do som épico (idem, 34), que se terá estabelecido sobretudo em produções cinematográficas que partem de temas de ação e aventura, militares ou de super-heróis (idem, 31).

O facto deste estilo musical se ter inicialmente afirmado no contexto cinematográfico reflete-se nos adjetivos que lhe são frequentemente aplicados: «épico» e «cinemático», que são aliás já empregues como

28 Ou, como será mais adequado dizer, de Hans Zimmer e toda a numerosa equipa em seu redor responsável pela orquestração e produção musical.

29 Do original: «Maximum volume, maximum emotive power».

30 Nota dos coordenadores: épico é, atualmente, considerado como uma categoria que é utilizada com muita frequência nos audiovisuais.

sinónimos em investigações sobre música de videogames (Munday 2007, 58) e sobre as bandas sonoras dos filmes de ação (Buhler 2017, 5). Estes termos, em particular «épico», são indissociáveis da música de Fearless Motivation, descrita deste modo no *site*: «Épico, Cinemático, chama-lhe o que quiseres – só queremos que te comova. Que te inspire. Que te empurre para a frente. [...] Senta-te, põe os auscultadores e sê transportado para um mundo épico!» (Fearless Motivation s.d.).^[31] Longe de ter um significado estável, «épico» pode atualmente surgir como substantivo ou, com mais frequência, adjetivo (Meyer 2017, xi), e o seu uso abundante confere-lhe uma aceção cada vez mais vaga. A recorrência deste termo é notável no contexto da receção e comentário *online* a filmes, onde a sua utilização casual pode simplesmente qualificar algo de impressionante, monumental ou espantoso (Lehman 2017, 31).

Quando Lehman adjetiva o som épico de Zimmer de portentoso, heroico e incrível (Lehman 2017, 31), a menção do termo «heroico» é de especial relevância, dado que esta música é indissociável de uma das principais funções que cumpre nos filmes onde o compositor desenvolveu o seu estilo musical: a atribuição de música não-diegética a uma personagem de modo a contribuir ativamente para o seu posicionamento enquanto o herói da narrativa fílmica. A sonoridade de Zimmer é aliás representativa de uma mudança de paradigma nas práticas composicionais ligadas à caracterização do herói de Hollywood, com um afastamento de grandes temas melódicos e uma preferência por motivos curtos e repetitivos com uma instrumentação densa e tratamentos eletrónicos. Este estilo resultante da junção de estereótipos musicais recorrentes no cinema de Hollywood com práticas de composição digital mais recentes cristaliza-se atualmente na categoria de épico empregue com frequência para classificar música em plataformas *online* (Freitas 2017, 9). Por fim, este novo som épico pode ser visto como «a mais recente estratégia de Hollywood de representação do heroísmo como uma função da masculinidade» (Lehman 2017, 48).^[32]

É precisamente essa sonoridade popularizada por Zimmer que acompanha os discursos de Fearless Motivation, estando eles próprios construídos em torno de metáforas que remetem para o ideal do herói

31 Do original: «Epic, Cinematic, call it whatever you like – we just want it to move you. To inspire you. To push you forward. [...] Sit back, plug in the headphones and get transported to a world of epicness!».

32 Do original: «Hollywood’s newest way of representing heroism as a function of masculinity».

de ação de Hollywood. Os discursos do álbum *Born Ready* estão repletos de alusões a batalhas e conflitos de proporções épicas, comparando os aspirantes a empreendedor a guerreiros, caçadores e líderes com uma ousadia inabalável na sua demanda por sucesso: entre outras, a faixa «Warrior» encoraja os ouvintes a continuar a lutar, assegurando, «És um guerreiro [...] Guerreiros nascem da luta, são formados pela dor, fortalecidos pela adversidade!».^[33] De facto, várias faixas recorrem ao estereótipo do empreendedor guerreiro e ao enquadramento num imaginário bélico como parte do seu desempenho de masculinidade hegemónica, com os exemplos de «Battle of Your Life», onde ouvimos «Todos os momentos são uma batalha a ser vencida. Se deves morrer para alcançar a vitória, morrerás uma lenda!»,^[34] ou a passagem «Garante que o teu adversário sabe que estás pronto para a guerra», em «Win at All Costs».^[35]

Ainda que partam de metáforas diversas, estes discursos tocam nos mesmos pontos centrais: um apelo à ação e dominação, apelo esse que é sustentado pela «motivação» para a qual a música de fundo é instrumentalizada. Se a música presente nestas faixas (em particular os seus aspetos tímbricos e rítmicos) pode mais rapidamente ser associada às práticas atuais de caracterização musical do herói em filmes de ação, não deixa de ser também um importante meio de validação da masculinidade hegemónica como algo de essencial ao sucesso e realização pessoal dos ouvintes. A utilização estratégica desta música é então fulcral para a encenação destes discursos enquanto narrativas de perseverança heroica e de pertença a um grupo identitário privilegiado. Permite assim enquadrar passagens como «O esforço é o que separa os rapazes dos homens»^[36] num imaginário de heroísmo épico,

33 Do original: «You are a warrior [...] Warriors are built from the struggle, formed from pain, strengthened by adversity». «Warrior», Fearless Motivation, 27 de setembro, 2016, <https://www.fearlessmotivation.com/2016/09/27/i-am-not-a-survivor-i-am-a-warrior/>.

34 Do original: «Every moment is a battle worth winning. If you have to die striving for it, you will die a legend!». «Battle of Your Life», Fearless Motivation, 20 de setembro, 2016, <https://www.fearlessmotivation.com/2016/09/20/battle-of-your-life-motivational-video/>.

35 Do original: «Make sure your opponent knows you are ready for war». «Win at All Costs», Fearless Motivation, 29 de setembro, 2015, <https://www.fearlessmotivation.com/2015/09/29/win-at-all-costs-sports-motivational-speech/>.

36 Do original: «Effort is what separates the boys from the men». «Great Success Requires Great Effort», Fearless Motivation, 3 de janeiro, 2017, <https://www.fearlessmotivation.com/2017/01/03/great-success-requires-great-effort-motivational-video/>.

reforçando igualmente a ligação desta sonoridade à significação musical de género nas bandas sonoras de Hollywood. As convenções tímbricas destas últimas associam constantemente a percussão e eletrónica a personagens masculinas: nesse sentido, aliás, Lehman propõe que «É principalmente desta forma que, na música de Zimmer, o Épico se funde perfeitamente com – e é por vezes sinónimo de – o Masculino» (Lehman 2017, 46).^[37]

Conclusão

Do mesmo modo que outras bandas sonoras podem validar ideologicamente o alinhamento de uma personagem na masculinidade hegemónica e no ideal de heroísmo hollywoodesco (Kassabian 2001, 104), a música de *Fearless Motivation* tem um papel ativo na validação e eficácia dos seus discursos, posicionando auditivamente os seus valores de sofrimento estoico e confronto agressivo no domínio do heroico e do épico. Contudo, a utilização destes estereótipos musicais, associáveis ao estilo de Zimmer, dá-se aqui não no contexto de uma produção fílmica, mas sim de álbuns comercializados e distribuídos exclusivamente *online*, e nos quais não são feitas quaisquer referências diretas a imaginários ou personagens cinematográficas. Estas realizam-se mais tarde, partindo não dos criadores dos álbuns, mas antes dos seus consumidores, em vídeos que assumem a proximidade da música de *Fearless Motivation* com o atual som épico de Hollywood.

Para além de possibilitar essa função motivacional, esta música repetitiva e com uma progressão imparável até um clímax de volume e densidade tímbrica permite não só exacerbar a assertividade com que o discurso é declamado, como contribuir para a consolidação de um imaginário heroico no qual podem coexistir as contradições presentes nos textos de *Fearless Motivation*: com a ideia reiterada do valor em ser-se *self-made* e da irrelevância das condições de nascimento e, por outro lado, a promessa de que o ouvinte terá nascido com o destino de liderar e ter êxito. Porém, a contradição mais ampla dá-se com o acompanhamento musical que, para discursos que motivam a ideia abstrata de se «ser diferente» e se «destacar da multidão», se constrói através

37 Do original: «It is primarily in this way that, in Zimmer's music, the Epic often blends seamlessly – and is sometimes synonymous with – the Male».

de fórmulas tipificadas e rotineiras que se estabeleceram como estereótipos musicais do «épico». A presença destas técnicas composicionais aponta também para um «transbordo» de tendências musicais inicialmente instituídas no cinema para novos meios e criações, mantendo, contudo, as ligações a determinadas narrativas e personagens-tipo que adquiriram em produções cinematográficas (e que constituem, aliás, o principal motivo para a sua utilização noutros contextos). Nesse sentido, a sonoridade característica de Zimmer evoca de modo suficientemente imediato o heroico, o épico e o masculino para que este estilo musical seja útil para a legitimação de discursos que posicionam o empreendedor como herói e como personificação dos valores da masculinidade hegemónica.

No entanto, os conflitos heroicos e esforços sobre-humanos evocados pelo som épico da música de Fearless Motivation insinuam que a masculinidade dos seus discursos é, mais especificamente, uma masculinidade em crise, embrenhada em ansiedades contemporâneas. Certos discursos de Fearless Motivation sugerem receio de uma perda de poder e da dificuldade de corresponder às expectativas da masculinidade hegemónica. Tal é especialmente marcado na faixa «Hard Work Beats Talent», na qual é perpetuado o papel de defensor da família e fundador de um legado, apresentado porém como estando sob ameaça: «[...] o outro homem tem fome... Está a caçar-te! Pronto a lutar! Lutar por tudo! Lutar pela sua família! Lutar pelo seu legado!»^[38] Este indício de uma confiança vacilante choca com a música com que os textos foram articulados, na qual não surge qualquer momento de incerteza e onde a progressão até um clímax triunfante, percussivo e auditivamente avassalador não é interrompida por qualquer irregularidade ou ambiguidade. A música dos discursos mantém, em todos eles, os estereótipos sonoros do épico musical atualmente, e sobrepõe-se, prepotente, a qualquer sugestão de vulnerabilidade: seja numa passagem que defende a necessidade do sofrimento estoico, com «a dor é tua amiga»,^[39] ou noutra que, pelo contrário, procura aconselhar sobre

38 Do original: «[...] the other guy is hungry... He is hunting your ass down! Ready to fight! Fight for everything! Fight for his family! Fight for his legacy!». «Hard Work Beats Talent», Fearless Motivation, 20 de dezembro, 2016, <https://www.fearlessmotivation.com/2016/12/20/hard-work-beats-talent/>.

39 Do original: «Pain is your friend». «Struggle Makes You Stronger», Fearless Motivation, 13 de dezembro, 2016, <https://www.fearlessmotivation.com/2016/12/13/struggle-makes-stronger-motivational-speech/>.

saúde mental e advertir contra um possível isolamento social da parte dos seus ouvintes (sem contudo deixar de se enquadrar no preceito de exercer controlo sobre o próprio destino e a própria mente: «Eu posso [decidir o meu destino], porque controlo a minha mente», de «Mental Toughness»).[40]

Apesar de ser cada vez mais difundida a visão de que o herói masculino de Hollywood, agressivo e baseado na ação, seria um estereótipo ultrapassado e em desuso (Howell 2015, 169), este último permanece central em criações que, não sendo do domínio cinematográfico, recuperam certas estratégias musicais de bandas sonoras precisamente pelas suas associações a um ideal específico de heroísmo e masculinidade. Desse modo, os álbuns de *Fearless Motivation* indicam que, se se tem vindo a verificar uma progressiva destabilização e questionamento de representações mediáticas de papéis de género binários e hierarquizantes, estes continuam presentes em criações recentes cuja existência e disseminação estão intimamente ligadas às possibilidades do meio *online*.

Nesse sentido, e para concluir, o caso de *Fearless Motivation* revela uma apropriação de técnicas musicais inicialmente afirmadas na composição para cinema, transportadas aqui para criações que, sem realizarem referências diretas a produções cinematográficas, dependem de modo fundamental de significados musicais estabelecidos em bandas sonoras. Um estilo musical relativamente recente é, portanto, aqui empregue como uma componente vital da encenação de narrativas e metáforas já incrustadas nos processos de legitimação da figura do empreendedor e da masculinidade hegemónica. A sonoridade épica dos álbuns de *Fearless Motivation* possibilita assim uma fusão homogénea dos preceitos e estereótipos comuns a esses ideais, com o principal propósito de motivar os ouvintes à ação, à superação de obstáculos e a uma resistência e tenacidade sobre-humanas. Por fim, permite também encobrir os indícios de vulnerabilidade e receio de fracassar que não deixam de estar presentes nos textos dos álbuns, por mais destemida que seja a motivação que providenciam. Ao transportar musicalmente narrativas de batalhas épicas e grandiosidade predestinada para discursos sobre sucesso financeiro e realização pessoal na era das *startups*,

40 Do original: «I can [decide my fate], because I control my mind». «Mental Toughness», *Fearless Motivation*, 11 de outubro, 2016, <https://www.fearlessmotivation.com/2016/10/11/mental-toughness-develop-a-strong-mind/>.

Fearless Motivation assegura uma eficácia acrescida na sua mensagem neoliberal de responsabilidade individual e de masculinidade combativa, elevando a agência do *self-made man* ao nível dos feitos épicos do herói de ação de Hollywood.

Referências

- Buhler, James. 2017. «Branding the Franchise: Music, Opening Credits, and the (Corporate) Myth of Origin». In *Music in Epic Film: Listening to Spectacle*, editado por Stephen C. Meyer, 3-26. New York: Routledge.
- Catano, James. 2000. «Entrepreneurial Masculinity: Re-Tooling the Self-made Man». *Journal of American & Comparative Cultures* 23: 1-8.
- Connell, R.W., e James W. Messerschmidt. 2005. «Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept». *Gender and Society* 19, no. 6: 829-859.
- Fearless Motivation. s.d. «About Us». Última modificação em 2020. Consultado em 15 de abril, 2018. <https://www.fearlessmotivation.com/about-us/>.
- . s.d. «Background Music – The Best Epic Instrumentals & Cinematic Music». Última modificação em 2020. Consultado em 7 de maio, 2018. <https://www.fearlessmotivation.com/background-music-best-epic-instrumentals-cinematic-music/>.
- Freitas, Joana. 2017. «“The music is the only thing you don’t have to mod”: a composição musical em ficheiros de modificação para videojogos». Dissertação de mestrado em Ciências Musicais Históricas, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade NOVA de Lisboa.
- Gauntlett, David. 2008. *Media, Gender and Identity: An Introduction*. New York: Routledge.
- Hamilton, Eleanor. 2013. «The Discourse of Entrepreneurial Masculinities (and Femininities)». *Entrepreneurship & Regional Development* 25, no. 1-2: 90-99.
- Howell, Amanda. 2015. *Popular Film Music and Masculinity in Action*. New York/London: Routledge.
- Kassabian, Anahid. 2001. *Hearing Film*. London: Routledge.
- Kimmel, Michael. 2005. *The History of Men: Essays in the History of American and British Masculinities*. Albany: State University of New York Press.
- Lehman, Frank. 2017. «Manufacturing the Epic Score: Hans Zimmer and the Sounds of Significance». In *Music in Epic Film: Listening to Spectacle*, editado por Stephen C. Meyer, 27-55. New York: Routledge.
- Meyer, Stephen C. 2017. «Preface: Epic Genre, Epic Style». In *Music in Epic Film: Listening to Spectacle*, editado por Stephen C. Meyer, x-xii. New York: Routledge.

- Munday, Rod. 2007. «Music in Video Games». In *Music, Sound and Multimedia: From the Live to the Virtual*, editado por Jamie Sexton, 51-67. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Nicholson, Louise, e Alistair R. Anderson. 2005. «News and Nuances of the Entrepreneurial Myth and Metaphor: Linguistic Games in Entrepreneurial Sense-making and Sense-Giving». *Entrepreneurial Theory and Practice* 29: 153-172.
- Rehn, Alf, e Saara Taalas. 2004. «Crime and Assumptions in Entrepreneurship». In *Narrative and Discursive Approaches in Entrepreneurship: A Second Movements in Entrepreneurship Book*, editado por Daniel Hjorth e Chris Steyaert, 144-159. Cheltenham/Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Schatz, Thomas. 2009. «New Hollywood, New Millennium». In *Film Theory and Contemporary Hollywood Movies*, editado por Warren Buckland, 19-46. New York: Routledge.
- Schrock, Douglas, e Michael Schwalbe. 2009. «Men, Masculinity, and Manhood Acts». *Annual Review of Sociology* 35: 277-295.
- Smith, Robert, e Alistair R. Anderson. 2004. «The Devil is in the *e-tale*: Forms and Structures in the Entrepreneurial Narratives». In *Narrative and Discursive Approaches in Entrepreneurship: A Second Movements in Entrepreneurship Book*, editado por Daniel Hjorth e Chris Steyaert, 125-143. Cheltenham/Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Warren, Lorraine. 2005. «Images of Entrepreneurship: Still Searching for the Hero?». *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation* 6, no. 4: 221-222.