



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
COMUNICAÇÃO E CULTURA CONTEMPORÂNEAS**

**CLAUDIANE DE OLIVEIRA CARVALHO**

**SINESTESIA, RITMO E NARRATIVIDADE:**  
Estratégias de interação entre imagem e música  
em videoclipes do U2.

Salvador  
2006

**CLAUDIANE DE OLIVEIRA CARVALHO**

**SINESTESIA, RITMO E NARRATIVIDADE:**  
Estratégias de interação entre imagem e música em  
videoclipes do U2.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Orientadora: Prof. Dr. Jeder Janotti Júnior

Salvador  
2006

## **Ficha Catalográfica**

## TERMO DE APROVAÇÃO

À Sebastião Oliveira (em memória), meu velho sábio, por todas as palavras, por todos os silêncios. A Lara, minha filha, minha inspiração, por dar-me a chance, diariamente, de ser uma pessoa melhor.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>16</b>
<b>2. O VIDEOCLÍPE COMO PARTE DO PROCESSO DE MEDIATIZAÇÃO DA MÚSICA</b>	
1.1 Bem vindo ao século da canção popular massiva!	
1.2 Bem vindo ao século do cinema (com canção popular massiva)!	
1.3 Bem vindo ao século da tv (com canção popular massiva)!	
1.3.1 MTV – Music Television	
1.4 Videoclipe e uma nova expressividade visual a partir da interação com a música.	
1.5 Tensionando música e imagem: videoclipe	
<b>2. SINESTESIA, RITMO E NARRATIVIDADE: ESTRATÉGIAS DE INTERAÇÃO ENTRE IMAGEM E MÚSICA NO VIDEOCLÍPE</b>	
2.1 Da visualização da música ao videoclipe	
2.2 Da estruturação da canção popular massiva (e música pop) ao videoclipe	
2.2.1 O “contar” na música popular massiva	
2.3 Do tensionamento entre música e imagem: sinestesia, ritmo e narratividade (a conexão entre ritmo da música e ritmo de edição)	
2.3.1 Narratividade no videoclipe: o tensionamento entre ritmo de edição de imagens e ritmo imagético	
2.4 Entre a fragmentação e uma “nova” linearidade: o videoclipe	
<b>3. DA ANÁLISE DO VIDEOCLÍPE: UMA ABORDAGEM DOS ASPECTOS PLÁSTICOS E MEDIÁTICOS A PARTIR DAS NOÇÕES DE GÊNERO MUSICAL, CANÇÃO POPULAR MASSIVA, PERFORMANCE E NARRATIVIDADE (RITMO)</b>	
3.1 Do texto ao contexto <sup>1</sup> : os aspectos mediáticos na análise do videoclipe	
3.1.1A noção de star system e a análise do videoclipe	
3.2 Análise do videoclipe a partir das noções de gênero musical e canção popular massiva	
3.2.1 Os gêneros mediáticos	
3.2.2 Gênero musical, canção popular massiva e análise do	

---

**videoclipe**

**3.3 Performance e canção popular massiva na análise do videoclipe**

**3.3.1 Sobre os elementos da performance**

**3.4 A narratividade e análise do videoclipe**

**3.5 Passos para um procedimento analítico do videoclipe**

**4. AUDIOVISUAL: TENSIONAMENTO DOS ELEMENTOS SONOROS E IMAGÉTICOS NOS VIDEOCLIPES DO U2**

**Algumas convenções genéricas e o gancho narrativo**

**Performance**

**Dança, gestos e outros**

**Cenários**

**Caracterização dos músicos e dos personagens da trama**

**Encenação Dramática**

**Narratividade: ritmo no audiovisual**

**REFERÊNCIAS**

## 1 INTRODUÇÃO

Um dos mais expressivos produtos da indústria fonográfica, o videoclipe se popularizou a partir da década de 80, mas para compreender a construção desse formato é necessário voltar ao final do século XIX, quando surgiram as primeiras tecnologias de captação, gravação, armazenamento e circulação da música. No primeiro capítulo deste trabalho, propomos mostrar como, ao longo deste processo de mediatização da música, houve, de certa maneira, uma convergência para a formatação do videoclipe. Com os gramofones e fonógrafos, a música foi configurada para atender ao consumo massivo. O cinema divulgou, principalmente, o rock e o pop, através da conexão imagem e som. A televisão apresentou os programas de auditório e permitiu o desenvolvimento de expressões mais específicas da tecnologia vídeo. Neste contexto, a Music Television (MTV) distendeu ainda mais esta relação entre música e imagem e foi um marco no processo de consolidação e divulgação do videoclipe.

Na tentativa de compreender porque o videoclipe é parte do processo de mediatização da música, usamos a canção popular massiva, configuração por excelência da música mediatizada, como guia para abordar a relação da música com o cinema e, depois, da música com a tv. Encontros audiovisuais que funcionaram como estágios no processo de estruturação do formato videoclipe. Enquanto audiovisual, o clipe é entendido a partir do tensionamento entre elementos imagéticos e sonoros, um contrato, a partir do qual “ não se “vê” o mesmo quando se “ouve”; não se “ouve” o mesmo quando se “vê”” (Chion, 1993).



E não se pode perder de vista que, nesse processo de mediatização, as estratégias de produção de sentido também sofreram alterações em busca de uma maior consonância com a lógica da indústria fonográfica.

A imagem sempre esteve atrelada à produção de sentido da música. Compositores e ouvintes “vêem” imagens enquanto consomem uma música. A associação de cenas e paisagens a determinadas estruturas melódicas é um ato quase espontâneo. A bagagem individual de cada ouvinte também transforma a música num espaço a ser preenchido pela memória. Há uma espécie de espiral do sentido, na qual cultura e lembranças pessoais se encarregam de disparar imagens durante a audição. Não seria exagero dizer que, além das imagens lançadas pela memória pessoal do ouvinte, há um certo tipo de iconografia associada a determinadas músicas, são as convenções construídas através da cultura e suas manifestações (Goodwin, 1992: 55).

O visual é elemento chave para a produção de sentido da expressão musical e a indústria fonográfica lançou mão deste recurso, principalmente, para consolidação do pop<sup>2</sup>. O star system e toda a dinâmica do main stream acontecem também a partir da construção e reiteração de determinadas imagens. Além das convenções culturais e das lembranças de cada ouvinte, a imagem associada à música pop também traz a marca do intérprete, uma identidade construída ao longo da carreira. “O esforço de olhar a música em termos visuais é o esforço de entender como o pop trabalha” (Idem: p.50).

---

<sup>2</sup> De início, torna-se importante ressaltar que os estudos brasileiros e franceses observam uma distinção entre cultura popular (de feições folclóricas ou nativistas) e cultura pop (popular mediática) que nem sempre é acompanhada pelos estudos culturais de língua inglesa. Mas apesar de relevante, a distinção entre a cultura popular, aquela produzida e difundida de maneira independente dos grandes conglomerados multimidiáticos e cultura pop, que englobaria a cultura mediática surgida no século XX, acarreta algumas dificuldades, tendo em vista que também é popular o ato de comentar, ouvir e valorar o universo pop. Mas vale ressaltar que a cultura pop também é relacionada em terras brasileiras aos fenômenos que colocam em destaque a comunicação gerada pelos conglomerados multimidiáticos no pós-guerra. (JJJ, 2005, b)

A maior parte das abordagens sobre o videoclipe considera que este produto marca uma ruptura com a narrativa tradicional da literatura, cinema e tv, para apresentar uma organização estrutural, afiliada à fragmentação e ausência de linearidade. O conceito de narratividade, apresentado por Fabbri amplia a noção de narrativa, ao contemplar uma reciprocidade entre forma de expressão e forma de conteúdo. É possível falar em narratividades, assim mesmo, no plural, uma vez que o ato de configuração de sentido na música não é mesmo do romance ou novela televisiva: “não pode ser certo que existam pensamentos que permaneçam iguais quando se expressam com formas expressivas distintas” (p. 58).

A narratividade do videoclipe é configurada a partir do ritmo, o qual se desenvolve também pelo jogo entre presenças e ausências dos pontos de sincronização. E o ponto de sincronização consiste numa manifestação da sinestesia, onde “não se deve confundir o som e a imagem com o ouvido e a vista” (idem, p.128). A sinestesia, por sua vez, é a noção chave para compreender o videoclipe, ou seja, e parte essencial no processo de produção de sentido do clipe.

Se foi legado, a partir de Fabbri, que a narratividade é um ato de configuração de sentido, que pressupõe uma reciprocidade entre forma de expressão e forma de conteúdo (1999), tem-se, aqui, argumentos para inferir que a narratividade do videoclipe é acessada a partir das noções de ritmo e sinestesia e do conceito de pontos de sincronização.

Goodwin (1992) reconhece na organização narrativa do videoclipe marcas dos códigos da televisão de entretenimento e técnicas de edição e montagem mais comumente usadas pelo cinema, entretanto, o autor não se refuta de ser enfático ao considerar que as regras de visualização do videoclipe podem ser explicadas pela relação com a música: especificamente pela sinestesia e pelos

endereçamentos do pop, que envolvem não apenas a questão da estruturação da canção, mas também os aspectos de uma economia organizacional da indústria fonográfica. Por conta disso, o videoclipe não pode ser compreendido com base em uma ou duas apreciações, individualmente. Para a maioria dos consumidores, o clipe é apreciado no contexto da variação de graus de familiaridade com a música, a letra, os cantores pop e suas performances. Por esta razão, a análise não pode se limitar a dissecar o produto em seus aspectos plásticos, é preciso considerar a dimensão mediática, aspectos ideológicos e sociológicos que envolvem a produção e o consumo do clipe. Por conta disso, as noções chave para o processo analítico são gênero musical, canção popular massiva, performance e narratividade.

## **2. O VIDEOCLÍPE COMO PARTE DO PROCESSO DE MEDIATIZAÇÃO DA MÚSICA**

Um dos mais expressivos produtos da indústria fonográfica, o videoclipe se popularizou na década de 80, mas a trajetória de construção desse formato remonta ao início do século XX, quando surgiram as primeiras tecnologias de gravação, fixação e circulação da música. Esse aparato mediático determinou a configuração da música popular massiva, que não escapa às "técnicas de produção, armazenamento e circulação tanto em suas condições de produção bem como em suas condições de consumo" (JÁNOTTI JR, 2005: mimeo).

A idéia de música popular massiva ganha corpo a partir dos primeiros fonógrafos, gramofones, toca-discos e das emissoras de rádio; tecnologias que permitiram descolar a audição dos espaços acústicos de execução. No início do século passado, as expressões musicais começaram a ser produzidas para um consumo massivo e, num movimento em espiral, passaram a envolver estratégias de circulação afinadas com essa demanda. Em outras palavras, a partir do advento da cadeia mediática, houve uma redefinição do fazer musical, através da qual os aspectos plásticos da música e toda a sua dinâmica de produção e divulgação foram alterados também em função da indústria fonográfica.

Na verdade, em termos mediáticos, pode-se relacionar a configuração da música popular massiva ao desenvolvimento dos aparelhos de reprodução e gravação musical, o que envolve as lógicas mercadológicas da indústria fonográfica, os suportes de circulação das canções e os diferentes modos de

execução e audição relacionados a essa estrutura (Idem, *ibidem*).

Os primeiros aparelhos de gravação, armazenamento e circulação da música referem-se, portanto, à parte deste percurso de mediatização, que modificou, radicalmente, o ouvir. Quando cinema e televisão foram inseridos na sociedade, a música avançou por outros meios de divulgação e imagens foram agregadas ao ouvir (“ouvir”)<sup>3</sup>. As tentativas de visualização da música em experiências no cinema, na vídeo-arte e na televisão desembocaram no videoclipe, cujo formato tornou-se inevitável. O tensionamento entre som e imagem no clipe atende a uma solicitação da indústria fonográfica em resposta ao desenvolvimento da cadeia mediática.

Neste primeiro momento, portanto, o trabalho propõe mostrar como, ao longo deste processo de mediatização da música, houve, de certa maneira, uma convergência para a formatação do videoclipe. Com os gramofones e fonógrafos, a música foi configurada para atender ao consumo massivo. O cinema divulgou, principalmente, o rock e o pop, através da conexão imagem e som. A televisão apresentou os programas de auditório e permitiu o desenvolvimento de expressões mais específicas da tecnologia vídeo. A MTV, então, distendeu ainda mais esta relação entre música e imagem e foi um marco no processo de consolidação e divulgação do videoclipe.

Na tentativa de compreender porque o videoclipe é parte do processo de mediatização da música, vamos apontar, nesse percurso, os lugares que marcam a origem do videoclipe. O caminho a seguir é o da canção popular massiva, configuração por excelência da música mediatizada.

---

<sup>3</sup> Fazer referência ao uso da expressão “oiuver” no livro *canção das mídias*, de Heloísa Valente.

## 1.1 Bem vindo ao século da canção popular massiva!

A princípio, canção é o encontro entre melodia e fala - um falar de forma especial, com entoações mimetizadas pela melodia (Tatit, 1997). O adendo "popular massiva" acrescenta a esta noção a importância dos aspectos mediáticos. Em outras palavras, só é possível falar em canção popular massiva a partir da estruturação da indústria fonográfica, quando a música sai do espaço acústico de reprodução para ser incorporada aos sons do cotidiano:

A noção de canção popular massiva está ligada aos encontros entre a cultura popular e os artefatos mediáticos. Inicialmente, a canção se refere à capacidade humana de transformar uma série de conteúdos culturais em peças que configuram letra e melodia. O trajeto histórico da canção popular até a sua configuração massiva perpassa, portanto, a execução ao vivo para, em seguida, estar submetida às diversas formas de mediações técnicas. (JANOTTI JR, 2005: mimeo)

O século XX, portanto, é um marco na relação do homem com a música. O advento das mídias eletromagnéticas e, posteriormente, eletrônicas e computacionais tornou possível captar, fixar e circular a música. “Esse fenômeno foi definido por Murray Schafer (1979) como esquizofonia<sup>4</sup> e se refere à possibilidade de dissociar o som de seu espaço-tempo de produção e reprodução acústica” (Valente: 2003, 32). Para pontuar alguns dos impactos provocados pela

---

<sup>4</sup> No final do livro *As Vozes da Canção na Mídia*, a autora Heloísa Valente apresenta um glossário, no qual o termo esquizofonia é definido assim: “é um neologismo estabelecido por Murray Schafer (1979), no qual se justapõem os termos squizo(=separado, fendido) e phonos (som). “A esquizofonia é a separação de um som original de sua transmissão ou da sua reprodução eletroacústica. Um som original está vinculado aos mecanismos que o produzem. (...)A eletroacústica permite obter cópias que se destinam a outros lugares e a outros momentos” (Shafer, 1979: 133 e 377)”. COLOCAR IDENTIFICAÇÃO DO LIVRO

mediatização, a pesquisadora Heloísa Valente (2003) relembra o tempo dos virtuosos (cantores líricos e divas), quando peripécia e beleza da voz eram consideradas dons divinos e não dependiam da aparelhagem técnica. A chegada dos fonógrafos minimizou estas exigências em nome de uma voz fonogênica, ou seja, com qualidade técnica para permitir a gravação em aparelhos rudimentares. Desde então, foi traçado um percurso da era LO-FI (low fidelity) – quando a apresentação ao vivo era o padrão de qualidade –, passando pela era HI\_FI (high fidelity) até chegar à era da voz digital e virtual<sup>5</sup> - tempo que marca o ostracismo do conceito de alta fidelidade. Esta rápida pontuação histórica permite vislumbrar o quanto estes avanços tecnológicos alavancaram mudanças irrefutáveis na relação com a música. Pensar em música, hoje, é viver a impossibilidade de separá-la da ambientação mediatizada:

Com o advento das mídias, uma obra musical pode, a princípio, soar em qualquer espaço e nas circunstâncias mais diversas. Em consequência disso, o ritual de escuta pulveriza-se. Até o surgimento da esquizofonia, a existência do som restringia-se ao limite do espaço acústico que o objeto sonoro poderia cobrir: o grito, o instrumento musical (o tambor, a trompa do correio), o sino da igreja. O advento da esquizofonia fez com que o tambor e a voz alcançassem o céu e se multiplicassem, espargindo-se por todo o planeta até tomá-lo, no final do século, integralmente e em tempo real. (VALENTE, 2003, p.63)

O século XX difundiu, principalmente, a música baseada na oralidade, porque livrou-a das armadilhas e inconstâncias da memória, através do uso da gravação como registro (Tatit: 2004). A própria estruturação da canção popular massiva é um sintoma, por excelência, da mediatização. A recorrência do refrão

---

<sup>5</sup> Foram muitos e variados os formatos de gravação até chegarmos à era digital. Nos anos 30, o formato padrão era o disco de ebonite de 10 polegadas, 78 rpm. Nos primeiros anos do pós-guerra, a Columbia criou o disco long play de alta fidelidade com vinil. Em 1948, a Columbia lançou o LP de 12 polegadas, 33 1/3 rpm. Em contrapartida, a RCA desenvolveu o disco de vinil de 7 polegadas, que tocava em 45 rpm. No início da década de 50, o LP tornou-se o formato para a música clássica e o 45 rpm para os singles (Shuker, 1999:135).

consiste num convite ao cantar junto e num recurso para facilitar a memorização e acompanhamento da canção:

Um aspecto que merece destaque em relação à configuração da canção popular massiva é a regularidade rítmica e melódica que privilegiavam os refrões e os temas recorrentes. O refrão, pode ser definido como um modelo melódico de fácil assimilação que tem como objetivos principais sua memorização por parte do ouvinte e a participação (“cantar junto”) do receptor no ato de audição. Ele é uma frase musical que se repete ao longo da canção, servindo de baliza para os outros elementos da música massiva (as estrofes, as pontes e os solos), podendo valorizar tanto o ritmo, bem como a rima e os aspectos semânticos da letra. (JÁNOOTTI, Jr., 2005:....)

O envolvimento com a canção, segundo Tatit (2004), é uma extensão do falar. Embora a estabilização sonora esteja nas leis musicais, o modo de produção da linguagem oral é imprescindível. Por ser indispensável, a “fala” na canção é também um lugar de reconhecimento e prazer:

De maneira geral, as melodias de canção mimetizam as entoações da fala justamente para manter o efeito de que cantar é também dizer algo, só que de um modo especial. Os compositores baseiam-se na própria experiência como falantes de uma língua materna para selecionar os contornos compatíveis com o texto. (TATIT, 2004, p.73)

E esta estrutura melódico-rítmica da canção está sintonizada com uma lógica mais abrangente que diz respeito às estratégias mercadológicas para atingir o maior número possível de ouvintes, através da cadeia mediática. Mais que sincronia ou mera coincidência, aconteceu um agenciamento de fatos que conectou o aparato tecnológico à disseminação da canção. No decorrer do século XX, a escuta ganhou novas configurações a partir do cinema, da televisão e do vídeo. Afinal de contas, “ não se “vê” o mesmo quando se “ouve”; não se “ouve” o mesmo quando se “vê”” (Chion, 1993, ....). Engendrada também pela indústria fonográfica, a



articulação entre som e imagem ultrapassou a esfera comercial para provocar novas formas de “consumir” a música, que alcançam a taticidade, perdida no processo de mediatização (DUBOIS, 2004). Neste contexto, o videoclipe é um produto, simultaneamente, de continuidade e ruptura, pois, mesmo agregando e condensando elementos de outros meios audiovisuais, impõe também suas especificidades. De um lado, continua o processo de desenvolvimento da mediatização da música e marca uma adaptação da indústria fonográfica.

Produção, armazenamento e circulação na dinâmica do videoclipe obedecem a um itinerário que leva em consideração preceitos oriundos das lógicas dos sistemas produtivos da música popular massiva tanto em suas condições de produção bem como em suas condições de consumo. (JJJ E Thiago soares, 2005: ....) ver versão atualizada

Do outro, instaura um tensionamento entre música e imagem que, mesmo explicitando os precedentes, traz um quê de ineditismo. Mas, para tratar do videoclipe precisamos reconhecer, antes de qualquer coisa, que ele já nasceu numa sociedade ambientada pelas mídias massivas e, neste viés, é estrutura integrante de uma etapa de mediatização da música. E enquanto parte de um processo circular e dinâmico, ele tem raízes no cinema, na tv e também na videoarte.

## **1.2 Bem vindo ao século do cinema (com canção popular massiva)!**

Desde o cinema mudo, a trilha sonora, tocada por algum instrumentista durante a exibição do filme, era escolhida para provocar uma identificação com as imagens (um processo inverso ao que, geralmente, é feito na produção de um videoclipe). Com o lançamento, em 1926, do Vitafhone, simultaneamente técnica e

aparelho que permitiu a gravação sincronizada de música e imagem, Hollywood levou para a tela as heroínas da literatura e da ópera, as cantoras encorpam a linguagem do star system – aparência física e vestuário se consagraram no rol das preocupações – além disso, data deste período, a invenção do playback, pois as vozes difíceis de gravar foram substituídas por vozes fonogênicas (Valente, 2003). Nesta mesma época, o jazz destaca-se no cinema através de “números filmados” (principalmente com artistas como Duke Ellington e Woody Herman) e também no primeiro filme cantado da história da sétima arte, “O Cantor de Jazz”, com Al Jolson, em 1927. (Soares, 2004).

A interação entre música e imagem na sétima arte extrapola o âmbito dos musicais<sup>6</sup>. O cinema experimental do alemão Oscar Fischinger era um prenúncio do videoclipe, por exemplo. O diretor, que trabalhou para Walt Disney no filme Fantasia (1940), dirigido por Samuel Armstrong, adaptava imagens abstratas à cadência de uma música eleita como base. Ainda na Alemanha, a partir de 1921, Fischinger segue as tendências das vanguardas artísticas européias e desenvolve uma proposta inovadora. Parte da sua filmografia foi dedicada às experiências de tensionamento entre música e imagem; produziu filmes de curta duração com o intuito promocional de divulgar cantores ligados à indústria fonográfica. O pioneirismo de Fischinger colocou-o à margem do mercado cinematográfico e levou-o às produções independentes e, posteriormente, ao desenvolvimento de invenções técnicas que não foram comercializadas.

A música no cinema, entretanto, seja como trilha sonora ou motivo para realização da obra (leitmotiv), despertou uma nova forma de apreciação, uma nova

---

<sup>6</sup> O cinema musical não deve ser confundido com o videoclipe. As cenas que mesclam música e imagens no cinema fazem parte de uma narrativa mais ampla e são costuradas com outras cenas num processo de agenciamento. No videoclipe, o tempo do contar a história é, geralmente, limitado pela duração da música e encerra-se com os últimos acordes. ESTE TRECHO PODE SER MELHORADO.

maneira de “ouvir”. E o cinema também foi incorporado às engrenagens da indústria fonográfica para divulgação e consagração de determinados gêneros. O jazz e o rock, por exemplo, valeram-se desta mídia como uma forma de inserção na sociedade americana.

A música vinda da América substitui cada vez mais a sensualidade que desaparece dos filmes: da fusão do blues, do rock e do country, alguma coisa nasceu que não é só uma experiência de ouvir mas também da visão, em imagens, como do espaço e do tempo. (WENDERS, 1986, p.84)

Os estúdios hollywoodianos, na década de 30, ousaram experimentar esta conexão entre música e imagens nos chamados short filmes. Eram peças destinadas à promoção musical e ao entretenimento, tinham entre três e oito minutos e mostravam apresentações de diferentes artistas, como Billie Holiday e Bing Crosby. Os short filmes eram exibidos nas salas de cinema junto dos desenhos animados e noticiários que precediam ao filme. A censura sobre eles era menos severa, o que permitia narrativas com críticas sociais. Os short filmes deixaram de ser exibidos e, conseqüentemente, produzidos com a Segunda Guerra Mundial (FEINEMAN, apud Barreto, 2004:8).

Na década de 50, o cinema assume, com mais veemência, um papel importante na difusão da música popular massiva. Filmes como *Blackboard Jungle*, de....., e *Rock Around the Clock*, de ....., ajudaram inclusive a popularizar a ideologia e o imaginário do rock. Na primeira película, um professor lida com a rebeldia de alunos adolescentes numa escola nova iorquiva; já a segunda obra patrocinou uma popularização do termo “rock and roll”, com a música *Rock Around the Clock*, cantada por Bill Haley and the Comets (Janotti Jr., 2003). Esta aproximação entre indústria fonográfica e cinema foi determinante na carreira de Elvis Presley, Beatles, Rolling Stones e Pink Floyd.

Os Beatles são considerados os primeiros a desenvolver peças audiovisuais, que depois seriam reconhecidas como antecedentes do formato videoclipe. Em 1964, foi lançado o filme “A Hard Day’s Night”, de Richard Lester, no qual episódios de uma turnê dos garotos de Liverpool são costurados com cenas que mesclam música a imagens. Nestes trechos, movimentos de câmara mecânicos e óticos, efeitos de transição de imagens, iluminação especial, takes rápidos e o corte na batida marcam uma montagem diferenciada. Em “A Hard Day’s Night”, o diretor de televisão, Richard Lester, levou para a tela estratégias mais comuns às expressões televisiva e publicitária e misturou influências do Cine Verité (os músicos interpretam a si mesmos), Nouvelle Vague (praticada por Jean-Luc Godard) e do Cinema Underground. No livro *Emotion Pictures*<sup>7</sup>, o cineasta Win Wenders condena este tipo de montagem como agressiva aos olhos e ouvidos, ele refere-se, principalmente, às inserções, durante uma apresentação da banda, de imagens e áudio dos gritos das fãs (Wenders, 1986). (Esta reação inicial de reprovação de Wenders às novas formas de montagem parece ter sido uma crítica pontual, fruto de um estranhamento, pois Wenders assina a direção de videoclipes de bandas pop, como o U2, e mostra-se, durante entrevistas, um entusiasta do clipe). Depois de “A Hard Day’s Night”, Richard Lester trabalhou com os Beatles no filme *Help* (1965), nos curtas *Strawbery Fields Forever* e *Peny Lane*. Em 1968, dirigiu o desenho animado *Yellow Submarine* e, em 1970, rodou o documentário *Let it Be* – último trabalho de Lester com os garotos de Liverpool.

No rastro dos Beatles, vieram os Rolling Stones, que, ainda na década de 60, gravaram *One Plus One*, com Jean-Luc Godard. Sobre este filme, o alemão, Win

---

<sup>7</sup> Trata-se de uma coletânea dos comentários feitos pelo cineasta alemão Win Wenders sobre filmes lançados nas décadas de 60 e 70. Neste livro, Wenders escreve sobre filmes que contribuíram para a divulgação de ídolos da música, como Elvis Presley, Beatles, Rolin Stones e Pink Floyd.

Wenders, arrebatado pelo rock and roll, se deixa seduzir pelo estilo de Godard e festeja a “câmara que escuta”:

No filme de Godard, vê-se nascer a música *Sympathy for the Devil*. E porque ela não nasce de esforço ou sofrimento, mas de uma comunicação incrível, de uma harmonia totalmente incrível, sem esforço, porque podemos assistir a uma utopia, os *travellings* tranquilos através do estúdio tornam-se *travellings* no cosmos e um documentário transforma-se num filme de antecipação.

(...) A concentração de Mick Jagger quando canta, pega no microfone, mexe a boca, torna-se na mesma concentração com a qual a câmara mostra os Rolling Stones, em zooms e *travellings* tornados quase imprescindíveis. A sua visão é um fascínio visual, a sua visão é tão intensa que passa na dimensão da escuta, numa câmara que começa a escutar, que é toda ouvidos(...). (WENDERS, 1986, p.29)

Com base no comentário de Wenders, música e imagem firmam um contrato no filme *One Plus One*. Enquadrados como elementos de um produto audiovisual, aspectos imagéticos e sonoros traçam uma relação intrínseca e imprescindível. O cinema potencializa o fato de que visão e tato também são componentes do ato de ouvir<sup>8</sup> (ZUMTHOR, apud VALENTE ....., p.31). Na década de 70, um outro marco: a produção de um filme a partir do concerto *Live at Pompeii*, do Pink Floyd, também antecipou o formato que se consagrou na década de 80: o videoclipe. E, hoje, mesmo com um produto audiovisual de forte apelo comercial e estético, como o clipe, muitos cantores e bandas apostam no cinema. A banda U2, por exemplo, lançou o filme *Hattle and Ham*, de Phil Joanou, em 1988; o grupo irlandês também teve uma pequena participação e assinou a trilha sonora de *Hotel*

---

<sup>8</sup> Filmes como *Jailhouse Rock*, *Kid Glahad*, *Follow That Dream*, *Wild in the Country* e *Roustabout* divulgaram a música de Elvis Presley. A inserção do rock na sociedade americana tem, aliás, uma dívida com o cinema. Outros exemplos de filmes representativos deste processo são: *Don't Look Back*, com Bob Dylan; *T. A. M. I. Show*, com Chuck Berry, James Brown, Beach Boys e os Rolling Stones; *Supershow*, com Led Zeppelin, Eric Clapton, entre outros.

de Um milhão de Dólares, de ....., cujo roteiro é do vocalista, Bono. Músicas do U2 figuram ainda na trilha sonora de filmes como Gangues de Nova Iorque, de ....., e (.....).

A inserção da canção popular massiva no cinema foi tão expressiva e envolvente na divulgação e consolidação de alguns gêneros musicais e também na construção de uma imagética para determinados artistas que Wenders lamentou, no início da década de 70, o fato de não ter existido um gênero cinematográfico referente ao rock e pop:

(...) os velhos filmes de rock and roll mostravam como este gênero se poderia ter tornado belo, os filmes novos eram tanto mais penosos. Só mostravam a música de forma incompreensível ou desprezível, estropiada e distante. (...) O facto de, à primeira vista, estes métodos de destruição parecerem emprestados à própria música, e portanto adaptados a esta, mostra tanto mais claramente que não só as pessoas que fazem estes filmes não percebem nada de música, mas que ainda por cima tem uma fraca opinião do seu trabalho. Fazem como se a câmara fosse uma bateria para eles, e na realidade tratam ambas, a câmara e bateria, como se fossem uma batedeira de cozinha. (Wenders, 1986: 102 e 105)

O cineasta alemão, desde muito cedo, percebeu o potencial mercadológico e estético da junção imagem e música. É certo que critica severamente uma forma de edição que, por um período, ficou associada ao formato videoclipe, mas não fechou os olhos para a possibilidade de uma “musicologia da imagem”. No seu currículo, Wenders tem o filme “Sob o Céu de Lisboa” com o grupo português de fado lírico, Madredeus, e assina também a direção de videoclipes do U2 (Saty e ... ver também se não há outros). Atualmente, o cineasta alemão indica que a música no cinema (ainda que seja um filme sobre uma banda) e a música no videoclipe consistem em apostas estéticas e de consumo diferenciadas. Não se pode perder de vista que o videoclipe é produzido para uma música e aqui

destaca uma das diferenças fundamentais entre cinema e clipe<sup>9</sup>. O diretor Wim Wenders, reconheceu isso ao comentar o videoclipe da música Stay, da banda irlandesa U2, dirigido por ele. A música e o próprio clipe foram inspirados no filme *Wings of Desire* (Asas do Desejo), do próprio Wenders:

Fazer um vídeo é realmente uma jogada diferente. Você tem o roteiro, para dizer a verdade, porque tem a música. E tudo o que você faz é para ajudar a música a brilhar. Você só quer servir esta música e você quer fazer com que esta música fique o melhor possível e soe tão interessante quanto possível.<sup>10</sup>

### **1.3 Bem vindo ao século da tv (com canção popular massiva)!**

O videoclipe é a canção que se ouve e que se vê, canção para a tv. (VALENTE, 2003, p. 121)

Um dos responsáveis pela propagação da música popular massiva, o cinema atende a algumas demandas da indústria fonográfica no que diz respeito ainda à construção do star system<sup>11</sup>, cuja produção de sentido é pautada pelo imagético em toda a cadeia mediática, desde as capas dos discos até os cenários dos shows. Cantores como Elvis Presley, Beatles, Rolling Stones e Pink Floyd usaram, desde cedo, o cinema e outras estratégias de aparição para, muito além da música, divulgar o ídolo. A canção popular massiva não pode, aliás, ser dissociada de quem a canta, de como e onde é “cantada” .

---

<sup>9</sup> tecer maiores comentários sobre as diferenças entre cinema musical e videoclipe.

<sup>10</sup> Wim wenders comenta esta obra no DVD *U2 The best of 1990-2000*

<sup>11</sup> explicitar o que o trabalho entende por star system

Pode-se observar que hoje a dicção da canção popular massiva está diretamente associada a uma cadeia mediática em que os aspectos comerciais são melhor evidenciados, cujo ponto de partida é o esforço para atingir o maior número possível de ouvintes. Tal esforço se configura numa máxima da própria indústria fonográfica que pressupõe a geração de produtos que sigam esta regra. (JÁNOTTI; SOARES, 2005, p.06)<sup>12</sup>

Nessa empreitada para atingir uma parcela significativa de ouvintes, a indústria fonográfica se vale das novidades do campo tecnológico e busca estratégias de apropriação dos novos meios. Assim como os aspectos mercadológicos influenciaram as primeiras gravações magnéticas e eletrônicas, contornou também os tipos básicos de repertórios no rádio e criou modas a partir do cinema e das versões imagéticas das jukebox<sup>13</sup>, que, obviamente, também foram incorporadas às ações de divulgação das grandes gravadoras e produtoras independentes, em menor escala. As jukebox com vídeos apresentaram uma articulação entre música e imagem, que preconizou o videoclipe em seus aspectos plásticos e mediáticos. O caça níquel batizado de The Panoram Sound, surgiu nos Estados Unidos, logo após a Segunda Guerra Mundial, e exibia filmes em preto e branco, os chamados Soundies.

(inserir imagem do sound)

Os Soundies divulgaram expressões musicais de vários gêneros. Numa configuração audiovisual, a música estava associada a imagens do cantor dublando, de instrumentos musicais e alguns clipes já lançavam mão de elementos narrativos. (GOODWIN, 1992:202). No início da televisão americana, os Soundies

---

<sup>12</sup> notapé falando sobre o que é entendido por dicção

<sup>13</sup> As chamadas *juke box* funcionavam como caça níqueis. Localizadas em espaços públicos, esses aparelhos permitiam traçar o perfil de uma audiência específica, composta, em sua maioria, por jovens



chegaram a ser exibidos durante os intervalos comerciais, mas foi, exatamente, o advento da tv que determinou a decadência do formato. O telespectador optou pela apresentação ao vivo dos artistas em programas de auditório.

Pouco tempo depois, na década de 60, na França, surgiram os filmes coloridos dos Scopitones. Embora a TV já estivesse incorporada ao cotidiano, o Scopitones funcionaram como uma mídia alternativa para as bandas de rock e outros gêneros que não encontravam espaço de veiculação na tv francesa. Mais arrojada que a Panoram Sound, a máquina Scopitone era até quatro vezes menor e a tela chegava a 21 polegadas - o antecessor tinha telas com 12 polegadas. As mais expressivas mudanças, entretanto, estão na questão plástica e também procedimentos técnicos: os filmes dos scopitones não se restringiam a mostrar o cantor encenando a música, mas ousavam na montagem ao inserir imagens desvinculadas do cantor/ banda, ao criar roteiros e ao buscar uma relação entre elementos sonoros e elementos imagéticos (ZEBRAL, 1997, 21).

(inserir imagem de scopitone)

Soundies e scopitones não resistiram à competição com a tv, mas semearam uma forma de divulgação da música que se consolidou com o videoclipe<sup>14</sup>. E a televisão é, por excelência, o meio do clipe, uma vez que estimula a sua produção e difusão. A partir da tecnologia de transmissão televisiva, a canção avançou mais na cadeia da mediatização e agregou novas formas de "ouvir". Afinal de contas, "não se canta só com a voz" e isso é explícito quando se trata do star system.

---

<sup>14</sup> fazer comentários sobre as várias denominações para videoclipe

Inicialmente, a TV foi concebida para transmitir imagens e sons através de ondas eletromagnéticas. Os programas eram ao vivo e a apresentação dos cantores/bandas dependia da atuação, sem retoques, diante das câmeras. A mudança chegou em 1956, quando a Ampex lançou no mercado o primeiro gravador de videotape. No final da década de 50, a Inglaterra assistiu ao casamento da indústria fonográfica com a expressão televisiva na estréia do programa musical "6'5 Special", da BBC (Soares, 2004:17). Neste momento, os musicais televisivos já buscavam estratégias de visualização da música, quando usavam iluminação, movimentos de câmeras e técnicas de edição numa sintonia com o ritmo (Goodwin,1992: 67-68). E a construção do star system, desde então, também depende da visibilidade proporcionada pela tv. Elvis Presley, por exemplo,

Foi introduzido em diversos segmentos da sociedade norte americana através de suas aparições no Stage Show e no programa de Ed Sullivan, demonstrando mais uma vez a íntima ligação entre a afirmação do rock e sua divulgação através das mídias (JANOTTI, 2003, p.37).

O entrelaçamento entre indústria fonográfica, cinema e televisão foi determinante para os contornos da canção popular massiva. Quando no final da década de 60, houve uma disseminação maior do sistema portátil de captação e gravação de imagens e som, bandas de repercussão mundial, como os Beatles, absorveram o audiovisual como um importante recurso de divulgação das músicas e também de consolidação do star system, dando início, assim (como já foi visto anteriormente), às primeiras experiências de videoclipe. Na década de 70, a tv entra em uma nova fase, no que concerne ao impacto da tecnologia. A introdução dos recursos da informática inaugura uma tv, cada vez mais digitalizada, o que traz um novo fôlego para a indústria fonográfica:

(...) Em 1975, depois de inúmeras exibições do clipe Bohemian Rhapsody, dirigido por Bruce Gowers para o Queen, no programa Tops of the Pops, da BBA, o disco do grupo chegou ao topo de vendas – não impulsionado pela execução nas rádios, mas sim, pela ostensiva exibição do clipe na tv. Na mesma BBC, o programa The Kenny Everett Vídeo Show passou a “concorrer” com o Tops of the Pops, tendo início uma salutar disputa pela disponibilização dos vídeos nos programas, que veria a culminar com a percepção da necessidade de um canal que fosse uma espécie de “FM televisiva”. (SOARES, 2004, p.19)

A tv a cabo MTV (Music Television) foi fundada em 1o de agosto 1981, pela Warner Communications, para 4 milhões de assinantes nos Estados Unidos. O canal, que, no começo, privilegiava uma programação voltada para o heavy metal, rock e rap music, ampliou seu repertório e também sua difusão pelo mundo, inaugurando a era do videoclipe no cenário pop. Goodwin destaca que o surgimento do videoclipe redimensionou algumas estratégias utilizadas pela televisão para provocar a visualização da música, mas não consistiu numa ruptura:

Em programas como Ready, Steady, Go!, Top of the Pops, American Bandstand, and Soul Train, os diretores tentavam representar a musica com efeitos de luz, o corte na batida e, algumas vezes, através de movimentos de câmera

(...)Longe de representar uma nova estética ou um tipo radical de ruptura com as convenções televisivas, estas técnicas são exemplos clássicos das estratégias de significação do entretenimento leve (...) as convenções do videoclipe não diferem de nenhum modo qualitativo dos modos de endereçamento e retórica geral visual do entretenimento leve televisivo, no qual os códigos de realismo são rotineiramente abandonados. ( GOODWIN, 1992, p.67-68)<sup>15</sup>

Não foi apenas uma conjuntura tecnológica que permitiu, portanto, a criação da MTV. Os videoclipes, enquanto mais uma expressão da música

---

<sup>15</sup> Colocar a citação em inglês

mediatizada, despertou o prazer do reconhecimento, porque utilizou (e utiliza) estratégias de endereçamento comuns às convenções televisivas e também às convenções cinematográficas e à estruturação do rock e do pop<sup>16</sup>.

### 1.3.1 MTV – Music Television

A MTV evidenciou ainda mais a ligação entre canção popular massiva e cadeia mediática. O primeiro videoclipe exibido na MTV foi “Video Killed the Radio Star” (em português, “O Vídeo Matou a Estrela do Rádio”), da banda The Buggles. A profecia, entretanto, não se concretizou, a MTV, pelo contrário, trouxe um novo fôlego para a indústria fonográfica, determinando, muitas vezes, quem disputaria as paradas de sucesso nas emissoras de rádio. Reticentes no momento inicial, as grandes gravadoras logo perceberam o potencial dos videoclipes para incremento das vendas. Foi a década das megacorporações, a imagem associada à música não ajudou a vender apenas discos, mas toda uma gama de produtos. A Music Television uniu duas formas de entretenimento – “tv e stereo”.

Nós estamos tentando promover o casamento entre essas duas formas, só que elas precisam trabalhar em uníssono. Nós estamos falando sobre criar uma nova forma com a tecnologia já existente (PITTMAN, apud GOODWIN, 1992: 133).

Nesta busca por “televisionar” a música, a MTV difundiu e consolidou o videoclipe. Goodwin (1992) avalia que forças econômicas e sociais levaram a

---

<sup>16</sup> Jeder Janotti Jr. destaca: “A música pop desenvolve-se através da divulgação via cinema, rádio, tv, computador etc, apoiando-se em modelos de divulgação em que até as divisões entre gêneros musicais tendem a ser embotadas. Nessa direção pode-se perceber como é possível falar da música pop tanto para se referir ao consumo indiscriminado de qualquer música, quanto para aludir aos gêneros musicais que colocam em relevo os aspectos homogeneizantes da cadeia midiática” (JANOTTI Jr., 2003: 28-29). Atualizar esta citação

indústria fonográfica a investir no clipe e a apostar na MTV como uma tv em consonância com a estruturação rock e pop. O imperativo não era a mudança, mas ser visto mudando. Esta ideologia dominante no rock e também presente na Music Television, encorajou Goodwin (1992: 132) a delimitar três fases na primeira década deste canal de tv.

Na primeira fase, de 1981 a 1983, os clipes produzidos na Inglaterra dominaram a programação, divulgando, principalmente, o "New Pop" e o AOR (Album-Oriented Rock). Nestes três primeiros anos, a maior parte da produção de videoclipes resumia-se a toscas peças promocionais ou gravações da apresentação ao vivo do cantor. Mas alguns artistas, como Duran Duran, ABC e Thompson Twins, perceberam a influência do videoclipe no público adolescente e usaram a MTV para se projetar

Neste período, entretanto, a Music Television foi acusada de racista, porque tanto o New Pop, quanto o AOR eram considerados músicas de branco:

Em 1982, a MTV exibiu pela primeira vez "Billie Jean", do superastro Michel Jackson, causando grande impacto. O melhor viria depois, quando John Landis dirigiu a inesquecível dança dos zumbis do clipe de "Triller", uma superprodução de 14 minutos de duração que levaria os vídeos de música a uma nova dimensão, na qual criatividade e grana seriam essenciais. Michael Jackson quebrou duas barreiras na MTV: a de sua raça e da arte criação de vídeos. (David Hepner, Bizz ....)

Na segunda fase (1983-1985), o New Pop saiu de moda, a MTV começou a ocupar mais os centros urbanos nos Estados Unidos da América - as cidades da costa e do centro-oeste - e necessitou de um repertório musical que atendesse ao gosto roqueiro daquela nova demografia. A importação europeia já não atendia mais à nova demanda. Aqui, a MTV descobre o heavy metal e constrói um novo esquema de montagem, através do qual os dedos nervosos cedem lugar

para outros recursos. Este também foi um período de críticas severas, crise e competição acirrada no mercado. O contra-ataque foi um contrato de exclusividade com as seis maiores gravadoras do mundo.

A terceira fase, de acordo com Goodwin, começou em 1986 com uma maior flexibilização no repertório musical e um movimento acelerado em direção à programação televisiva mais tradicional. Em 1987, a MTV chegou à Europa e foi o primeiro passo para a Music Television sublimar as fronteiras geográficas do mundo. Na década de noventa, porém, houve uma amplificação nas mudanças mais radicais, já realizadas anteriormente. Ao roteiro, traçado por Goodwin, podemos acrescentar um quarto estágio iniciado nos anos 90. A MTV brasileira, por exemplo, mudou o seu perfil e provocou várias polêmicas ao inserir o sertanejo e o axé music na programação. Além dessa negociação com as manifestações musicais regionais, a tv vem passando, nos últimos anos, por uma reformulação na grade. Os videoclipes (ou a música) não configuram mais o motivo principal da programação. A exibição de clipes divide espaço com programas que repetem padrões da tv convencional, como talk show sobre sexo, revista de cinema, big brothers e desenhos animados com os VJs etc. Os VJs, aliás, ainda mantêm o papel de figuras chave e elo de toda a programação, uma vez que transitam também por programas que não abordam o videoclipe

Apesar desta diversificação na programação, nos últimos quinze anos, a MTV foi referência para a indústria fonográfica na divulgação e construção do formato videoclipe. A Music Television contribuiu para que os videoclipes ultrapassassem os limites dos aparelhos de tv e chegassem ao cinema, paredes nos shoppings, lojas de discos, se fazendo presente também nas performances ao vivo e na cena de clubes. (PAT AUFDERHEIDE, apud Arlindo Machado, 2003:179).

Além disso, a MTV também foi determinante na formação dos chamados imago-músicos, pop stars a exemplo de Madona, U2 e Michel Jackson (JANOTTI Jr, 2003), que dispensam aos videoclipes a mesma atenção depositada nos lançamentos fonográficos. Para eles, a garantia do espaço de visibilidade está à mercê das estratégias que possam garantir o maior número possível de telespectadores. Em outras palavras, o clipe é produzido pra ser transnacional, com veiculação em toda a cadeia MTV (além de outros canais voltados para uma programação musical):

No percurso da canção ao videoclipe, o reforço dos aspectos comerciais é capitaneado por uma tentativa de legitimar uma imagética o mais universal possível no audiovisual, gerando nos videoclipes produzidos no centro da indústria fonográfica um "padrão" que vai estar presente, por exemplo, em vídeos que tenham seus artistas-protagonistas pertencentes a gêneros musicais distintos, como o hip hop, o heavy metal ou o rock. Este "padrão" a que nos referimos integra uma máxima presente nas instâncias produtivas da indústria fonográfica que visa criar um circuito cada vez mais transnacional de circulação do videoclipe. (JÁNOTTI Jr & SOARES, 2005: ....)

Essa possibilidade de um trânsito mundial do videoclipe não se restringe ao uso das marcas de identificação dos gêneros musicais<sup>17</sup>, mas também a uma certa fidelidade à imagética já pulverizada do artista. São estratégias de produção e reconhecimento que garantem a circulação do videoclipe como um construtor do star system. O videoclipe torna-se capaz de atender às exigências de um "não-lugar", sem ferir regionalismos, mas seguindo a um preceito maior do pop e sua tessitura. Esse clipe "transnacional", divulgado por todas as afiliadas da MTV, também não foge à principal meta da indústria fonográfica: vender mais. Assim como há músicas

---

<sup>17</sup> colocar nota de rodapé com uma definição de JJJ para gênero musical e falar que o assunto vai ser abordado mais adiante.

que são produzidas para tocar em emissoras de rádio do mundo inteiro, há videoclipes para serem exibidos em diferentes partes do planeta. A tv centrada no videoclipe intensificou a batalha pelos lançamentos na indústria fonográfica, numa tensa negociação entre a produção regional e os clipes feitos para um consumo mundial. O clipe marca a inserção da canção numa dinâmica cadeia mercadológica, determinante na produção de sentido. A existência de outros canais de tv, que seguem a mesma linha da MTV comprova um redirecionamento da indústria fonográfica e confirma o videoclipe como parte desse processo de mediatização da música. Com a mediatização da música, a canção mais do que ouvida, precisa ser "vista".

Tratar do clipe (seja ela transnacional ou não) é indicar também a importância da MTV na construção do formato. Retomando idéias já expostas anteriormente, a Music Television explicitou no videoclipe a presença de estratégias de endereçamento da televisão, do cinema e da estruturação rock e pop. Como já foi pontuado, a MTV não impõe uma quebra com a tv convencional, mas absorve as estratégias do entretenimento leve:

(...) MTV mobiliza estratégias televisivas de significação que são observadas por sua aderência aos 15 anos da tradicional convenção televisiva. Os vídeos, em si mesmos, apresentam técnicas estabelecidas pela televisão de entretenimento leve (e pela pró-televisual apresentação dos concertos de rock). (GOODWIN, 1992:141).

Embora essas apropriações feitas pelo videoclipe sejam tema do próximo capítulo, por hora, vale ressaltar que as afinidades entre as estratégias do videoclipe e as convenções televisivas estão evidentes ainda no olhar do cantor direcionado para a câmera. Segundo Goodwin, além de ser um recurso da estruturação narrativa do pop, este olhar direto para o telespectador é derivado da gramática da tv. Trata-se de uma ferramenta de sedução e também de uma forma de estreitar os vínculos



entre o artista e o fã. Num videoclipe, cuja proposta não é contar uma história, o olhar direto para a câmera não chega a representar um incômodo, mas, quando há um enredo e o cantor divide-se entre personagem e intérprete da canção, a utilização do recurso já provoca discussões. O direcionamento do olhar, entretanto, não causa uma quebra ficcional e, como já vem sendo usado desde as primeiras produções de clipe, encontra sim uma certa receptividade. Aqui, mais uma vez, Goodwin enfatiza que não ocorre o estranhamento, porque o recurso é respaldado não só pela convenção televisiva, como também por uma iconografia pop, porque “pretende projetar os códigos de uma performance ao vivo” (GOODWIN, 1992:78).

Mesmo se apropriando de muitos elementos da expressão televisiva, muitos videoclipes fogem à seqüência ruptura/ação/ resolução, típica do cinema e tv convencional, porque contar uma história no videoclipe é também atender à dinâmica da canção popular massiva, reiterativa desde sua estruturação básica ( introdução>verso>ponte> refrão> verso> ponte> refrão> solo>ponte> refrão). É inevitável, pois, ao videoclipe ser herdeiro dessa característica. O pesquisador em montagem, Ken Dancyger (2004) também aposta na música para delimitar o que reconhece como um estilo MTV. Aliás, o pesquisador americano usa “estilo MTV” quando se refere à montagem no videoclipe. Dancyger busca na estruturação do videoclipe as aproximações com uma montagem pouco convencional, cujas interseções estão na vídeo-arte, no curta metragem e em algumas obras de caráter experimental do cinema. Para Dancyger, o contar uma história não é fundamental no videoclipe, que prioriza o sentimento e o ritmo muito por conta da dimensão musical .

Apropriação de expressões televisivas; uso de estratégias de endereçamento típicas do cinema; influências de uma estruturação pop e rock; montagem respaldada na dimensão musical - no sentimento e no ritmo: as influências da MTV

no formato videoclipe ainda são estudos em andamento e à mercê de futuras interpretações e contribuições, entretanto foi possível apontar, ainda que de forma rápida (pois esta não a proposta do estudo em questão), as influências deste canal televisivo no formato videoclipe, que hoje consumimos.

No próximo capítulo, será abordado como se dá essa interação entre imagem e música para a produção de videoclipes, quando a prioridade é contar uma história e/ou provocar sinestesia. Antes, porém, é preciso atentar para o fato de que, nesta interação entre música e imagem no videoclipe, os processos de construção de imagem e montagem, típicos do cinema e da televisão, sofrem apropriações, que determinam mudanças indicativas de uma nova forma de expressividade visual.

#### **1.4 Videoclipe e uma nova expressividade visual a partir da interação com a música.**

A música a ser veiculada na televisão tem na banda imagética um elemento indispensável. Aqui, som resignifica imagem, e imagem resignifica som num processo tensivo e interativo. Este tensionamento entre música e imagem constitui a principal característica do videoclipe. Entretanto, um olhar sobre este formato de audiovisual requer um percurso pela canção popular massiva e como esta reverbera na imagem:

É possível pensar, portanto, que da configuração do som à imagem, as categorias elencadas como oriundas dos registros da canção popular massiva podem se manifestar imgeticamente: ou seja, timbres eletrônicos ou acústicos pressupõem uma cenário visualizado no ato da audição; a saliência de sons graves

ou agudos, como já apontaram trabalhos que dialogavam com a noção de sinestesia no terreno do audiovisual (BASBAUM, 2002<sup>18</sup>; MACHADO, 1988<sup>19</sup>, 2001<sup>20</sup>, 2003<sup>21</sup>) pressupõe a visualização de aportes imagéticos que sejam mais "abertos" (agudos) ou "fechados" (graves), podendo esta configuração se apresentar através de cores, formas ou cenários, bem como através de tratamentos à imagem que leve em consideração tais aspectos plásticos; e a sensação de extensão sonora pode se apresentar a partir de recursos presentes tanto na imagem quanto na edição que é imposta a esta imagem (JJJ e SOARES, 2005: ...)

No fenômeno da reverberação, a imagem que se relaciona com a música também ganha uma nova configuração, a qual não se concretiza somente a partir da interação com o som, mas, principalmente, por conta da tecnologia disponível (vídeo) e do repertório legado pelas experiências estéticas e mercadológicas já realizadas. A imagem que sai da película para as mídias eletrônicas ganha uma nova tessitura, segundo Dubois (2004), autor que não se debruça sobre o estudo do videoclipe, mas aponta algumas considerações importantes para o entendimento de como o videoclipe se apropriou de uma expressão mais específica da videoarte e da televisão, adequando-a também ao formato promocional da indústria fonográfica e ao processo de mediatização da música.

Todo o vocabulário usado para falar da imagem em cinema é transposto para o vídeo sem maiores cautelas. Philippe Dubois (2004) questiona essa transposição pouco cuidadosa. Finalmente, plano<sup>22</sup> e montagem <sup>23</sup>, conceitos

---

<sup>18</sup> BASBAUM, Sérgio Roclaw. *Sinestesia, arte e tecnologia*. São Paulo: Annablume, 2002.

<sup>19</sup> MACHADO, Arlindo. *A Arte do Vídeo*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

<sup>20</sup> Idem. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2001.

<sup>21</sup> MACHADO, Arlindo (org.). *Made in Brasil – Três décadas do vídeo brasileiro*. São Paulo: Itaú Cultural, 2003.

<sup>22</sup> “num nível mais elementar, ele é a parte do filme que existe entre dois cortes, isto é, que corresponde à continuidade espaço-temporal da tomada” (DUBOIS, 2004:p.75)

<sup>23</sup> “é a operação de agenciamento e encadeamento dos planos pela qual o filme inteiro toma corpo”(Idem: p76)

caros aos estudos imagéticos, ocorrem da mesma forma no cinema e no vídeo? A criação videográfica, seja na video-arte, curta-metragem, vídeo experimental ou videoclipe, ajudou a relativizar o modelo narrativo, dando vez a uma expressão videográfica (não se trata de um prática exclusiva, mas que se firmou como força expressiva a partir das praticas videográficas). Dubois defende falarmos de uma mixagem ao invés de uma montagem de planos e destaca 3 procedimentos:

1) sobreimpressão (transparência e estratificação) - consiste em sobrepor duas ou mais imagens, gerando um duplo efeito visual: transparência relativa (cada imagem sobreposta parece uma superfície translúcida) ou sedimentação por camadas sucessivas (multiplicação de visão);

2) janelas (recortes e justaposições) - "operam mais por recortes e por fragmentos (sempre de porções de imagens) e por confrontações e agregados "geométricos" destes segmentos (ao sabor das formas-recortes da janela)" (Dubois, 2004:80). Neste caso, há uma linha de demarcação para regular a janela;

3) incrustação (textura vazada e espessura da imagem) - utiliza a técnica da tesoura eletrônica, o Chromakey<sup>24</sup>, para combinar fragmentos de imagens de fontes distintas, mas sem a demarcação de uma linha geométrica.

A incrustação é o procedimento mais expressivo da linguagem videográfica e serve como gancho para repensar a utilização, sem parcimônias, de um vocabulário cinematográfico para o vídeo e ainda relativizar os modelos narrativos, até então consagrados. Afinal de contas, em muitas situações, "estas imagens são verdadeiramente transparentes como o vidro, profundas como a pele. E se se pode ir de uma destas imagens a outra, através de uma multiplicidade de

---

<sup>24</sup> harris watts definindo chroma key

trajetos é porque o seu terminal não é uma história, mas um mar de histórias" (102. O Novo Mundo Das Imagens Eletronicas).

A partir do momento em que as tradicionais noções de plano americano, plano conjunto, plano médio ou close up perdem a força, Dubois sugere um avanço e uma flexibilização para que a imagem seja pensada como composição, e não como plano. Neste contexto, o olhar único e estruturante é substituído pelo princípio de agenciamento simultâneo das visões. Falar em profundidade de campo torna-se quase uma subversão, é preciso considerar a noção videográfica de espessura da imagem: "esta mixagem visual não deixa de produzir efeitos de profundidade, mas uma profundidade, por assim dizer, de superfícies, fundada na estratificação da imagem em camadas" (Dubois, 2004:87).

Em se tratando de vídeo, todas as imagens tornam-se matéria (Dubois, 2004: 89), em muitas situações, parece ser mais profícuo (como sugerido anteriormente) pensar em mixagem a insistir na idéia de montagem, segundo o percurso cinematográfico:

A mixagem permite enfatizar o princípio "vertical" da simultaneidade dos componentes. Tudo está ali ao mesmo tempo no mesmo espaço. O que a montagem distribui na duração da sucessão de planos, a mixagem videográfica mostra de uma só vez na simultaneidade da imagem multiplicada e composta.(Dubois, 2004:90).

Tudo indica uma nova expressividade visual, na qual o espaço off foi incorporado e a imagem tem a condição de abarcar tudo, interiorizar o que se poderia esperar de um "fora" do plano. É válido ressaltar, entretanto, que, ao tensionar todos estes conceitos, Dubois não tem em mente o videoclipe ou o processo interativo entre música e imagem. Porém, se no vídeo a noção de plano

perde pertinência e a problemática da montagem muda de eixo, novas modalidades de funcionamento são instauradas e, sem sombra de dúvidas, incorporadas pelo videoclipe. Aqui, é necessário contornar o estudo e destacar a preocupação do autor com os limites de uma nova expressão visual, intensificada e expandida também pelo clipe. A imagem, enquanto composição, e a montagem, enquanto mixagem, operam em conexão com a música. O ritmo da canção pode encontrar ressonância na edição imagética, ou ser subvertido e minimizado no processo interativo.

O entrosamento entre música e imagem permite ao videoclipe deixar sua marca no fazer audiovisual, quando explora efeitos como a sinestesia<sup>25</sup>. Assim como se "pode tocar com os olhos, como se a visão descobrisse, de repente, a sua função tátil" (p.98. O Novo Mundo das Imagens Eletrônicas), o ouvir também se configura como gerador de cenários. Embora seja quase um consenso que o videoclipe incorporou elementos do vídeo-arte, do cinema e da televisão, este audiovisual não pode ser contemplado ao largo da indústria fonográfica. Parte integrante do processo de mediatização da música, o clipe só existe enquanto tensionamento entre elementos imagéticos e sonoros.

### **1.5 Tensionando música e imagem: videoclipe**

Abordar o videoclipe é contemplar o percurso de mediatização da música, ou melhor, considerar a música popular massiva. As primeiras tecnologias de captação, armazenamento e circulação consistem num aparato inicial de espraiamento da expressão musical. Por tendência e também determinação da indústria fonográfica, a música ocupou espaço para além das emissoras de rádio e

---

<sup>25</sup> Ver Goodwin (1992), Machado (1998,2001)

toca-discos. E quando deixou de ser apenas ouvida para agregar também elementos imagéticos, tanto o "ouvir" quanto o "ver" foram reconfigurados. No entrelaçamento entre cinema, televisão, vídeo-arte e indústria fonográfica, a relação tensiva entre imagem e música gerou um novo produto audiovisual: o videoclipe.

O videoclipe absorve, apropria e redefine as estratégias de endereçamento da música popular massiva e circula além da tv. A música mediatizada e divulgada também através do videoclipe reconfigura e transpõe o ouvir, quando tensiona elementos sonoros a partir de expressões imagéticas difundidas, em maior escala, no cinema, na tv e na vídeo-arte. Este entrosamento entre elementos musicais e imagéticos suscita algumas perguntas, de certa forma, já insinuadas ao longo deste capítulo. Se o videoclipe corrompe, em algumas situações, o percurso convencional do contar uma história; se, para além de embaralhar a ordem do início/ meio/ fim, este audiovisual recorre a outras estratégias de montagem, mixagem ou composição de imagens, de que maneira se pode abordá-lo sem perder de vista tanto sua filiação ao cinema e à tv, quanto às rupturas por ele instauradas?

A partir do momento que imagem e música se reúnem sob a égide do ritmo, do sentimento e de todas as técnicas de edição da contemporaneidade, não seria leviano falar apenas em mixagem, embotando (talvez!) os recursos de montagem? Um olhar rápido sobre a produção atual de videoclipes revela produtos que transitam entre dois pólos ou filiam-se a um deles: num extremo, a tentativa de contar<sup>26</sup> uma história no tempo limitado e imposto pela música popular massiva e,

---

<sup>26</sup> Nos tomos I, II e III de *Tempo e Narrativa*, o filósofo francês, Paul Ricoeur, trata da narrativa (do contar uma história) como tessitura da intriga, agenciamento de ações. Ricoeur salienta que a função mimética da ação é exercida de preferência no campo da ação e de seus valores temporais. Para ele, a narrativa, entendida enquanto estruturação e não estrutura, comporta três semelhanças miméticas:

no outro, a junção entre imagem e som para provocar sinestesia. No intervalo da montagem à mixagem, das estratégias usadas para contar uma história àquelas desenvolvidas para provocar sinestesia, pode-se tratar da tensão entre imagem e som no videoclipe.

Com referência nos extremos (videoclipes que contam histórias e videoclipes sinestésicos) e levando em consideração a possibilidade de formatações mistas e de hibridismos entre estes dois pólos, este estudo localiza um lugar de abordagem do videoclipe, que contempla a interação imagem/som como constituinte e definidora do audiovisual. E para entrar neste "lugar", a música popular massiva, contemplada em suas dimensões plásticas e mediáticas, é um guia para acessar a configuração imagem/som no clipe.

Embora reconheça o ritmo como fundamental à estruturação do clipe, a idéia é transpor os comentários ligeiros que tratam o videoclipe apenas como produto que preza pela fragmentação e falta de linearidade, afim de localizar como se dá a conexão entre ritmo musical e ritmo de edição de imagens, a princípio, em dois modos extremos de videoclipe (os sinestésicos e os que propõem contar uma história). Neste viés, é possível vislumbrar que a montagem pode ter prioridade sobre a mixagem; e a imagem dividir a tela com a composição, entretanto, uma

---

Mimese I (preconfiguração) - é o tempo da ação ou vivido; Mimese II (configuração) - é o tempo da invenção – ou armação – da intriga e Mimese III (reconfiguração) - o tempo de leitura, encontro do mundo do texto com o mundo do leitor. O autor trabalhou com gêneros duros, como a epopéia e o drama, e seu conceito não abarca as especificidades de produtos como o videoclipe, que tensionam imagem e som para produção de sentido. Ainda que o videoclipe não seja a tessitura de uma intriga, no sentido lançado por Ricoeur, é identificada uma composição, uma poesis que se permite seguir. E essa composição é tensa e engenhosa, porque ainda que seja possível localizar as estratégias de endereçamento do cinema e da tv, este produto se “conta histórias” o faz de forma diferente, respaldo também pelas convenções do universo da música popular massiva.



característica deve atravessar os diferentes modos de estruturação do videoclipe: a reverberação da música popular massiva na composição imagética do audiovisual.

## **2. SINESTESIA, RITMO E NARRATIVIDADE: ESTRATÉGIAS DE INTERAÇÃO ENTRE IMAGEM E MÚSICA NO VIDEOCLÍPE**

Visual pleasure is present not so much at the level of narrative, but in the making musical of the television image. Television is musiced. The process of synaesthesia is tied with and developed. Television is made to succumb to new rhythms, in the pulses of rock, rap, and dance music. (GOODWIN, 1992, p.70).

O século XX foi um marco para a produção e consumo da música. A partir da inserção do aparato mediático, que permitiu a captação, armazenamento e circulação da expressão musical, os formatos foram repensados para atender, em algumas circunstâncias, às limitações tecnológicas e também a uma audiência massiva. Os primeiros fonógrafos e gramofones determinaram, como já salientado no capítulo anterior, o surgimento da música popular massiva. E não se pode perder de vista que, nesse processo de mediatização, as estratégias de produção de sentido também sofreram alterações em busca de uma maior consonância com a lógica da indústria fonográfica.

A imagem sempre esteve atrelada à produção de sentido da música. Compositores e ouvintes “vêem” imagens enquanto consomem uma música. A associação de cenas e paisagens a determinadas estruturas melódicas é um ato quase espontâneo. A bagagem individual de cada ouvinte também transforma a música num espaço a ser preenchido pela memória. Há uma espécie de espiral do

sentido, na qual cultura e lembranças pessoais se encarregam de disparar imagens durante a audição. Não seria exagero dizer que, além das imagens lançadas pela memória pessoal do ouvinte, há um certo tipo de iconografia associada a determinadas músicas, são as convenções construídas através da cultura e suas manifestações (GOODWIN, 1992, p.55).

O visual é elemento chave para a produção de sentido da expressão musical e a indústria fonográfica lançou mão deste recurso, principalmente, para consolidação do pop<sup>27</sup>. O star system e toda a dinâmica do main stream<sup>28</sup> acontecem também a partir da construção e reiteração de determinadas imagens. Além das convenções culturais e das lembranças de cada ouvinte, a imagem associada à música pop também traz a marca do intérprete, uma identidade construída ao longo da carreira. “O esforço de olhar a música em termos visuais é o esforço de entender como o pop trabalha” (Idem: p.50). O pop evidencia os aspectos comerciais da cadeia musical mediática e é pautado pela meta de atingir o maior número possível de ouvintes:

A música pop desenvolve-se através da divulgação via cinema, rádio, TV, computador, etc; apoiando-se em modelos de divulgação em que até as divisões entre gêneros musicais tendem a ser embotadas. Nessa direção, pode-se perceber como é possível falar de música pop tanto para se referir ao consumo indiscriminado de qualquer música, quanto para aludir aos gêneros musicais que colocam em relevo os aspectos homogeneizantes da cadeia mediática. (JJJJ, 2005: ...C)

---

<sup>27</sup> De início, torna-se importante ressaltar que os estudos brasileiros e franceses observam uma distinção entre cultura popular (de feições folclóricas ou nativistas) e cultura pop (popular mediática) que nem sempre é acompanhada pelos estudos culturais de língua inglesa. Mas apesar de relevante, a distinção entre a cultura popular, aquela produzida e difundida de maneira independente dos grandes conglomerados multimidiáticos e cultura pop, que englobaria a cultura mediática surgida no século XX, acarreta algumas dificuldades, tendo em vista que também é popular o ato de comentar, ouvir e valorar o universo pop. Mas vale ressaltar que a cultura pop também é relacionada em terras brasileiras aos fenômenos que colocam em destaque a comunicação gerada pelos conglomerados multimidiáticos no pós-guerra. (JJJ, 2005, b)

<sup>28</sup> ver mais em Frith e Goodwin

Embora a tensão entre o sistema de produção e distribuição das grandes companhias musicais e a busca por um público segmentado também permeiem a idéia de música pop, neste momento da pesquisa, é importante destacar apenas a relação intrínseca entre o pop e a imagem. Na produção de sentido da música pop<sup>29</sup>, o visual está presente desde as capas de discos até o cenário dos shows; e não pode ser negligenciado.

(...) é preciso considerar o papel estrutural cada vez mais importante das imagens na cena pop. Um show de rock hoje não compreende apenas música (no sentido exclusivamente acústico do termo), mas também coreografia, indumentária, cenografia, projeção de imagens animadas em telões e toda uma parafernália de recursos imagéticos que torna a música pop um acontecimento cada vez mais audiovisual. (MACHADO, 2000, p.183)

A estratégia de repetição das imagens, ainda que sejam da banda ou do cantor, integra uma dinâmica ampla da indústria fonográfica e explícita, mesmo numa intenção mais mercadológica, uma característica inerente à música: a sinestesia. De acordo com Goodwin, sinestesia “é o processo intra-pessoal, por meio do qual as impressões sensoriais são conduzidas de um sentido para outro, por exemplo, quando nós vemos as imagens dos sons com os nossos olhos da

---

<sup>29</sup> Num exercício conceitual, o pesquisador Janotti Jr. traça uma linha decrescente, na qual a música popular massiva contém a canção popular massiva, que por sua vez contém a canção pop. Para o autor, muitas vezes essa classificação atende a estratégias de circulação do produto. Numa descrição rápida entretanto pode-se dizer que, segundo Janotti Jr, “torna-se necessário esclarecer que a idéia de música popular massiva está ligada às expressões musicais surgidas no século XX e que se valeram do aparato mediático contemporâneo, ou seja, técnicas de produção, armazenamento e circulação tanto em suas condições de produção bem como em suas condições de consumo.

(...) A própria noção de canção popular massiva está ligada aos encontros entre a cultura popular e as artefatos mediáticos. Inicialmente canção se refere a capacidade humana de transformar uma série de conteúdos culturais em peças que configuram letra e melodia. (...)

Música popular massiva está diretamente ligado ao formato canção e ao seu desenvolvimento a partir dos aparelhos mediáticos, já música pop pressupõe uma série de valores, ligados às especificidades das condições de produção e reconhecimento das chamadas grande gravadoras e de uma certa “acessibilidade” das temáticas e das sonoridades presentes em determinadas canções”. (JJJ, 2005 C)

mente”(1992, P.50). Chion (1993) refere-se à sinestesia como transensorialidade, numa recusa à interpretação da intersensorialidade. Na noção de “inter”, para cada sentido existe sua parcela, entretanto há pontos de contato, pontos de enlace, de interseção com os outros. Pelo modelo transensorial (ou metasensorial):

(...) não há dado sensorial limitado e reservado desde o princípio: os sentidos são canais, caminhos de passagem, mas do que campos ou terras. Se existe na visão uma dimensão especificamente visual, e na audição umas dimensões somente auditivas, estas dimensões são minoritárias, localizadas, ao mesmo tempo que centrais. (p.131)

E este conceito é pedra angular para compreender os mecanismos de visualização da música. Além de ouvida, a música também pode ser “vista”, “tocada” e incitar (talvez!) a memória olfativa; a música conduz o ouvinte à recordação de “quem está cantando”. O visual é elemento chave no processo de produção de sentido da música, muito por conta da relação existente com o pop: “se o processo de sinestesia opera no consumo da música pop (...), então as correspondências generalizantes entre música e imagem ainda nos dizem um pouco sobre a produção de sentido” (idem: 71). Neste viés, ilustrar canções com um determinado tipo de iluminação, selecionar um cenário ou recorrer a elementos corporais seguindo uma motivação do próprio ritmo ou ânimo da música não revela mais do que a música significa.

E o elemento visual é potencializado no formato videoclipe, cuja organização estrutural se dá a partir do tensionamento entre imagem e música. Ao promover essa junção entre elementos imagéticos e sonoros através do formato videoclipe, houve a acentuação de um fenômeno já previsto no consumo da música desde a Antiguidade:

Sabemos que o termo grego *mousiké* (literalmente: a arte das musas) designava originalmente um certo tipo de espetáculo que hoje chamaríamos de multimídia, pois incluía não apenas a performance instrumental e o canto, mas também a poesia, a filosofia, a dança, a ginástica, a coreografia, a performance teatral, as indumentárias e máscaras e até mesmo “efeitos especiais” produzidos através de jogos de luz, movimentos dos cenários e truques de prestidigitação. (MACHADO, 2000:155)

Com base no que já foi apresentado até aqui, ouvir uma canção é também entregar-se ao exercício da visualizá-la. Neste sentido, as pistas para percorrer o processo de visualização da música no videoclipe são dadas pela própria estruturação da música popular massiva<sup>30</sup>. Assim, a organização estrutural do videoclipe precisa ser abordada sem perder de vista duas condições: 1) a função promocional do clipe dentro da dinâmica da indústria fonográfica e 2) a correspondência entre som e imagem, enquanto uma questão de estruturação e composição. Qualquer iniciativa de abordagem do videoclipe, entretanto, não pode desconsiderar que ele é um produto da indústria fonográfica. Há sempre uma expectativa em torno da música que vai ser veiculada também através do clipe. Os fãs, por exemplo, buscam ver os clipes das músicas e bandas que gostam. Há ainda uma relação reiterativa e de constante retroalimentação entre a música em si e seu videoclipe.

---

<sup>30</sup> Esta é a aposta dos pesquisadores vinculados ao Grupo de Mídia e Música Popular Massiva, coordenado pelo Prof. Dr. Jeder Janotti Jr., membro da Pós Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas, da Faculdade de Comunicação da UFBA.

## 2.1 Da visualização da música ao videoclipe

Da mousiké às execuções de músicas barrocas nas salas de espelho, espalhadas por toda a Europa a partir do século XVII, há o registro da passagem de séculos e uma mesma intenção: a visualização da música (MACHADO, 2000). Se os gregos transformaram o que seria uma audição musical em espetáculo multimidiático, grupos de música tradicionais da Europa interpretaram obras de Bach em salas de espelho, numa tentativa de reproduzir os serões organizados pelo compositor e recriar o cenário de “audição” do mestre. Machado (2000) refere-se à gravação, na Alemanha, de obras de Bach pelo grupo The Brandenburg Consort:

(...) Impossível não acreditar que a multiplicação em abyme dos músicos nos espelhos da sala não tivesse ecoado na imaginação de Bach e não resultasse em alguma espécie de influência sobre a música. Ouvir e ver a execução da música de Bach nesse ambiente é uma rara experiência sinestésica. (idem, 161)

Esta gravação, referendada por Machado, foi feita para a série televisual *Encore!* (1992). Com a inserção no cotidiano das tecnologias de gravação e circulação, a música foi descolada do espaço acústico de reprodução e agregou novos recursos de visualização. No exemplo citado acima, Machado condena a pouca sensibilidade do diretor televisivo, que explorou pouco os movimentos de câmera e enquadramentos para promover a visualização da música, através dos efeitos na sala de espelho: “o programa de televisão dirigido por Tony Sutcliffe tira pouco partido desse ambiente visceralmente adequado à música que se está executando” (idem, *ibidem*). E alguns autores, como Walker, Goodwin, Dancyger e o próprio Machado<sup>31</sup>, insistem ou insinuam que o formato videoclipe, mais expressivo

---

<sup>31</sup> Colocar as referências bibliográficas. Citar mais de um livro de Machado.

produto dessa associação entre música e imagem, explicita relações já antes anunciadas pela própria música:

O que os produtores de videoclipe descobriram foi como promover uma experiência visual equivalente àquela da própria música. Por exemplo, a visualização do “eco” pode ser conseguida pela multiplicação e diminuição, simultaneamente, da imagem da face. Músicos ordenam e manipulam o som para conseguir efeitos estéticos; diretores de vídeos e filmes descobrem como fazer o mesmo com as imagens. (WALJKER, J. Apub GOODWIN, 1992, p.57)

É a partir da música popular massiva que este trabalho busca compreender a organização estrutural, composição do videoclipe, ou seja como se deu essa passagem de uma visualização da música até à música visualizada no videoclipe, numa abordagem que tenta contemplar os aspectos plásticos e mediáticos. Com a mesma proposta, Andrew Goodwin (1992) chega a falar de uma iconografia presente na própria música. Em relação ao videoclipe, Goodwin enumera algumas fontes para as iconografias armazenadas na memória da cultura popular, a saber: a) imagens pessoais derivadas das histórias pessoais associadas com a música, b) imagens associadas à música em si, as quais podem operar através de metonímias ou metáforas, c) imagens dos músicos/ performances, d) visual significativo derivado da iconografia popular nacional, e) signos da cultura popular associados com a musica (Idem: p.56). Esses níveis da iconografia seriam capturados pelos diretores e produtores do videoclipe. “Este é o meu argumento: eu quero salientar algumas correspondências entre a iconografia do videoclipe e sua ampla aplicação no consumo da música popular” (idem, lbdem).

O autor aposta numa “musicologia da imagem”, indica que o conceito de sinestesia é peça fundamental na compreensão do videoclipe e resultado mais expressivo da tensão entre imagem e som. Em síntese, é forma, conteúdo e efeito



da estruturação do clipe. E, numa tentativa de registrar a articulação entre som e imagem, relaciona elementos da música (tempo, ritmo, arranjo, desenvolvimento harmônico, espaço acústico e a letra) com os recursos de movimentos de câmera, performance do artista, edição de imagens e efeitos de pós-produção. Goodwin indica que a música, enquanto um produto sinestésico, traz em sua própria estruturação (expressão de forma e conteúdo), elementos que sugerem a visualização<sup>32</sup>. A associação visual com a música seria anterior à produção do videoclipe, e, sendo assim, os diretores acessariam uma espécie de sistema de convenções, que seria comungado com a audiência durante o consumo<sup>33</sup>.

A abordagem pode ser redutora, se for considerado que o videoclipe apenas explicita algo que a própria audição da música já promove; mas também pode ser elucidativa, se houver o entendimento do videoclipe como um produto da indústria fonográfica, que valeu-se de propriedades da própria música popular massiva para causar o reconhecimento do telespectador e a, conseqüente, aceitação do novo produto.

A compreensão de que a sinestesia não é uma propriedade do videoclipe, mas um fenômeno já previsto na audição da música é o primeiro passo para reconhecer o clipe como tensão entre música e imagem e também para realizar o exercício de, numa mesma operação, visualizar a música e musicalizar a imagem.

---

<sup>32</sup> Não é interessante alongar as reflexões sobre o que vem antes - o clipe ou a música, ou se ambos são gestados concomitantemente. Este é um debate que envolve inclusive os processos criativos específicos de cada artista. À parte a polêmica, aceitamos que a estruturação musical é referência para compreender o videoclipe. Enquanto uma forma de conteúdo do tempo, ela impõe, arbitrariamente, um começo e um fim. A música, portanto, será uma espécie de guia para amplificar, inclusive, a dimensão imagética.

<sup>33</sup> Goodwin recorre aos conceitos de internal sign system e "inner speech" trabalhados por Volosinov. Ver VOLOSINOV, V. *Marxism and the Philosophy of language*. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1986.

O tempo da música popular massiva, por exemplo, é representado no videoclipe com recursos que vão desde movimentos de câmera a uma montagem acelerada, incluindo também a gama de efeitos permitidos pela ilha de pós produção. Uma simples montagem em takes rápidos ou movimentos nervosos do cinegrafista podem sugerir velocidade. Em contrapartida, há também recursos para desacelerar a imagem, desde o slow motion<sup>34</sup> até a retirada de cores da cena.

A música também indica como o ritmo pode ser demonstrado, mesmo que no processo de construção do videoclipe nem sempre produtores e diretores acatem essas pistas para visualização. Embora a discussão sobre ritmo seja mais ampla e será tratada com mais cuidado logo adiante, por hora, vale citar que estratégias, segundo Goodwin, podem garantir a visualização do ritmo da música no clipe. O recurso mais explícito é a edição com base no corte da bateria, outros instrumentos também podem determinar este momento de virada e conduzir a edição. Além disso, gestos e movimentos(dança) do cantor e personagens em cena também evidenciam o ritmo da música<sup>35</sup>. Entretanto é importante reiterar que este exemplo é incipiente e apenas salienta como a música já traz em si própria pistas para visualização, as quais podem ser subvertidas, amplificadas ou negadas, mas não retiradas da posição de referência para a organização estrutural do videoclipe.

Ainda trilhando o caminho apontado por Goodwin (1992), no qual são listados elementos musicais que servem como essas pistas para a estruturação do videoclipe, o arranjo da música popular massiva deve ser lembrado como condutor da edição de imagem. Integrado por voz, ritmo e o suporte de fundo para estes dois componentes, o arranjo é o 'lugar' das tensões na canção popular, uma vez que a

---

<sup>34</sup> Método televisivo e cinematográfico de apresentar a a ação numa velocidade menor do que a da vida real. Descrição retirada do OXFORD Advanced Learner's Dictionary of Current English (VER MELHOR COMO FAZER ESTA CITAÇÃO)

<sup>35</sup> Sobre dança, gestos, encenação e voz vamos fazer um abordagem mais cuidadosa no capítulo seguinte, quando for tratada a metodologia de análise.

voz tende a ser proeminente e os outros elementos ou ajustam-se a ela e/ou instauram espaços de disputa. A proeminência da voz é ressaltada, por exemplo, com a imagem fechada na face do cantor em momentos específicos da canção; jogos de luz, movimentos de câmera e recursos de edição e pós produção também são lançados para resolver ou revelar as tensões latentes no arranjo.

E este percurso, proposto por Goodwin, destaca, de forma bem incipiente, que a noção de sinestesia, importante para compreensão da música popular massiva e do videoclipe, é clara também quando se pensa na questão do espaço acústico, em outras palavras, quando se considera que há “espaços” (no sentido de ambientação, atmosfera) associados a determinadas sonoridades<sup>36</sup>. A relevância de sons mais agudos propõem, por exemplo, a visualização de aportes imagéticos mais abertos. Em contrapartida, sons graves implicam fechamento. E esta visualização pode ocorrer, além das paisagens ou cenários, em cores, movimentos dos personagens dentro da cena, tratamentos da imagem e recursos de edição e pós produção, que considerem o aspecto plástico. A letra também é um importante elemento musical, quando se faz essa configuração do som à imagem. A partir do desenvolvimento harmônico, atentando para a estrutura reiterativa da canção popular massiva, é possível localizar também como o videoclipe apropria-se de categorias da canção; ao reservar para o refrão, por exemplo, as imagens mais impactantes – trata-se de uma reverberação, expressão imagética do momento ápice da canção.

A opção, aqui, por refazer este trajeto proposto por Goodwin não consiste numa intenção de travar relações fechadas entre os elementos e propriedades

---

<sup>36</sup> Goodwin fala em acoustic stere, que foi traduzido aqui em espaço acústico, mas, no próximo capítulo, vamos tratar do conceito de cenário sonoro, trabalhado por Janotti Jr, inspirado no conceito de paisagem sonora, de ..... aqui, comentamos de forma rasteira este conceito apenas para não perdemos a linha de raciocínio proposta por Goodwin e que será importante para na tentativa de avançar em algumas reflexões. .

oriundos da música e sua reverberação, sem ruídos ou sujeira, no videoclipe. O ponto de partida é considerar os videoclipes como produtos da indústria fonográfica, feitos para vender canções e, portanto:

Freqüentemente refletem a estrutura da canção e se apropriam de certos artefatos musicais no domínio da melodia, ritmo e timbre. A imagem pode até parecer imitar as batidas e fruições do som, indeterminando, com isso, as fronteiras entre som e imagem. Videomakers têm desenvolvido uma série de práticas para colocar a imagem na música afim de que a imagem adquira um status de autonomia e abandone certos modos de representação mais direta da canção. Em troca, a imagem ganha em flexibilidade e desenvoltura, assim como na polivalência de significados. Muitos dos significados do videoclipe recaem neste dar-e-pegar entre som e imagem e nas relações entre seus vários modos de continuidade. (MUNDY, 1999, p. 21)

Mundy sublinha, nesta observação, que o videoclipe não pode ser pensado longe dessa relação do "dar e pegar" entre som e imagem. Essa conexão tensiva é constituinte e constitutiva do audiovisual: "o que se "vê" não é o mesmo quando se ouve; não se "ouve" o mesmo quando se vê" (CHION, 1993:p.06). A própria tecnologia confirma e atesta essa combinação indissociável: "Na verdade, o videoclipe torna sensível um fenômeno a que nunca prestamos a devida atenção antes: a unidade indecomponível do som com a imagem no vídeo, que nos permite falar verdadeiramente e com toda a propriedade de um meio audiovisual" (MACHADO, 1990: p. 173).

Apesar disso, a maior parte dos estudos sobre o videoclipe privilegia os aspectos imagéticos e, em geral, os aspectos musicais ficam em segundo plano. Mas, enquanto produto mediático da indústria fonográfica, o clipe está, irrefutavelmente, atrelado a uma faixa musical e sua estruturação tensiona, simultaneamente, música e imagem. Reconhecer o videoclipe com uma relação

audiovisual é assumir que música resignifica imagem e vice-versa, num processo reiterativo e dinâmico. Trata-se, segundo Chion (1993), de uma relação “contratual”<sup>37</sup>, não de um encontro natural, mas um encontro marcado por interferências, interseções, ampliações, disjunções, sincronia ou falta de sincronia:

Comparadas uma com a outra, as percepções sonoras e visual são de natureza muito mais díspares do que se imagina. Se não se tem senão uma ligeira consciência delas é porque, no contrato audiovisual, estas percepções se influenciam mutuamente, e emprestam uma a outra, por contaminação e projeção, suas propriedades respectivas. (Idem: p.20)

E são as estratégias usadas neste tensionamento que produzem formas distintas de arrebatá-lo e prender o telespectador. Como já citado anteriormente, o videoclipe se apropria de estratégias de endereçamento do cinema, da televisão, de uma estruturação do rock e do pop e também das experimentações da vídeo-arte para configurar um produto capaz de circular sob a lógica mercadológica.

## **2.2 Da estruturação da canção popular massiva (e música pop) ao videoclipe**

A iconografia da música pop tem sido, muitas vezes, desconsiderada. As implicações do gênero da música pop são constantemente menosprezadas ou negligenciadas, desta forma, os vídeos são lidos como se sua significação genérica fosse baseada apenas nas convenções cinematográficas. (...) o problema, com certeza, é que é extremamente difícil teorizar sobre o videoclipe sem adequar-se à

---

<sup>37</sup> Chion utiliza a metáfora do contrato, mas não explicita uma filiação acadêmica para o uso deste termo. Na dicionário de análise do Discurso, de ..... , a relação contratual é entendida..... VER DEFINIÇÃO NO DICIONÁRIO DE ANÁLISE DO DISCURSO

conceitualização da música e a sua relação com a iconografia pop. (tradução nossa) (GOODWIN, 1992: p.04).

A maior parte das abordagens sobre o videoclipe<sup>38</sup> considera que este produto marca uma ruptura com a narrativa tradicional da literatura, cinema e tv, para apresentar uma organização estrutural, afiliada à fragmentação e ausência de linearidade. A rotulação sem restrições torna-se falaciosa, quando é observado um demonstrativo diversificado de vídeos e percebe-se que muitos mantêm histórias que atendem, por exemplo, ao desenvolvimento da trama, a partir de “ruptura, ação e resolução”.

O conceito de narrativa, desenvolvido pelo filósofo Paul Ricoeur em Tempo e Narrativa (1994), contemplou obras como a epopéia e o drama e não pode ser transposto para o videoclipe, porque este produto apresenta especificidades que não foram previstas pelo filósofo. A principal hipótese estampada por Paul Ricoeur surgiu da articulação entre as reflexões sobre o tempo, em Santo Agostinho, e a tessitura da intriga, em Aristóteles. Ricoeur propôs reparar duas fissuras: conferir à narratologia um aspecto temporal e oferecer ao tempo uma extensão.

Para medir o movimento (a ação) é necessário tecer uma intriga, agenciar fatos e retirar da multiplicidade um certo encadeamento. Este processo de síntese ou de tessitura da intriga é a narrativa. A intriga, portanto, “toma conjuntamente” e integra numa história inteira e completa os eventos múltiplos e dispersos e assim esquematiza a significação inteligível que se prende à narrativa considerada como um todo (RICOEUR, 1994, p.10)<sup>39</sup>. Ricoeur recupera e refina a idéia de Aristóteles

---

<sup>38</sup> Inserir notapé citando livros de machado, chion, dancyger, dubois , etc

<sup>39</sup> A intriga para Aristóteles é a mimese da ação. Ricoeur recupera e refina a idéia para trabalhar com a perspectiva de uma imitação criadora: “Evoco em Aristóteles a célula melódica de uma dupla reflexão cujo desenvolvimento é tão importante quanto o impulso inicial. Esse desenvolvimento afetará os dois conceitos inspirados em Aristóteles, o de tessitura da intriga (muthos) e o de atividade mimética (mimese)”. (RICOEUR: 1994, 56)

da intriga enquanto mimese da ação para trabalhar com a perspectiva de uma imitação criadora<sup>40</sup>: a narrativa, então, é entendida enquanto estruturação e não estrutura, comporta três semelhanças miméticas: Mimese I (preconfiguração) - é o tempo da ação ou vivido; Mimese II (configuração) - é o tempo da invenção – ou armação – da intriga e Mimese III (reconfiguração) - o tempo de leitura, encontro do mundo do texto com o mundo do leitor.

Mesmo tendo em vista que a “música sugere modos de estruturação do tempo” (Janotti Jr: 2004, mimeo) , estabelecendo, por este viés, um contato com a idéia de Ricoeur de que o tempo precisa de conteúdo para se manifestar, o modelo da tríplice mimese não abarca o clipe<sup>41</sup>. A canção popular massiva, essencial ao videoclipe, opera pela reiteração e atende à lógicas da cadeia mediática, de difícil apreensão pelo conceito de narrativa trabalhado por Ricoeur . Não faz parte da proposta desta pesquisa, apontar os limites e possíveis adequações do conceito de narrativa ao videoclipe. Este estudo demanda investimentos e reflexões que fogem ao problema central desta pesquisa, além do mais consiste numa área polêmica de investigações, solicitando, pois, competências e articulações, que escapam às nossas preocupações mais imediatas.

Por outro lado, entretanto, não é possível mais enquadrar o videoclipe apenas como produto, marcado pela falta de linearidade. Para entender o clipe é preciso contextualizá-lo dentro da lógica dos “sistemas narrativos da música pop” (GOODWIN, 1992). Numa tentativa de flexibilizar o conceito de narrativa e dar conta também das manifestações culturais mais contemporâneas, Fabbri desenvolve a

---

<sup>40</sup> Ricoeur salienta que a função mimética da ação é exercida de preferência no campo da ação e de seus valores temporais. Para o filósofo, o tempo torna-se tempo humano, quando articulado de forma narrativa.

<sup>41</sup> Ver CARVALHO, Claudiane. Narratividade em videoclipe: a articulação entre música e imagem. Intercom 2005 – RJ .... (conferir com jeder se mantém esta nota)

idéia de narratividade. “Chamaremos narratividade a tudo o que se apresenta cada vez que estamos diante de concatenações e transformações de ações e paixões”, (FABBRI, 2000, p.57).

Ainda que o videoclipe não seja a tessitura de uma intriga, no sentido lançado por Ricoeur, é identificada uma composição, uma poesis que se permite seguir. E essa composição é tensa e engenhosa, porque mesmo valendo-se de estratégias de endereçamento do cinema e da tv, este produto “conta história” de forma diferente:

Portanto, se nós inserirmos o videoclipe no contexto da narrativa da música pop, nós vamos começar a ver a lógica estrutural diferente do trabalho. É visível que a música pop utiliza um modo de endereçamento direto (...) Estas convenções que são mostradas pelos cantores e músicos quando olham na câmara e falam diretamente para nós. (GOODWIN, 1992, p.77) .

As convenções ditadas pela música pop são elos de ligação entre a produção e o consumo do videoclipe e trazem à tona questionamentos que minam a estrutura da narrativa tradicional.

Recortar aqui esta classificação tem a proposta, particular, de mostrar como a composição, a poesis (o ato poético)<sup>42</sup> no videoclipe escapa ao que Ricoeur considera uma tessitura da intriga. Enquanto configuração o clipe funciona, porque extrai da sucessividade algum tipo de agenciamento, em contrapartida traz uma lógica peculiar de resolver, ou deixar em suspenso, os conflitos, a qual opera um agenciamento pela repetição e institui uma estruturação, calcada nas convenções do pop.

---

<sup>42</sup> Preciso colocar uma notapé, explicando o que é ato poético, segudno Aristóteles. Pegar no artigo de WG.



Aqui, pode-se retornar a Fabbri<sup>43</sup> e recuperar o conceito de narratividade dentro do processo de produção de sentido do videoclipe. É importante neste momento seguir, com mais parcimônia, a reflexão do autor. Fabbri ressalta que na “acepção semiótica tradicional, do tipo semiológico com dominante lingüística, o estudo da narração se identifica com o estudo dos relatos no sentido comum do termo: oral ou escrito” (1993, .57). O autor propõe tirar o foco do relato e colocá-lo sobre as relações: “concatenações e transformações de ações e paixões”. Essa perspectiva, entretanto, não se trata de algo novo, já estava dada na Poética de Aristóteles. O filósofo referia-se a tessitura da intriga, enquanto estruturação, não estrutura. “(...) Em nossa cultura há uma certa estabilidade, há uma larga duração que permite o advento de novas teorias em antigas hipóteses de investigação”, explica Fabbri (1993, p.57). A partir deste percurso já insinuado na obra de Aristóteles, a narratividade é, então, compreendida por Fabbri como “uma ato de configuração de sentido” que pode manifesta-se para além do relato:

(...) é, radicalmente, um ato de configuração de sentido variável de ações e paixões; ações e paixões que podem estar organizadas desde o ponto de vista da forma e seu conteúdo, a saber, de sua semântica, e podem ser manifestadas por uma forma expressiva distinta (verbal, gestual, musical, etc). (Idem, p.58)

Forma expressiva aqui é indissociável da forma do conteúdo: “é completamente distinto expressar uma narratividade com música, a saber, com certo tipo de sons, e expressá-la com palavras” (p.58). Deste modo, a narratividade não é uma propriedade do relato, mas das relações que são estabelecidas entre os diferentes elementos envolvidos numa forma expressiva para configurar o sentido.

---

<sup>43</sup> Fabbri propõe um giro semiótico: “devemos de novo definir a semiótica não como um estudo dos signos, sim como uma indagação com vocação científica dos sistemas e processos de significação”. Ver mais em Fabbri, Paolo. *El Giro Semiótico...*

Fabbri é objetivo e diz que a narratividade “está presente em cada trama de ações e paixões<sup>44</sup> organizada com vistas a uma realização dos sujeitos e objetos, dos valores, portanto, que estão em jogo” (idem, ibdem).

O conceito de narratividade, apresentado por Fabbri, inspirado nos trabalhos realizados, anteriormente, por Ricouer<sup>45</sup>, amplia a noção de narrativa, ao contemplar uma reciprocidade entre forma de expressão e forma de conteúdo. É possível falar em narratividades, assim mesmo, no plural, uma vez que o ato de configuração de sentido na música não é mesmo do romance ou novela televisiva: “não pode ser certo que existam pensamentos que permaneçam iguais quando se expressam com formas expressivas distintas” (p. 58).

O conceito lança, então, algumas luzes sobre o estudo do videoclipe. Quando Goodwin destaca que o clipe escapa aos modelos tradicionais de narrativa, já consagrados no cinema, televisão e literatura, ele não evidencia apenas uma constatação, mas aponta um caminho: a contextualização do videoclipe nos sistemas narrativos da música pop:

O videoclipe, então, desafia os termos do debate sobre o “texto realista clássico” derivado dos estudos em cinema a partir de duas vertentes. Primeiro, a música em si conclui com êxito a resolução através da repetição, mais do que pelo desenvolvimento linear. Segundo, as letras das canções, freqüentemente operam sem qualquer desenvolvimento temporal – e se a história for contada em palavras do início ao fim, o método do contar é certamente inteiramente diferente do encontrado no cinema ou na tv (GOODWIN, 1992, p.84)

Pode-se, então, pensar numa narratividade da música, como diria Fabri, ou numa “resolução estrutural” da música, para Goodwin, como âncora de

---

<sup>44</sup> Para Fabbri, “o efeito da ação do outro é um, afeto, ou melhor dizendo, uma paixão. A paixão é o ponto de vista de quem é impressionado e transformado com respeito a uma ação” (p.61)

<sup>45</sup> Fabbri reconhece nos livros de Paul Ricouer, Tempo e Narrativa, “a forma teórica da narratividade”. Para ele, ao tratar da questão delicada e complexa do tempo, Ricouer (e também outros filósofos) estabeleceram a “interface entre a semiótica dos conceitos e sua base epistemológica, a qual garante a semiótica uma razão de ser, e proporciona uma reponsabilidade”. (1993, p.59).

produção e consumo do videoclipe. “Por resolução estrutural, eu entendo a organização de músicas em torno das formulas clássicas tanto com versos e refrões, quanto com a totalidade mesmo da canção” (Goodwin, 1992, p.80). Mas, não se pode perder de vista que o videoclipe é um audiovisual e sua composição se dá na relação entre imagem e som, desta forma, só se pode falar em narratividade no videoclipe a partir deste entrosamento. Alguns questionamentos provocam e instigam a pesquisa: Se há uma narratividade na música, esta reverbera na imagem? Se não reverbera, ainda assim podemos falar de narratividade no videoclipe? Se a música não apresenta uma trama, mas a imagem a desenvolve, podemos falar numa narratividade por contaminação? E quando não há trama, apenas a junção de elementos para provocar sinestesia? Estas questões são mais amplas e só podem ser respondidas num processo analítico. Por hora, vale salientar os aspectos da estruturação da musica pop, desde sua tendência à reiteração até a maneira como apresenta resoluções.

### **2.2.1 O “contar” na música popular massiva**

A canção popular massiva é repetitiva por excelência e isso não constitui um demérito, mas uma propriedade do formato, elaborado para capturar o ouvinte. Além de trabalhar com um tempo médio de três minutos, a musica pop, por exemplo, utiliza outras estratégias de captura: o título da canção, geralmente, está no refrão, momento da música feito para promover o “cantar junto”; os versos conduzem para o refrão, numa espécie de instauração de ápice, entre outras. Esse tempo médio da canção constitui a base estrutural do videoclipe, que, muitas vezes, ao associar

imagem e som atende à demanda de reiteração da música pop. Isso se dá, por exemplo, com a criação de ganchos imagéticos no refrão: quando a presença dos músicos e/ou disposição de imagens impactantes e uma edição especial tornam-se eficazes na captura do telespectador.

Compreender portanto o que Goodwin denomina de “sistemas narrativos da música pop” é uma etapa importante e imprescindível para o estudo do videoclipe. Mesmo estabelecendo algumas rupturas com as formas tradicionais de narrativa, o videoclipe segue essa estruturação da música pop, que já era conhecida pelo público. E foi este reconhecimento que serviu como alicerce e plataforma para a consolidação do videoclipe como mais um produto da indústria fonográfica.

O prazer do reconhecimento no consumo dos videoclipes aconteceu, principalmente, pela estruturação reiterativa da música pop. E essa repetição ocorre em três níveis: com a música, entre as músicas e nas mídias de divulgação (Goodwin, 1992, p.79). No primeiro nível, observa-se que a canção popular massiva é baseada na repetição de elementos como verso, refrão e ponte. Rotineiramente é encontrada a seguinte estrutura na música pop: introdução>verso1>ponte> refrão> verso2> ponte> refrão> solo>ponte> refrão. O refrão, como visto antes, solicita a memorização e participação do ouvinte, além disso, é o elemento estrutural que serve como baliza aos outros.

No segundo nível, percebe-se que a repetição se dá também entre as músicas pop. É como se houvesse um modelo, referência que legitima uma semelhança entre melodias, ritmos, letras, riffs etc. E para concluir, há ainda a repetição da música pop em diferentes mídias de divulgação. A mesma canção pode ser tema de novela, trilha sonora para filme, além de tocar nas rádios e ser capturada, facilmente, na Internet. Em resumo:

A regularidade rítmica e melódica favoreceu o aparecimento de peças musicais que privilegiavam o refrão e os temas recorrentes. Isso sem falar da repetição constante que caracteriza a circulação da música popular massiva, desde da tecla repeat dos tocadores de CDs e MP3s, até a espiral repetitiva que caracteriza as programações das rádios e das TVs especializadas em videoclipes. (JANOTTI Jr, 2005, p.... )

Tendo em vista que toda a estruturação da música pop é calcada na repetição, fica em suspenso o questionamento sobre como aparecem os conflitos e resoluções nesta organização. Embora haja desvios em relação aos princípios da narrativa realista, e do realismo, o distanciamento não chega à totalidade. Em primeiro lugar, é preciso deixar claro que conflitos e resoluções existem, mas são lançados e resolvidos simultaneamente (GOODWIN, 1992). Por conta, inclusive, desta constante e inevitável reiteração, muitas vezes, os conflitos que surgem na letra são resolvidos na melodia; a entrada de um determinado instrumento musical pode demarcar um outro estágio da “trama”; no desenvolvimento harmônico, o refrão pode ser resposta às indagações expostas nos versos; enfim, as possibilidades são tantas que não seria possível relatar aqui tamanha multiplicidade. E quando são relacionados elementos imagéticos aos musicais, essa dinâmica de conflitos e resoluções mantém o mesmo padrão, ou seja, continua a existir, mas seguindo uma “ordem” já prevista na estruturação pop.

O narrador é outro ponto de desencaixe entre as narrativas tradicionais no cinema, tv e literatura e a configuração no videoclipe. Mais uma vez, no primeiro momento, é preciso considerar a canção pop. A letra desta canção sempre envolve duas dimensões: o conteúdo das palavras e a “voz”, presentificação, de quem está cantando (Frith,199). De uma maneira geral, “o endereçamento lingüístico da letra da musica pop é distinto de outros discursos da mass media” (GOODWIN,1992,

p.79). É que, na música, não há a distinção entre autor implícito e autor real, a própria natureza da música requer a presença física do narrador. Ela chega até o ouvinte “diretamente, pela boca e instrumentos dos músicos, os quais não são completamente mediatizados (como na câmera narrativa no cinema e na televisão)” (idem, p.75).

Essa propriedade da canção pop acaba por patrocinar algumas confusões à audiência. Muitas vezes, cantores precisam explicar, em entrevistas, que, ao cantar determinada música, não expõem os próprios sentimentos, mas interpretam um personagem. Esse tipo de resposta advém dos questionamentos que surgem, quando o cantor pop é a primeira pessoa da narrativa na canção, assumindo desta forma, simultaneamente, as posições de personagem e narrador. Há também a outra situação, na qual a letra da canção em segunda ou terceira pessoas é endereçada, diretamente, ao ouvinte.

Quando a canção é associada à imagem do cantor em cena no videoclipe, os questionamentos apontados acima são tonificados. Para dissecar esta ciranda de personagens e narradores, interpretada pelo cantor pop, Goodwin (1992) traça paralelos entre o cantor, o apresentador de telejornal e o ator de cinema, numa tentativa de buscar aproximações e diferenças para situar o lugar do cantor pop. (Sobre este tema será feita, agora, uma passagem rápida, uma vez que o assunto será abordado com mais profundidade no capítulo seguinte. Reconhecemos, entretanto, a necessidade de considerá-lo, afim de que não se perca a linha de raciocínio sugerida aqui).

Como a música pop utiliza um endereçamento direto ao ouvinte (seja pela voz do cantor e/ou pela letra da canção), o olhar direto para a câmera faz parte desta estratégia de aproximação e de construção de uma relação de intimidade. O

apresentador de um telejornal “olha” para o telespectador com o propósito de estreitar vínculo e estabelecer um relacionamento de confiança. Com intenção similar, de provocar intimidade, o cantor pop também “busca os olhos” do fã. Quando este cantor, além de intérprete da música, é também personagem, o olhar para a câmera não constitui uma quebra ficcional, mas uma filiação à estratégia de endereçamento da própria música pop. O olhar para a câmera também remete ainda para a apresentação ao vivo, uma manifestação expressiva, cujo sentido é comungado entre fãs e cantores. Além disso, assim como o ator de cinema, o cantor pop também “vive” diferentes personagens, mas já possui uma imagem, uma unidade enquanto integrante da cena pop, que perpassa, suplanta ou esmaga as suas diferentes interpretações.

Aqui, mais uma vez, são apresentados indícios que comprovam as apropriações que o videoclipe faz das estratégias de endereçamento do cinema e da tv. O videoclipe se equilibra nesta balança entre as heranças, as negações e as alterações que faz dos meios audiovisuais precedentes, todavia, produz sentido, especialmente, porque expressa e reflete, no tensionamento entre música e imagem, as propriedades do pop<sup>46</sup>, com as quais a audiência está extremamente familiarizada.

---

<sup>46</sup> E quando nos referimos a pop tratamos não apenas da música, mas também da economia organizacional da indústria musical.

### **2.3 Do tensionamento entre música e imagem: sinestesia, ritmo e narratividade (a conexão entre ritmo da música e ritmo de edição)**

Do caminho percorrido até aqui, é possível inferir que a visualização do videoclipe é explicada pela sua relação com a música em duas dimensões: 1) pela propriedade sinestésica e 2) pela estruturação narrativa do pop e sua estratégia de endereçamento. A partir do momento que se considera elementos imagéticos e elementos musicais, em conexão, surgem as indagações: Que aspectos da música são enfatizados na (pela) imagem? Sobre que elemento musical recai a ênfase da edição de imagens?

Essa relação entre imagem e som no audiovisual não constitui, a priori, uma unidade, é marcada por tensionamentos e conflitos, presentes também no videoclipe. Na intenção de avançar na abordagem dessa interação no videoclipe, Goodwin (1992) reconhece três códigos da música pop, a saber: música, letra e iconografia. Esses códigos seriam a referência para análise da visualização da canção no videoclipe. Entretanto, mesmo apontando três pontos de entrada no assunto, Goodwin explora apenas um deles: a relação entre imagem e mensagem da letra da música. A partir deste recorte ele nota três tipos de relação: 1) Ilustração: a narrativa visual conta a história da letra da canção; 2) Amplificação: o clipe introduz novos elementos que não entram em conflito com a letra da canção, mas associa novos sentidos e 3) Disjunção (intencional ou não) imagem e letra não têm nada em comum. Foram localizados dois tipos: a disjunção em que as imagens não têm relação aparente com a letra e a disjunção em que a narrativa visual contradiz a letra, muitas vezes minimizando-a, ainda que de forma não intencional.



É importante salientar que um único videoclipe pode explorar essa relação entre imagem e letra da música de formas variadas, transitando da ilustração para amplificação e, até mesmo, recorrendo à disjunção. Essa classificação não prevê categorizações estanques e admite os modelos mistos, assumindo, inclusive, a possível necessidade de criar outras classificações para abarcar formatos, que não foram contemplados nos modelos apresentados. Apesar desta flexibilidade, a abordagem proposta pelas categorias, criadas por Goodwin, é muito limitada e restringe as potencialidades do videoclipe, enquanto um produto audiovisual.

Na procura por uma abordagem mais ampla desta conexão entre imagem e som no videoclipe, o conceito de ‘valor agregado’, tratado por Chion (1993), revela-se promissor:

Por valor agregado designamos o valor expressivo e informativo com o qual um som enriquece uma imagem dada, fazendo crer na impressão imediata de que ela se tem recordado do que ela mesma se conserva, que esta informação ou esta impressão se desprende de modo “natural” do que se vê, e já está contido na própria imagem. (CHION, 1993, p.16)

Ao desenvolver o conceito, Chion apontou o “som” como agente da agregação de valor à imagem. Tendo como objeto de pesquisa o cinema, o autor canalizou energias para demonstrar que, no estudo do audiovisual, a imagem não deve ser priorizada em detrimento do som. Andando na contramão da maior parte dos trabalhos na área cinematográfica, que se detêm aos aspectos imagéticos, Chion destacou o papel crucial e indispensável do áudio. Apesar do autor referir-se apenas ao som como “agregador de valores”, este texto propõe utilizar o conceito em via dupla, ou seja, elementos musicais podem agregar valores às imagens, assim como as imagens podem agregar valores à música. Esticar o conceito a tal

ponto não se propõe uma subversão<sup>47</sup>, mas a tentativa de, no estudo do videoclipe, considerar música e imagem importantes na mesma proporção, ainda que, em momento distintos, um esteja em maior relevância que o outro. Assim como o som pode fazer a imagem ganhar força expressiva, se pensarmos no clipe, o mesmo pode ocorrer no caminho inverso. Aquele jogo do “dar e pegar”, sugerido pelo Mundy (1999) para entender como acontece a relação entre música e imagem no videoclipe, tem nesse conceito um princípio explicativo. Que elementos musicais têm seus valores agregados pela imagem? Formulando nos termos de Mundy: o que a música “dá” e a imagem “pega”? Os questionamentos, obviamente, podem ser feitos também na ordem inversa.

O conceito de valor agregado vem colado a uma outra noção: “pontos de sincronização”. O fenômeno dessa associação de valor marca o ponto de sincronismo som/imagem, “que permite estabelecer uma relação imediata e necessária entre algo que se vê e algo que se ouve” (CHION, 1993, p.17). O costume, o olhar treinado do telespectador, conduz à impressão de que os pontos de sincronização são “naturais” e desprovidos de interesses audiovisuais, a proposta aqui é salientar o contrário. A partir dessa noção de pontos de sincronização pode-se decompor a música e a imagem em, respectivamente, aspectos musicais e aspectos imagéticos e, assim, verificar quais desses aspectos provocam sincronia entre si. O exercício de localizar os pontos de sincronização é também o de apreciar a música e a imagem em “camadas” produtoras de sentido e promover o intercâmbio entre elas:

---

<sup>47</sup> O próprio Chion considerou a reciprocidade do “valor agregado”: “se o som faz ver a imagem de modo diferente ao que essa imagem mostra por si mesma; a imagem, por sua parte, faz ouvir o som de modo distinto a como este ressoaria somente na escuta” (1993, p.31).

Um ponto de sincronização é, na cadeia audiovisual, um momento relevante de encontro síncrono entre um instante sonoro e um instante visual; o ponto no qual o efeito de “síncrese” está mais acentuado: como uma acorde musical mais afirmado e mais simultâneo que os demais em uma melodia (p.61)

Antes de seguir, é preciso demarcar o que Chion entende por síncrese, um neologismo forjado a partir da combinação das palavras “sincronismo” e “síntese”. Trata-se, segundo o autor, “da soldadura irresistível e espontânea que se produz entre um fenômeno sonoro e um fenômeno visual momentâneos, quando estes coincidem em um mesmo momento, independente de toda lógica racional” (p.65).

No consumo de um videoclipe, os pontos de sincronização (geradores do efeito de “síncrese”) podem passar despercebidos, como se fossem produtos de uma relação automática e inevitável, mas é preciso salientar que eles estão a serviço da produção de sentido e do ritmo do audiovisual. Além de responder pela dinâmica do videoclipe em geral (a alternância, organizada ou desorganizada, entre presenças e ausências de “síncrese” contribuem na definição da cadência do clipe), os pontos de sincronização influenciam também na produção de sentido de uma determinada cena. É necessário, aqui, reduzir o passo para cercar, com mais cuidado, a função dos pontos de sincronização.

Em primeiro lugar, o ponto de sincronização é uma evidência da idéia de sinestesia. Se a determinada imagem é acrescentado um som que parece ter sido dela emanado, tem-se nessa operação um demonstrativo de que, na própria imagem, já há uma latência, em forma de solicitação, do áudio. Há pouco, esta pesquisa discorreu sobre a visualização, enquanto parte do processo de produção de sentido da música. Com base na pesquisa de Goodwin, foi mostrado de que maneira os elementos musicais dão pistas para a visualização no videoclipe. As

pistas, quando acatadas, transformam-se em candidatas a pontos de sincronização. Nesta perspectiva, a própria música já sugere os pontos de sincronização para o videoclipe, uma vez que ela precede a concepção do clipe e é base para a captação e edição de imagens e execução dos efeitos de pós-produção.

Pensar na estrutura reiterativa da canção pop, que consiste na repetição de elementos como refrão, verso e ponte, é vislumbrar também outras articulações de aderência aos pontos de sincronização. A aparição (ou não) dos pontos de sincronização no decorrer de um videoclipe pode ser pautada pela própria estruturação da música. Os efeitos de “síncrese” podem ser reservados, por exemplo, para os refrões e pontes, ou acentuados durante os solos. E é justamente o bailar, cadenciado ou não, entre presença e ausência dos pontos de sincronização que vai influir no ritmo do videoclipe. E num produto audiovisual, o ritmo não é propriedade nem da edição imagética nem da música, mas da conjuntura, da relação entre ambos (CHION, 1993).

### **2.3.1 Narratividade no videoclipe: o tensionamento entre ritmo de edição de imagens e ritmo imagético**

Por questões mais didáticas, vamos tratar, separadamente, do ritmo na música e do ritmo na edição de imagens para, depois, abordar em que instância o entrosamento dos dois define o audiovisual. Na canção popular massiva, o ritmo não é uma propriedade única da estruturação reiterativa, mas pode ser compreendido, principalmente, como “(...) organização musical do tempo” (FRITH, 1996, p. 153).

Desta maneira, envolve a repetição do pop e especificidades imanentes à música, que a filiam a um determinado gênero musical<sup>48</sup>.

A repetição confere à canção pop uma demarcação narrativa e também uma configuração mediática, esta última regida pelo consumo massivo. Mas a mesma estruturação, modelada pela repetência, atende ao axé music, ao rock pop, ao sertanejo, ao forró e às canções românticas, não sendo, portanto, o definidor do ritmo de uma determinada canção. Tão importante quanto considerar a reiteração, é compreender que "o ritmo está intimamente ligado à conformação temporal dos sons" (JÁNOTT Jr, 2005, ...). A música captura e transporta o ouvinte a algum lugar, através do seu desdobramento. E essa dimensão temporal é espacializada na apreciação. Uma maneira de detectar isso é através da dança, que já está prevista no gênero musical e constitui uma interpretação rítmica da canção:

(...) Meu ponto principal é que para a maioria da audiência de música popular massiva o modo mais fácil de entrar na música é quase sempre através do ritmo, através de movimentos regulares do corpo (nós todos podemos participar da ação percussiva da música, mesmo se nós não tivermos quaisquer habilidades musicais). (FRITH, 1996, p.142).

Falar da dança neste momento do texto serve como "metáfora" à compreensão dos padrões rítmicos da canção. E assim como o ouvinte responde ao ritmo da música, através do ato de dançar ou ficar parado, a edição de imagens

---

<sup>48</sup> O conceito de gênero musical, desenvolvido por Janotti Jr, não trata apenas dos aspectos imanentes à música, vamos tratar desse assunto mais tarde, por hora, fica a definição: "Os gêneros seriam então modos de mediação entre as estratégias produtivas e o sistema de recepção, entre os modelos e os usos que os receptores fazem desses modelos através das estratégias de leitura dos produtos mediáticos. Antes de ser um elemento imanente aos aspectos estritos da música, o gênero estaria presente no texto através de suas condições de produção e consumo. (...)O gênero musical é definido então por elementos textuais, sociológicos e ideológicos, é uma espiral que vai dos aspectos ligados ao campo da produção às estratégias de leitura inscritas nos produtos mediáticos.. Na rotulação está presente um certo modo de partilhar a experiência e o conhecimento musical, ou seja, dependendo do gênero, elementos sonoros como distorção, altura e intensidade da voz, papel das letras, autoria e interpretação, harmonia, modo, melodia e ritmo ganham contornos e importâncias diferenciadas" (JANOTTI Jr, 2005, ...)

também pode "bailar" na intensidade e freqüência deste mesmo ritmo, além de ignorá-lo ou usá-lo como referência para uma subversão.

Quando o foco é tirado do ritmo musical e direcionado à edição de imagens, sem considerar ainda a interação, temos que na imagem, o ritmo responde "pela ênfase dramática de um plano em relação a outro" (Dancyger, 2003, p.380). Na edição, cabe ao ritmo conduzir o espectador em sua reposta emocional à obra. Do ritmo acelerado ao lento, há a possibilidade de provocar uma gama de efeitos que transita da intensidade à sonolência.

Na edição de imagens, o primeiro passo é a certeza do que se pretende com uma seqüência como um todo. A partir desse acordo entre editor e diretor, alguns recursos são usados para compor ritmo: o tempo de duração de cada plano (ou composição de imagem, para respeitar a ressalva feita por Dubois)<sup>49</sup>; tratamento de imagens para saturar determinadas cores ou retirar delas a força expressiva; o tipo de transição usado entre as seqüências (pode ser desde o corte seco até os efeitos de transição, como fusão, fade in e fade out, etc), entre outros.

Para garantir a ênfase dramática da seqüência de imagens, é preciso ter em conta não apenas o tempo de duração de cada plano (ou "composição de imagens"), mas também o momento em que deve ser colocado na seqüência para "não perder" o ritmo. Se o plano geral tem mais detalhes e merece um tempo maior de apreciação? Se o close-up vai instigar um sentimento importante para o envolvimento do telespectador? Se o plano subjetivo é mais relevante que o objetivo? Se o insert deve ter mais ou menos tempo de duração? São questionamentos, cujas respostas estão afinadas com o ritmo da edição imagética. Além disso, elementos internos à cena podem influenciar neste ritmo, sem que haja

---

<sup>49</sup> Ver Dubois, Phillipe. Cinema, Vídeo e Godard ..... . as idéias do autor foram expostas no capítulo 1 deste trabalho.

a necessidade de mudança de takes. O movimento de personagens ou de algum 'objeto', a presença de cores fortes e saturadas, o apagar ou acender de luzes também influenciam na maneira como o telespectador responde. Isso sem citar que é bem diferente sair de um plano para o outro, usando corte seco e fusão, só para referendar dois dos recursos de transição de imagens. Enquanto o primeiro pode ser "duro" e agressivo, o segundo traz a sensação de suavidade e serve como deixa para a passagem do tempo e mudança de locação. O fade out, por sua vez, pode indicar o fim de uma seqüência e oferecer ao telespectador um "tempo para respirar", depois de uma carga emocional grande (DANCYGER, 2003).

Amputar, como foi feito aqui, a ritmo musical do ritmo de edição de imagens é aniquilar a possibilidade de apreender e compreender o videoclipe. É no tensionamento entre esses dois ritmos que se constitui este audiovisual. As regras que regem o ritmo musical e aquelas que norteiam o ritmo imagético entram em negociação, quando há a reunião entre imagem e música no clipe. E nesta negociata, não se pode afirmar que cabe à edição de imagens, por exemplo, a ênfase dramática; nem tampouco, inferir o ritmo do clipe a partir do tempo de duração de cada plano ou composição de imagens.

A chave de acesso ao videoclipe, portanto, não está nas narrativas habituais do cinema e da televisão, porque encontra-se no ritmo, ou seja, numa narratividade construída a partir do encontro tensivo entre ritmo musical e ritmo imagético. Como foi dito anteriormente, o ritmo, no videoclipe, não é nem especificamente sonoro, nem visual:

Em outros termos, quando um fenômeno rítmico nos chega por um caminho sensorial, este caminho, vista ou ouvido, não é mais do que o canal pelo qual nos chega o ritmo. Depois de haver entrado no ouvido ou olho, o fenômeno nos afeta em alguma área cerebral conectada com as áreas da motricidade e somente neste nível é ritmicamente decodificado. (CHION, 1993, P.130).

A narratividade do videoclipe é configurada a partir do ritmo, o qual se desenvolve também pelo jogo entre presenças e ausências dos pontos de sincronização. E o ponto de sincronização consiste numa manifestação da sinestesia, onde “não se deve confundir o som e a imagem com o ouvido e a vista” (idem, p.128). A sinestesia, por sua vez, é a noção chave para compreender o videoclipe, ou seja, e parte essencial no processo de produção de sentido do clipe.

Se foi legado, a partir de Fabbri, que a narratividade é um ato de configuração de sentido, que pressupõe uma reciprocidade entre forma de expressão e forma de conteúdo (1999), tem-se, aqui, argumentos para inferir que a narratividade do videoclipe é acessada a partir das noções de ritmo e sinestesia e do conceito de pontos de sincronização.

#### **2.4 Entre a fragmentação e uma “nova” linearidade: o videoclipe**

Ao concluir que o videoclipe escapa, na maioria das vezes, às regras e normas das narrativas habituais da literatura, cinema e televisão e instaura uma narratividade a partir do ritmo, não se inicia uma labuta para mapear uma ruptura ou reservar ao clipe uma posição de total novidade. Como vem sendo mostrado ao longo deste trabalho, o audiovisual em questão filia-se às “estruturas narrativas do pop” e também se apropria de estratégias de endereçamento do cinema e da



televisão. Ao longo das últimas duas décadas, entretanto, o clipe revelou-se um espaço simpático às experimentações, o que contribuiu para a disseminação de determinados rótulos, como “fragmentado” e “sem linearidade”.

Para Dancyger (2003), o clipe mantém uma certa fidelidade ao legado recebido da vídeo-arte, do curta metragem e do cinema experimental, ou seja, a necessidade de experimentação. Ao citar o trabalho de diretores como Luís Buñel, Maya Daren e Andy Warhol e compará-lo ao videoclipe, Dancyger salienta que a única diferença entre ambos é “o papel do som, particularmente da música, como a base do formato” (p.196). O autor, pesquisador da área de edição e montagem no audiovisual, trata o videoclipe como um estilo, que não tem a necessidade de desafiar a trama, todavia o imperativo de criar um sentimento, a partir da música:

Aqui estão os primeiros elementos estilísticos do videoclipe. A base do formato é a música. A narrativa é o menos importante, o sentimento é o mais importante. Do ponto de vista da montagem, isso traduz-se em fazer o jump-cut mais importante do que o corte contínuo. Também implica na centralidade do ritmo. Dado o baixo quociente de envolvimento da narrativa, é no ritmo que está o papel da interpretação. Conseqüentemente, o ritmo torna-se a fonte de energia e de novas justaposições que sugerem anarquia e criatividade. (p.193)

Dancyger é bem claro ao pontuar a música como base do videoclipe e o ritmo como fundamental para “configuração do sentido”, a sua preocupação, contudo, é a edição e ele é pouco explicativo quando se refere ao termo narrativa, tratando-o como o “contar de uma história”, não deixando explícito se nos moldes da ruptura-ação-resolução. Não é necessário aqui voltar à discussão se o videoclipe é ou não narrativo, porque já acordamos que ele tem narratividade, e, cumprida essa etapa, vale considerar as contribuições trazidas pelo autor.

Ao reconhecer no videoclipe, primeiro, que o ritmo é o elemento central e, segundo, que não está descartada a possibilidade do “contar” uma história, Dancyger serve como mais um guia para que se olhe o videoclipe não apenas como o lugar da anarquia audiovisual, mas detentor de uma lógica diferenciada. Para Machado:

(...) Na verdade, não existem razões para a obediência aos cânones clássicos de continuidade pela simples razão de que pouquíssimos clipes são realmente narrativos, nos sentidos literário e cinematográfico mais habituais. O que se vê com maior frequência nos clipes é algo assim como um efeito de narração, ou um simulacro de ficção, sugeridos por cenas isoladas, mas que não engrenam jamais uma continuidade narrativa de tipo clássico (MACHADO, 2000, p.180)

Aqui, mais importante do que levantar argumentos para corroborar com esta discussão, é entender como os elementos musicais e os elementos imagéticos se relacionam entre si para conferir uma narratividade ao videoclipe. A narratividade do clipe está centrada no ritmo (englobando pontos de sincronização e sinestesia), mas o clipe também pode apresentar o desenvolvimento de uma trama, ou seja, contra uma história com referência na lógica “ação-ruptura-resolução”. E neste sentido, demarcamos dois modelos extremos de videoclipe, levando em consideração, claro, a existência de outras organizações estruturais entre uma extremidade e outra, pontuamos: de um lado: videoclipes com narratividades configuradas a partir do ritmo e da trama; e do outro, videoclipes com narratividades configuradas a partir do ritmo sem a trama. Em outros termos, consideramos, em pontos opostos de uma classificação, videoclipes preocupados também em contar uma história - “trata-se de uma nova forma de contar histórias visualmente. Parte narrativa, parte atmosfera, som intenso e imagem rica” (DANCYGER, 2003, p.194) –

e videoclipes voltados, prioritariamente, ao envolvimento do telespectador, como diria Dancyger, num determinado (s) “sentimento(s)” da música:

Quando a trama é menos importante , incidente, adquire-se um sentido diferente e o personagem transforma-se no mais importante. Quando a lógica da progressão da trama é menos fundamental, a fragmentação pode ser mais freqüente. O tom, a intercalação de humores, a fantasia, as brincadeiras, o pesadelo, tudo pode ser justaposto mais prontamente porque sua contribuição para a progressão da trama é desnecessária. (DANCYGER, 2003, p.193)

A insistência no fato de que há videoclipes que se dedicam a contar histórias, muitos seguindo, inclusive, a tradicional ordem início-meio-fim, traduz-se como uma contrapartida aos rótulos de “fragmentado”, “anárquico”, “caleidoscópio de sensações”, entre outros. Essa reação não esconde o fato de que existem algumas características que definem e identificam o clipe. Para Dancyger (2003), estas características são: a) a importância do sentimento (a música como detonador deste sentimento, cabendo à letra definir o estado emocional); b) o declínio da trama; c) a montagem descontínua (a obliteração das noções de tempo e espaço, através das escolhas de montagem) e d) o estado auto-reflexivo do sonho ( segundo o autor, o videoclipe cria um espaço de sonho, mas avisa ao espectador sobre este estado, por exemplo, quando o cantor olha diretamente para a câmera). Nem todas essas características podem ser afixadas, de uma só vez, aos diferentes videoclipes, elas funcionam muito mais como baliza para sinalizar um audiovisual, que é reconhecido por algumas especificidades, sujeitas também à negação.

Muitas dessas características atribuídas ao clipe têm uma dívida, como já mostrado antes, com a música pop. Ao mesmo tempo em que explicita este vínculo e faz dele uma estratégia de aproximação com o público, o videoclipe também busca

autonomia. Goodwin (1992) sinaliza alguns dos caminhos, através dos quais o clipe é relativamente autônomo:

a visualização da música pode ir além do seu significado;

o videoclipe busca encorajar o espectador a vê-lo repetidas vezes;

o videoclipe pode promover outros produtos (como filmes)

e os clipes podem narrativizar/ disparar imagens do stardom que extrapolam qualquer música individualmente. (O autor refere-se ao fato do star-text superar o videoclipe, ele dedicou-se ao estudo de casos, como Madonna).

Estas observações de Goodwin inserem o videoclipe numa dimensão mais ampla das estratégias de endereçamento do pop, que é a da indústria fonográfica. O clipe coloca a música e o artista numa rota de divulgação diferenciada, que não é contemplada nem quando a música é tema de programa televisivo (novela, miniséries, seriados), trilha sonora de filme ou sucesso nas paradas das rádios, mas uma rota traçada também sob a dinâmica da reiteração se seguindo os mesmos mandamentos da economia da indústria musical.

Goodwin (1992) reconhece na organização narrativa do videoclipe marcas dos códigos da televisão de entretenimento e técnicas de edição e montagem mais comumente usadas pelo cinema, entretanto, o autor não se refuta de ser enfático ao considerar que as regras de visualização do videoclipe podem ser explicadas pela relação com a música: especificamente pela sinestesia e pelos endereçamentos do pop, que envolvem não apenas a questão da estruturação da canção, mas também os aspectos de uma economia organizacional da indústria fonográfica. Por conta disso, o videoclipe não pode ser compreendido com base em uma ou duas apreciações, individualmente. Para a maioria dos consumidores, o clipe é apreciado no contexto da variação de graus de familiaridade com a música, a

letra, os cantores pop e suas performances. Por esta razão, a análise não pode se limitar a dissecar o produto em seus aspectos plásticos, é preciso considerar a dimensão mediática, aspectos ideológicos e sociológicos que envolvem a produção e o consumo do clipe.

### **3. DA ANÁLISE DO VIDEOCLÍPE: UMA ABORDAGEM DOS ASPECTOS PLÁSTICOS E MEDIÁTICOS A PARTIR DAS NOÇÕES DE GÊNERO MUSICAL, CANÇÃO POPULAR MASSIVA, PERFORMANCE E NARRATIVIDADE (RITMO)**

O que levar em conta na análise de um videoclipe? Esta é a pergunta que justifica e norteia este capítulo da pesquisa. Com base nas reflexões desenvolvidas até aqui, parece que são deficitárias as abordagens que privilegiam os aspectos imagéticos em detrimento dos sonoros. Tentar abarcar as especificidades do clipe importando os estudos desenvolvidos nas áreas do cinema e da televisão também se apresenta como uma solução rápida e fadada a deixar muitas lacunas. O primeiro passo deste percurso consiste em reconhecer o videoclipe como um audiovisual, o que impele o analista a considerar o “contrato” entre som e imagem, segundo Chion (1993), ou seja, o tensionamento entre elementos imagéticos e sonoros. Não se pode perder de vista ainda que o formato clipe é concebido a partir de uma música e ambientado na lógica da indústria fonográfica. Desta forma, torna-se, praticamente, imperativo pensar no videoclipe a partir de seus aspectos plásticos e mediáticos.

### 3.1 Do texto ao contexto<sup>50</sup>: os aspectos mediáticos na análise do videoclipe

Ao longo deste trabalho, o videoclipe vem sendo localizado como parte do processo de mediatização da música e herdeiro de uma organização estrutural do pop<sup>51</sup>. Este legado, entretanto, não se restringe aos aspectos técnicos e formais (à dimensão plástica), mas abrange toda a esfera promocional e mercadológica que constitui e, em certa medida, legitima o pop<sup>52</sup>. A produção de sentido, assim, ocorre na conjunção e convergência de uma variedade de textos<sup>53</sup> e de suas funções e usos promocionais. “A implicação disto para a análise do videoclipe é que se torna impossível compreender o sentido de qualquer clipe individualmente sem considerar sua relação com o vasto mundo da cultura pop” (GOODWIN, 1992, p.25).

Na esfera da música pop, um único produto e/ou sua respectiva promoção, através da propaganda, não é suficiente para a configuração do sentido. Os produtos de veiculação da música, o compact disc, o DVD, o VHS ou a fita cassete (este último, quase em desuso), carecem, alerta Frith (1996), de outros formatos para sustentar a produção de sentido do pop, como posters, revistas, shows ao vivo, filmes, programas televisivos, entre outros. Além disso, o formato videoclipe permite a circulação da música por roteiros não previstos anteriormente,

---

<sup>50</sup> Definições para texto e contexto, segundo Eco e Fabbri.

<sup>51</sup> Ver capítulo 1, páginas ..., quando é mostrado um percurso de desenvolvimento da tecnologia musical da execução musical que permitiram o reconhecimento do videoclipe e também garantiram sua legitimação dentro de um contexto produtivo já vigente e aceito pela audiência.

<sup>52</sup> “Música popular massiva está diretamente ligada ao formato canção e ao seu desenvolvimento a partir dos aparelhos mediáticos, já música pop pressupõe uma série de valores, ligados às especificidades das condições de produção e reconhecimento das chamadas grandes gravadoras e de uma certa “acessibilidade” das temáticas e das sonoridades presentes em determinadas canções. Estudar essas diferentes formas de valoração e circulação da canção popular massiva é uma forma de perceber como grande parte de nossas práticas culturais está diretamente vinculada à configuração mediática de determinados objetos em seus aspectos plásticos e comerciais” (JANOTTI Jr, 2005 .....)

<sup>53</sup> o conceito de texto trabalho por Eco e, depois, ampliado por Fabri que é o adaptado nesta pesquisa. Colocar em notapé as definições dos autores.

afinal de contas institui também uma forma de fazer a música circular internacionalmente. A produção do sentido do videoclipe, portanto, se dá no percurso das regras da produção às regras de consumo. E a demanda promocional explica muito do seu caráter textual (GOODWIN, 1992).

Por conta das especificidades do pop, o clipe não pode ser contemplado isoladamente num processo analítico. Ele sempre faz parte da estratégia de lançamento de um novo álbum, cujo consumo é respaldado também pela entrevista na televisão, pela foto na revista, enfim, por uma dinâmica promocional que envolve toda a cadeia mediática num esquema de intertextualidade. A análise somente textual do videoclipe não se adapta ao crescente processo intertextual da indústria fonográfica. E o fio condutor que oferece unidade a essas complexas relações é o star system, o qual garante longevidade aos investimentos de marketing.

Aqui, vale à pena retomar algumas idéias já expostas neste trabalho e traçar novas reflexões na tentativa de compreender como e por onde abordar o videoclipe. Dentro da dinâmica da indústria fonográfica, o desenvolvimento do videoclipe é respaldado por duas mudanças: 1) no fazer musical que, a partir, principalmente, do New Pop, legitimou o play back, o uso de samples e de outras máquinas que levaram ao palco instrumentos ou vozes que não dispunham de uma presença ao vivo; 2) na atenção dispensada ao marketing e à fabricação da imagem do stardom. Essas mudanças precederam o videoclipe e permitiram o reconhecimento e aceitação deste produto pela audiência. O clipe, por sua vez, potencializou e consagrou novas formas do fazer musical e a necessidade de uma fabricação da imagem do stardom no seio da indústria fonografia, mas também envolveu outras tendências e se tornou numa mixagem de mídias e textos (GOODWIN, 1992, p. 25).



A partir destas considerações, a proposta de compreender como se dá a visualização da música no videoclipe torna-se mais complexa. Os conceitos de ritmo e sinestesia, apresentados no capítulo anterior, trazem uma dimensão mais plástica do produto e não contemplam o videoclipe enquanto uma mercadoria promocional sintonizada com as demandas da indústria fonográfica. Para avançar mais, é preciso contemplar o videoclipe na dinâmica da cadeia mediática, abordá-lo como um produto que segue a organização estrutural do pop e atende aos reclames da indústria musical. Por este viés, o aspecto promocional é indissociável do mediático e para compreender esta dimensão é preciso seguir as pistas do star system.

### **3.1.1A noção de star system e a análise do videoclipe**

Uma análise textual do videoclipe não pode ignorar as interseções entre a produção e o consumo, em outras palavras, não pode abrir mão do contexto<sup>54</sup>. Como já explicitado, a fita cassete, o dvd, o CD e o VHS, enquanto mercadorias, falham no processo de produção de sentido se não houver os suplementos (entrevistas dos intérpretes, pôsteres, fotografias em revistas, shows ao vivo, etc) e até a própria música constitui também um veículo promocional, quando associada, por exemplo, a uma determinada marca, serviços corporações etc (Frith, 1996). Da mesma forma, o videoclipe não promove somente a música e embora contenha o “vender”, esse “tom mercadológico”, ele também o excede (Goodwin, 1992). O videoclipe não é expressão apenas da música e sua visualização, mas também um “espaço’ de circulação da musica, definido pela lógica da indústria fonográfica, e um

---

<sup>54</sup> Comentar mais uma vez o que entendemos por contexto.

espaço de “fabricação” do star system. Segundo Goodwin (1992), esse elo entre a produção e o consumo é traçado pelo star system, prioritariamente, em duas instâncias:

- 1) a criação e a caracterização da identidade do star pop provêm do ponto da identificação do ouvinte-espectador; 2) a construção da identidade do star é central para a economia da indústria musical (p.98).

Na “fabricação” do star system há um jogo constante entre o extraordinário e o ordinário. O ídolo que provoca empatia e permite ao espectador se reconhecer nesta imagem, também precisa apresentar algo de inatingível, que o diferencia dos demais. E as estratégias usadas nos videoclipes para provocar essa identificação são as mais variadas e, muitas vezes, não se limitam a construir um senso de comunidade entre músico e fã, mas também entre o(s) grupo(s) de músicos. Há videoclipes que apresentam o trabalho “duro” dos músicos e funcionam como “pseudodocumentários” ao usar discursos cinematográficos e televisivos, atrelados ao caráter de legitimidade existente em torno da situação de facticidade. Nesse tipo de videoclipe, vale ressaltar, não há uma preocupação em construir imagens associadas ao tema da música: “A explanação aqui é, sem dúvidas, que o componente essencial na narrativa dos videoclipes não consiste na letra das músicas, mas no star-text que a enquadra” (GOODWIN, 1992, p.108).

O exemplo citado é apenas uma demonstração da variedade de sentidos que o stardom pode trazer para o consumo, o que é sempre muito funcional do ponto de vista da indústria fonográfica. Não se pode perder de vista que a persona<sup>55</sup> de uma estrela pop, construída através da cadeia mediática, trata-se de um mecanismo para garantir vida longa aos investimentos feitos pelas grandes corporações e gravadoras. Desta forma, a construção do star system é sempre

---

<sup>55</sup> Colocar também uma notapé para persona (?)

balizada pelo horizonte de expectativa<sup>56</sup> do público em relação a determinado cantor ou músico. A iconografia pop, referências culturais, convenções de figurinos, cenários e direção de arte enunciados ao longo da carreira, biografia do cantor, imagens e informações que circulam na imprensa, capas de discos, pôsteres, filmes e apresentações televisivas convergem para a construção do star system e compõem uma bagagem prévia, um arsenal que é acessado pelo espectador ao entrar em contato com o videoclipe. São dados e referenciais imagéticos que, segundo Goodwin, constituem o “semblante” do videoclipe, “uma das chaves para compreender a produção de sentido musical antes da intervenção de uma imagética videográfica”. (GOODWIN, 1992, p. 50). Aqui, vale frisar que o videoclipe também é um recurso importante nesta fabricação do star system. Para elucidar isto, pensemos no lançamento do videoclipe de uma estrela consagrada do pop. No ‘semblante’ deste novo produto, haverá também os clipes anteriores, ou seja, as personas já incorporadas pelo cantor (a) ou banda. É um movimento em espiral, no qual o star system é formado por meio de um conjunto de “histórias”, uma narrativa imagética do cantor, segundo Goodwin:

Os tipos de imagens de persona e stardom apresentados no videoclipe muito claramente dizem respeito à estrutura da carreira. relata a estrutura da carreira. Porque isso é a narrativa, mais que uma história em si, isso é a ficção central na musica popular, a construção da personalidade e identidade em torno dos músicos pop é fundamental para o sucesso. (1992, p.114)

Este conceito de narrativa imagética não será tensionado, a fim de que não ocorra um desvio do percurso reflexivo, entretanto é valioso absorver essa idéia de que o star system não é algo cristalizado, mas pulsa no itinerário traçado pela

---

<sup>56</sup> Tem que colocar notapé, explicando o que aqui é entendido por horizonte de expectativa.

carreira do cantor ou banda, não apenas através do que é produzido para ser apresentado ao público, mas também pelo que escapole ao controle das gravadoras ou assessorias e é divulgado na condição de dado biográfico. A fabricação do star system opera por convergências e reunião de elementos. Aqui, surge a indagação de como fica a análise do videoclipe a partir desta noção ?

Com marcas sociológicas e ideológicas, o star system transita do texto ao contexto, num entre mundos, e, assim como “atravessa” o produto, também está inscrito nele enquanto instrução de acesso e leitura. Localizado como uma interseção entre a produção e o consumo, o star system é balizado pelo horizonte de expectativa do expectador, em outras palavras, pressupõe um ouvinte/espectador em potencial.

Num primeiro momento analítico, o star system no videoclipe é margeado por meio da noção de gênero musical, uma vez que, “grande parte da apropriação da música popular massiva é efetuada a partir de sua classificação genérica”. (JANOTTI, 2003b: p. 31??). A idéia de gênero musical puxa também a de canção popular massiva e ambas vão funcionar como balizas e referencias para a produção e consumo do videoclipe. Já o conceito de performance vai permitir essa identificação do star system, através da observação de elementos como voz, cenário, figurino, encenação e dança. A performance consiste numa personalização da música pop, solicitada pela dinâmica mercadológica da indústria fonográfica. E, finalmente, não é possível pensar na narratividade de um videoclipe, sem contemplar o star system, que também é agente no processo de configuração de sentido. Assim como as noções de ritmo e sinestesia e o conceito de pontos de sincronização compõem a narratividade de um videoclipe, o star system também faz parte do que se apresenta, segundo Fabbri, como “concatenações e transformações

de ações e paixões”. Não é raro encontrar exemplos em que “ficção, narrativa e identidade no videoclipe são geralmente localizados no nível do star text” (Goodwin, 1992, p.101).

O star system, porém, é apenas um dos aspectos que podem ser analisados a partir dos conceitos de gênero musical, canção popular massiva, performance e narratividade. Se as perguntas instigadoras da análise são: 1) Como se dá a visualização da música no videoclipe? e 2) De que forma (a partir de que elementos) é construída uma narratividade neste audiovisual?, impõe-se de maneira desafiadora a contemplação das dimensões plástica e mediática no processo analítico.

### **3.2 Análise do videoclipe a partir das noções de gênero musical e canção popular massiva**

Retomar a idéia de gênero numa tentativa de definição dos parâmetros analíticos para o videoclipe é uma aposta respaldada no enquadramento do gênero como estratégia comunicacional, mediador entre produção, circulação e consumo. Esta é noção desenvolvida nos trabalhos do Grupo de Pesquisa em Mídia e Música Popular Massiva<sup>57</sup>, que parte dos Estudos Culturais e estabelece vínculos com a Semiótica no sentido de desenvolver a reconhecer o gênero musical como “uma definição da música em relação ao mercado ou, de maneira correlata, o mercado na música” (Frith, 1998, p.76). Nos estudos realizados até o momento, já foi detectado que as rotulações genéricas têm um papel crucial para a indústria fonográfica. “A

---

<sup>57</sup> Vinculado ao Programa de Pós Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, o grupo é coordenado pelo professor Dr. Jeder Janotti Jr.

catalogação por gênero influencia no modo como a indústria fonográfica direciona seu produto para o consumidor em potencial, como também é parte dos julgamentos de valor que perpassam o consumo musical” (JANOTTI Jr, 2003b).

### 3.2.1 Os gêneros mediáticos

Mas, antes de demarcar o gênero musical e buscar uma interação com a análise do videoclipe, é necessário percorrer um trajeto que delimite, num primeiro momento, o gênero mediático. Para Gomes, pesquisadora dos programas televisivos, em especial dos telejornais, a noção de gênero configura-se como estratégia textual, uma indicação de leitura inscrita no próprio texto. Partindo do conceito de texto, desenvolvido por Umberto Eco<sup>58</sup>, Gomes ressalta:

(...) um gênero é um modo de situar a audiência televisiva (ou os leitores), em relação a um programa, em relação ao assunto nele tratado e em relação ao modo como o programa se destina ao seu público. Nessa perspectiva, gênero é uma estratégia de interação e investir numa abordagem dos gêneros televisivos pode significar ultrapassar a dicotomia entre análise do produto televisivo e análise dos contextos sociais e sua recepção”(2002, p.2)

Desta noção, é possível destacar que o gênero é apresentado como um “entre” o texto e o contexto. “Na verdade, os gêneros delimitam as produções de sentido, demarcando a significação e os aspectos ideológicos dos textos, bem como o alcance comercial (o público alvo) dos produtos mediáticos” (JANOTTI Jr, 2004, ...). Os gêneros definem-se, então, como modos de mediação entre as estratégias

---

<sup>58</sup> “Um texto é um dispositivo concebido para produzir seu leitor-modelo. Repito que esse leitor não é o que faz a “única” xunjetura “certa”. Um texto pode prever um leitor modelo com direiro de fazer infinitas conjeturas”(eco, 1993, p.75)

produtivas e o consumo<sup>59</sup> e, portanto, como um recurso analítico que permite ir além de uma abordagem imanente.

Assim , o crítico ou analista pode partir das relações que vão do texto ao contexto, dos músicos à audiência, do gênero aos relatos críticos, dos intérpretes ao mercado para dar conta das questões que envolvem a formação dos gêneros musicais. (BRACKETT, 2000, p.03).

Se o gênero mediático opera como mediador e traz instruções de leitura e uso, ele é definido por um conjunto de elementos que envolve as dimensões textual, sociológica e ideológica, traçando sempre um itinerário de mão dupla entre a produção e o consumo. Com base nestas concepções, Janotti Jr (2004) aponta algumas características do processo de produção de sentido dos produtos midiáticos que legitimam o uso da noção de gênero para operações analíticas no campo da comunicação:

1. Toda produção de sentido na cultura midiática pressupõe uma manifestação material ancorada nos aspectos expressivos dos produtos, em suas particularidades e na materialidade dos suportes em que esses produtos circulam.

2. A análise da produção de sentido dos produtos midiáticos deve levar em consideração tanto as condições de produção, bem como as condições de reconhecimento inscritas nos produtos e localizadas em suas apreciações como textos

3. todo texto pressupõe estratégias de leitura, delimitando assim as possibilidades de produção de sentido dos produtos midiáticos em meio a um determinado contexto histórico e social.

---

<sup>59</sup> colocar o livro de barbero

4. toda produção de sentido remete ao campo social. Todo fenômeno social é um processo de produção de sentido.

5. Ampliando os aspectos abordados nos itens 3 e 4, pode-se afirmar que os espectadores/ leitores/ ouvintes orientam suas expectativas em relação aos textos midiáticos de acordo com o reconhecimento das estratégias de comunicação inscritas nesses produtos.

6. Os generos midiáticos seriam então modos de mediação entre as estratégias de produção e o sistema de recepção, entre os modelos e os usos que os receptores fazem dos produtos midiáticos através das estratégias de leituras inscritas nesses produtos.(JANOTTI Jr, 2004, p.5)

Todos esses fatores posicionam o gênero como estratégia de comunicabilidade. As rotulações genéricas servem como direcionamento do produto para um público em potencial e, além disso, indica, textualmente, como este produto deve ser “lido”. Aqui, fica claro que as catalogações e rótulos pressupõem horizontes de expectativa<sup>60</sup>. E esta é a brecha, que permite enquadrar o gênero musical como gênero midiático: . Assim:

(...) nomear uma canção com o rótulo de música pop envolve localizar estratégias de convenções sonoras (o que se ouve), convenções de performance (o que se vê, que corpo é configurado no processo auditivo), convenções de mercado (como a música popular massiva é embalada) e convenções de sociabilidade (quais valores são “incorporados” e “excorporados” em determinadas expressões musicais)”. (JANOTTI Jr., 2005, ....)

---

<sup>60</sup> CONVERSAR COM JEDER O termo “horizonte de expectativas” deriva dos estudos da Hermenêutica e da Teoria da Literatura que propunham perceber de que forma se operavam os princípios da interpretação sobretudo de textos poéticos, tendo como base a identificação de alguns conceitos pré-existentes que orientavam e condicionavam a leitura de alguns destes textos. Teóricos do Formalismo Russo como Roman Jakobson, passando por Michael Riffaterre e chegando aos estudiosos da Estética da Recepção como Hans Robert Jauss, Wolfgang Iser e Hans Ulrich Gumbrecht trabalharam os conceitos de “horizonte de leitura” ou “horizonte de expectativas” relacionando-o ao que chamaram de efeito estético. No campo da Comunicação, o termo “horizonte de expectativas” é articulado a estudos de Recepção, bem como a noções de gêneros nos Estudos Culturais e na perspectiva de uma Estética da Comunicação, entre outros. Para mais informações: COSTA LIMA, Luiz (org.). *Teoria da Literatura em Suas Fontes – Vol.2*. 3.ed. Civilização Brasileira: Rio de Janeiro, 2002.



### **3.2.2 Gênero musical, canção popular massiva e análise do videoclipe**

Esse preâmbulo sobre o gênero mediático e o gênero musical não consistiu num mero preciosismo, mas teve a função de lançar algumas idéias e reflexões que vão ser pinçadas, agora, numa tentativa de interação entre o gênero musical e a análise do videoclipe.

Enquanto um produto integrado à indústria fonográfica, o videoclipe também é concebido a partir do horizonte de expectativa do gênero musical. Aspectos plásticos e midiáticos da visualização da música no clipe são, de certa forma, balizados também pelas rotulações genéricas da música popular massiva e seus respectivos horizontes de expectativas. A noção de gênero musical vai ser uma porta de entrada para abordar este “entre” texto e contexto do processo de produção de sentido do videoclipe, uma vez que congrega elementos semióticos da canção, entrelaçados com determinadas perspectivas econômicas, mercadológicas e culturais. Segundo Soares, é importante considerar que:

a) a produção de videoclipes está inserida numa dinâmica que leva em consideração horizontes de expectativas gerados a partir de determinadas regras de gêneros musicais; b) a imagética de um videoclipe articula pólos de produção de sentido que atravessam tanto as cenografias dos gêneros musicais quanto às narrativas específicas dos artistas da música pop; c) o clipe articula uma composição músico-imagética que se projeta em direção ao público, levando em consideração valores articulados aos gêneros musicais sintetizados na obra audiovisual. (SOARES, 2005, p. 03)

É necessário, como marco inicial deste processo analítico, estabelecer as articulações entre elementos sonoros e elementos imagéticos no videoclipe a fim de

observar de que forma e até que ponto a “visualização da música” é margeada pelas regras e convenções dos gêneros musicais. Sem a pretensão de limitar-se a averiguar uma possível adequação ou subversão entre o gênero musical e o videoclipe, o processo analítico não deve perder de vista que o gênero musical constitui um agente importante no processo de produção de sentido do videoclipe. As pistas oriundas de uma rotulação genérica para a visualização da música no clipe são indicações passíveis de serem absorvidas e/ou negadas. Qualquer uma das alternativas, porém, não descarta o gênero como referencial de produção e consumo.

Os gêneros musicais devem ser considerados a partir das regras semióticas, econômicas, técnicas e formais. Mas o reconhecimento e a nomeação de um determinado gênero advêm da materialização de certas convenções. Se partirmos da idéia de que o gênero musical direciona o produto a um consumidor em potencial, então, de certa forma, esse gênero ou já é sabido, ou será detectado durante o processo analítico. A análise do videoclipe, a partir do conceito de gênero, pode ser dividida em dois momentos: 1) a identificação, através das regras semióticas, econômicas, técnicas e formais, de um gênero musical como horizonte de expectativa para a produção do videoclipe e 2) a definição, através da localização das convenções, de qual gênero fez esse encaminhamento. O desafio entretanto, é identificar como regras e convenções genéricas são visualizadas no videoclipe.

No que diz respeito à regras do gênero musical, JANOTTI Jr. esclarece:

1. Regras econômicas que envolvem as relações de consumo (e os endereçamentos presentes nesse circuito) nos processos de produção, difusão e audição do produto musical;
2. Regras semióticas que abarcam as estratégias de

produção de sentido e as expressões comunicacionais do texto musical, além da conformação de valores ligados ao que é considerado autêntico em detrimento da música 'cooptada', ao modo como as expressões musicais se referem a outras músicas e como diferentes gêneros trabalham questões ligadas aos modos de enunciação, às temáticas e às letras; 3. Regras técnicas e formais, como as convenções e habilidades que cada gênero pressupõe dos músicos, ritmos, alturas sonoras e nas relações entre voz e instrumentos, palavras e música. (JANOTTI JR, 2003: p.36)

Num exercício de identificação de como essas regras podem ser visualizadas no videoclipe, Soares (2005) descreveu situações e condições dessa transposição, muitas vezes, citando exemplos já conhecidos do universo pop. Aqui, retomaremos alguns desses apontamentos e indicaremos outras possibilidades. A visualização das regras econômicas no videoclipe ocorre desde a localização da persona do star system até o mapeamento do itinerário de circulação do clipe (lançamento concomitante com o álbum, exibição em programas televisivos, festivais musicais etc). Esse percurso está atrelado ao engajamento do cantor ou banda seja com grandes corporações ou com selos independentes. As próprios recursos de captação de imagens, montagem e pós produção usados no videoclipe revelam um pouco da estrutura econômica por trás do produto e de suas estratégias de endereçamento.

A visualização das regras semióticas, por sua vez, abarcam desde a articulação entre elementos imagéticos e sonoros para a produção de sentido (como se dá a narratividade, através do conceito de ritmo) até a demarcação das estratégias que figuram o star system e o audiovisual como autêntico ou cooptado. A

relação entre imagem e letra da música, os modos de enunciação do star system, seja na conexão imagem/música, seja no entorno contextual, também figuram aqui.

Já a visualização das regras técnicas e formais pode ser acessada na observação dos recursos técnicos usados para elaboração da música, captação de imagens e edição do clipe como também através de conceitos como sinestesia, valor agregado e pontos de sincronização. No capítulo anterior, mostramos como a música oferece pistas para sua visualização, através de elementos como letra, arranjo, tempo, harmonia, espaço acústico e ritmo (GOODWIN, 1992). Movimentos de câmera e enquadramentos, recursos de montagem, edição e pós-produção promovem essa visualização da música num processo sinestésico de produção de sentido. A música ainda traz inscrita sua performance e esta pode ser potencializada no videoclipe (trataremos da performance logo em seguida).

Ainda sobre as regras técnicas e formais, é premente salientar a estruturação reiterativa da canção popular massiva e sua visualização no videoclipe. Marcada pela regularidade rítmica e melódica que privilegia os refrões e temas recorrentes, a canção traça uma espécie de percurso, cujo referencial de desenvolvimento é o refrão. O momento do “cantar junto”, pode representar no videoclipe o que Goodwin (1992) denomina de “gancho narrativo”, disposição imagética mais impactante, cuja força solicita a atenção do espectador e se constitui como “trecho imagético” a ser capturado pela memória. O gancho narrativo, entretanto, pode ser dissociado do refrão e esta ruptura com o desenvolvimento da canção popular massiva (no qual os versos conduzem ao refrão) deve ser apreciado e flexionado para o entendimento da proposta deste deslocamento.

Na condição de produto midiático, a canção popular massiva é descolada do tempo e do espaço de execução para valorizar também técnicas de gravação/

reprodução. Sons graves e agudos, a sensação de extensão sonora (através do efeito de eco), as distorções, as sonoridades que simulam uma execução em ambientes acústicos distintos podem ser manifestados imageticamente, pelo princípio da sinestesia. Desta maneira, os sons graves podem estar associados a ambientes fechados e o efeito de eco ser manifestado imageticamente através de movimentos de câmera.

A vocação comercial da canção popular massiva que é produzida, muitas vezes, para atingir o maior número possível de ouvintes também reverbera no videoclipe, quando ele assume uma imagética mais universal e segue padrões que facilitam o reconhecimento de uma filiação a determinado gênero. A repetição de determinados atos performáticos por parte do intérprete ou banda, bem como a preferência por um determinado suporte, opções por cores saturadas ou tons pastéis articulam a construção de aparatos imagéticos aos horizontes de expectativa dos gêneros musicais (JANOTTI, SOARES, 2005).

Não há a pretensão de esgotar aqui, nem mesmo de apresentar um número expressivo de situações e condições, nas quais essas regras genéricas possam ser visualizadas no videoclipe. O próprio exercício analítico se encarrega de distender mais essas apostas e confirmar a suspeita é de que muitas das descobertas acontecem no processo mesmo de análise.

Uma vez indicadas as regras genéricas que servem como horizonte de expectativa para produção e consumo do videoclipe, o analista pode verificar se é possível rotular o clipe a partir do gênero da canção. Para tanto, é necessário investigar se as convenções musicais reverberam enquanto convenções imagéticas e como isso ocorre. A estratégia da convenção sonora do rock, por exemplo, que modela a voz do cantor e os instrumentos na mesma altura apresenta esta

característica, imageticamente, com o uso de enquadramentos mais abertos. Já a predominância do vocal na MPB é manifestada imageticamente com closes no rosto do intérprete. Alguns gêneros musicais têm a vinculação a selos independentes como argumento de legitimidade e isso é visualizado, seja no clipe produzido com poucos recursos, seja na adoção de enquadramentos ou técnicas de montagem considerados experimentais, desconcertantes e ousados. As convenções de mercado também podem ser contempladas a partir do percurso de circulação do clipe. E as convenções de sociabilidade também ecoam imageticamente. Os clipes de rock que não dispensam a imagem do público no show atendem a uma convenção de sociabilidade, que consagra o consumo do gênero como algo da “tribo” e que está atrelado ao “calor” e a “energia” do ritmo. Cenários soturnos, iluminação sombria, o figurino baseado na jaqueta de couro e calças justas na cor preta são estratégias de convenção de performance, por exemplo, do heavy metal. A citação de alguns rápidos exemplos das estratégias de convenções não abarcam a complexidade e diversidade do tema, que pode ser explorado com mais profundidade na análise. Mas, sobre as convenções de performance é necessário dispensar uma atenção mais cuidadosa. Um processo de comunicação, a performance está conectada ao gênero e é incorporada por gravadoras, músicos, críticos e ouvintes/espectadores enquanto horizonte de expectativa.

### 3.3 Performance e canção popular massiva na análise do videoclipe

O videoclipe é, por excelência, um espaço de potencialização da performance já inscrita na própria música. Para Frith (1996), ouvir uma música é consumir também a sua performance. A voz do cantor (com entonações e movimentos), o ritmo que pressupõe uma dança e o cenário sugerido pela sonoridade são traços performativos, através dos quais a canção se apresenta. O próprio gênero musical presume uma determinada performance, um ato comunicativo que só se concretiza no encontro entre música e ouvinte (Zumthor, 2000). Assim como o gênero, a performance constitui um entre o texto e o contexto, mediação entre produção e consumo, o que dificulta traçar os limites dos traços performáticos no texto musical e nos seus aspectos mercadológicos.

No videoclipe, a abordagem da performance abarca duas instâncias: de um lado, tem-se a performance inscrita na música e sua visualização no clipe; do outro, a performance construída a partir da lógica do star system. No consumo, essa separação não ocorre e nem poderia ser provocada. A divisão, aqui, atende a uma exigência analítica.

Com o estabelecimento da cadeia das mídias, o termo performance deixa de referir-se apenas à execução para envolver também uma performance midiática. Em relação à música, Fraga observa: “(...) Em uma gravação, por trás do som gravado há uma gestualidade própria, uma plasticidade que denuncia a presença de um corpo. Por outro lado, a própria audição é performática.” (2005, p.6). Esse corpo não pode ser visto, mas, por meio da voz, é possível ter acesso ao seu sexo, seus sentimentos e sensações, manifestadas no cantar como traços performáticos. “Como ouvintes, estamos aptos a reconhecer esses traços e “dar vida” a canção a

partir de nossas próprias experiências – seja ela cotidiana, no conhecimento das diversas entonações, interjeições, ou mesmo musical, no conhecimento dos diversos gêneros musicais e suas convenções” (Idem, ibidem). Todavia, se à música é associada a uma visualização através do videoclipe, o corpo apresenta-se, além da voz, em gestos, dança, trajando um figurino específico, encenando e/ ou interpretando a canção e ambientado num determinado cenário. Há, então, a coexistência da performance virtualizada na música e aquela apresentada no clipe. Cabe ao analista apontar os encontros e desencontros entre ambas e indicar as estratégias comunicativas disparadas nessa articulação. Lembrando-se sempre que a performance situa-se num contexto cultural e situacional e opera enquanto reconhecimento, à medida que faz passar algo da virtualidade à atualidade (Zumthor, 2000).

No que se referente ao star system, a performance atravessa o texto, de forma mais explícita, para no entorno contextual legitimar o pop e afirmar um grande papel promocional: “A história do pop é, então, a historia da forma que, incrivelmente, tem se tornado mercadoria pela via da gravação e da industria midiática, enquanto isso é ainda casada ao discurso da performance que é essencial para as significações do pop” (Goodwin, 1992, p.28-29). A performance, portanto, deve ser entendida enquanto ato comunicativo e não meio de comunicação, porque comunicando, ela marca e modifica o conhecimento (ZUMTHOR, 2000, p.36-37).

Apesar de não ser possível abarcar com fidelidade todos os elementos que compõem a performance, “porque esta só pode ser apreendida por intermédio de suas manifestações específicas” (Idem, p.50), o processo analítico requer a localização de alguns operadores. Assim, no intuito de dar conta, mesmo com as limitações impostas pelo ato interpretativo, da análise performática do videoclipe,



listamos alguns elementos, a saber: voz, dança e gesto, cenário sonoro, caracterização do cantor e/ou personagem e encenação dramática. A partir destes operadores, propõe-se abordar a performance em seus aspectos plásticos e mediáticos, ou seja, dar conta das especificidades do videoclipe. “Os videoclipes podem ser contextualizados num enquadramento que explique as regras da performance pop nos termos de sua regra essencialmente promocional localizada dentro da multidiscursividade da industria” (GOODWIN, 1992, p.27).

### **3.3.1 Sobre os elementos da performance**

#### **Voz**

Elemento essencial para o formato da canção popular massiva<sup>61</sup>, a voz é o “traço” performático mais expressivo da presença de um corpo na música. Através da voz, é possível reconhecer que cantor ou banda interpreta a canção e “a personalização da musica pop é algo inerente à forma da performance ” (GOODWIN, 1992, p.105).

Na canção, a voz apresenta-se como um som articulado a palavras e não pode ser comparada a um instrumento, porque não dissocia o cantar do que se canta, ainda que o idioma seja estrangeiro ao ouvinte. E tão importante quanto a letra da música é o modo de cantá-la. Não são raras, por exemplo, as comparações entre interpretações distintas de uma mesma canção e, até mesmo, a seleção de qual ficou melhor. A voz não pode nunca ser ouvida como um instrumento sem palavras. O sentido da voz sempre é maior que o puro som e aí está uma das coisas que a diferencia dos demais instrumentos musicais.

---

<sup>61</sup> Definição de Tati para canção

Ouvir a música de um determinado cantor é consumir também a performance inscrita nesta voz. É imaginar o cantor interpretando a canção, é lembrar deste intérprete, reconhecê-lo no modo como a letra foi cantada. No universo da música pop, a voz não está atrelada, necessariamente, à técnica vocal ou à virtuosidade, funciona como a indicação de uma personalidade, um ponto de reconhecimento e identificação entre o ouvinte e o star system.

No videoclipe, na maioria das vezes, o corpo dono da voz não está virtualizado, o cantor não chega ao ouvinte pela memória, mas pela “presença” no vídeo. Além disso, a voz é especializada imageticamente e reverbera no vídeo, por meio de movimentos de câmera, recursos de edição e montagem, efeitos de pós produção etc. Significações específicas das gramáticas televisual e cinematográfica são usadas para traduzir imageticamente a performance da voz. Um exemplo corriqueiro é o close no rosto do cantor(a) para expressar a centralidade e predominância da voz na canção pop.

Ademais, o vídeo acentua os os pontos de ligação da voz com o star system. o grito, o sussuro, a voz acelerada a voz mais lenta, o falsete, a voz rouca ou grave, as ifeitos de distorção “saem” do corpo do ídolo de uma determinada forma, em momentos específicos e muitas vezes, chegam a configurar marcas registradas de determinados artistas.

Frith detalha, em seu estudo, quatro maneiras de tratá-la: como um instrumento musical; como um corpo; como uma pessoa e como um personagem.

Em um primeiro momento, a voz pode ser encarada como qualquer outro instrumento musical; ela tem um timbre, volume e amplitude sonora própria. Parte do sentido da voz vem, precisamente, do modo como ela é emitida (o timbre característico da voz negra, o cantar sussurrado de João Gilberto e os gritos agudos

dos cantores de Heavy Metal). Cada canção, cada gênero musical, apresenta um tipo de voz característica, bem como um tipo de uso característico para esta voz – como trataremos mais tarde.

A relação entre voz e corpo é muito importante para que o processo de escuta se dê. É exatamente ao trazer o corpo da voz para o nosso próprio corpo que escutamos a canção. Tentar atribuir a voz propriedades como gênero natural, orientação sexual, etnia, idade, classe social, como sugere Simon Frith: “Certas experiências físicas, particularmente os sentimentos extremos, são dados em sons vocais além de nosso consciente – sons de dor, desejo, êxtase, medo, o que podemos chamar de articulação inarticulada”. (Frith, 1996 p.192).

O terceiro ponto descrito por Frith não trás muitas contribuições para o estudo da performance. Porém, quando escutamos as canções presentes na mídia, não podemos esquecer a tensão constante entre a imagem do artista e a performance de cada canção. “Como ouvintes, nós assumimos que podemos ouvir a vida de alguém em sua voz” (Frith, 1996 p.186). Assim, uma canção adquire todo um novo sentido ao ser cantada por outra pessoa. O quarto ponto tratado por Frith diz respeito ao modo como o cantor interpreta uma canção, desde a entonação das frases até alguns problemas na escolha da voz enunciativa – que vamos tratar por alto. “Porque o pop é prioritariamente formato canção, porque envolve o uso de voz e palavras, então ele também é uma forma dramática: cantores pop não expressam suas emoções, mas também as interpretam” (Frith, 1996 p.212).

Tal como fazemos no dia-a-dia, é através da entonação do cantor que sabemos se a canção é, de fato, triste, alegre ou mesmo irônica.

Apesar de estar nas fronteiras do questionamento sobre a performance, o estudo da enunciação trás algumas contribuições para se entender a voz na canção

popular. Quando interpreta a canção, o cantor se coloca em uma situação enunciativa complexa. Existe, por um lado, o personagem apresentado como o protagonista da canção. Seu cantor e narrador, que conta a “narrativa” com certa atitude e o tom da voz, mas que também se confunde com o personagem. Além disso, a personalidade do cantor, o que sabemos sobre ele, ou somos levados a acreditar através da publicidade.

### **3.4 A narratividade e análise do videoclipe**

Embora a narratividade já tenha sido tema de reflexão, torna-se necessário voltar ao conceito para ampliá-lo, atendendo a uma especificidade do videoclipe e do processo analítico. No capítulo anterior, foi discutido que a narratividade do videoclipe é configurada a partir do ritmo do audiovisual, ou seja, da articulação entre o ritmo da música e o ritmo da edição imagética. O ritmo, portanto, desenvolve-se pelo jogo entre presenças e ausências dos pontos de sincronização. E o ponto de sincronização é uma manifestação da sinestesia. Em síntese, a narratividade do videoclipe é acessada a partir das noções de ritmo e sinestesia e do conceito de pontos de sincronização.

Se a narratividade é a configuração de sentido a partir da forma da expressão e da forma do conteúdo, uma abordagem no videoclipe tem que levar em conta os aspectos midiáticos: a sua dívida com a estruturação pop, tanto no que diz respeito à organização estrutural do produto quanto no seu aspecto mercadológico. Assim, contemplar a narratividade no videoclipe, é também abarcar a construção do star system na interação som/ imagem e no contexto produtivo da indústria fonográfica.

A imposição deste alargamento dos pontos de observação foi colocada pelas próprias especificidades do produto. A narratividade do videoclipe é sempre configurada a partir do ritmo, podendo ou não haver a trama. A presença ou ausência desta trama traz, na maioria das vezes, uma vinculação com o star system. A construção de personas para o cantor, a predominância do star system sobre a narrativa, o descolamento entre a letra da música e imagem para priorizar os atos performáticos do cantor são estratégias de uma configuração do sentido pela identificação cantor, banda/ ouvinte. Como diria Dancyger: “Quando a trama é menos importante, incidente, adquire-se um sentido diferente e o personagem transforma-se no mais importante” (2003, p.196). E Goodwin (2002) complementa, argumentando que no vídeo clipe, as noções de ficção, a trama e construção de uma identidade são direcionadas para o star system e nivelada pela sua lógica de produção de sentido.

### **3.5 Passos para um procedimento analítico do videoclipe**

Aqui vou apresentar duas abordagens: a de Chion (método masking) e a de Goodwin (que transita do texto ao contexto para construir um processo analítico). feito isso questionaremos e posicionaremos as duas abordagens dentro da nossa proposta e apresentaremos passo a passo o que, por hora, apresentamos como um procedimento analítico. Esse passo a passo consiste em retomar tudo que foi escrito neste capítulo, mas através de tópicos.

A análise do videoclipe, a partir do conceito de gênero, pode ser dividida em dois momentos: 1) a identificação, através das regras semióticas, econômicas, técnicas e formais, de um gênero musical como horizonte de expectativa para a

produção do videoclipe e 2) a definição, através da localização das convenções, de qual gênero fez esse encaminhamento. O desafio entretanto, é identificar como regras e convenções genéricas são visualizadas no videoclipe.

#### 4. AUDIOVISUAL: TENSIONAMENTO DOS ELEMENTOS SONOROS E IMAGÉTICOS NOS VIDEOCLIPES DO U2

A versão instrumental de uma música pode ser monótona e linear. Tudo muda quando se insere o vocal. Nós procuramos gravar com o vocal, mesmo que seja cantarolando, só para ter o fluxo e refluxo da música, para lhe dar dinâmica.

Larry Mullen, baterista do U2.

Para o U2, uma banda de rock pop de fama internacional, a música é trabalhada enquanto canção popular massiva e, portanto, é entendida na dinâmica entre letra e melodia e constitui também um “falar especial”<sup>62</sup>. Assim como bateria e guitarra são indispensáveis ao rock, a letra das canções vem sendo, ao longo dos quase trinta anos de carreira do grupo, um importante aliado na construção do star system e na constante difusão e retomada de temas e sentimentos que são caros à banda, a qual nunca se desvencilhou das suas origens, ou seja, a Irlanda<sup>63</sup>, um país marcado por constantes lutas religiosas e pela busca de um povo por dignidade e respeito às diferenças.

Assim como grande parte do repertório do grupo, a música “One” segue uma estruturação já prevista na canção pop e mantém um percurso, no qual o refrão constitui o ‘lugar’ para onde caminham as estrofes e o ouvinte é “convidado” a cantar junto. A canção popular massiva One, é considerada um balada ou rock romântico e segue a seguinte estruturação:

---

<sup>62</sup> Citação de Tatit

<sup>63</sup> algumas informações sobre a história da Irlanda

1. Introdução
2. Verso 1
3. Refrão
4. Ponte
5. Verso 2
6. Refrão
7. Ponte
8. Verso 3
9. Verso 4
10. Refrão
11. Refrão
12. Solo

### **Análise do videoclipe - One – Versão de Anton Corbijn**

<b>Imagem (a cor de todas as imagens foram alteradas para um tom sépia, um alaranjado amarronzado)</b>	<b>Letra da canção</b>
<p>As lâmpadas do lustre vão se acedendo aos poucos.</p> <p>1.1 Imagem, em plano geral, de uma espécie de sala, um grande lustre e um senhor (interpretado pelo pai de Bono) sob o lustre)</p> <p>1.2 Entra em fusão a imagem, em close, de uma placa, escrita Ruhe.</p> <p>1.3 Entra em fusão, imagem geral da banda sob o mesmo lustre em círculo.</p> <p>1.4 Mais uma fusão, close no rosto do senhor com o lustre, numa espécie de auréola.</p> <p>1.5 No final, em corte seco, já aparece a imagem de Bono, em close, perto do microfone</p> <p>2.1 Imagem em close de Bono cantando</p> <p>2.2 Corte seco - Começa um movimento em zoom out de banda, uma espécie de apresentação dos músicos em cena. Para em Edge e</p>	<p><b>1.Introdução</b> (inicialmente, a batida das baquetas da bateria, depois entra o violão)</p> <p><b>2.Is it getting better Or do you feel the same?</b></p> <p><b>Will it make it easier on you now You got someone to blame?</b></p>



<p>Bono, em perfil</p> <p>2.2 e 3.1 Imagem em close de Bono cantando</p> <p>3.2 Movimentos em travelling da banda (um movimento circular)</p> <p>3.3 Retorno a imagem da banda vista do alto (os músicos arrumados em círculo)</p> <p>4.1 Imagem geral de Larry saindo de um edifício. Corte seco para a imagem, vista do alto, do Trablant, no qual há a pintura de um corpo feminino nu.</p> <p>4.2 Corte seco, Uma imagem, plano geral, mostra onde o carro estava estacionado e um trem passando numa espécie de viaduto, logo acima do local do estacionamento. Os carros acendem os faróis e entram em movimento (OS MOVIMENTOS INTERNOS DA CENA SÃO MOVIMENTOS EM SINCRONIA COM A INSTRUMENTAÇÃO MAIS CHEIA DA MÚSICA)</p> <p>5.1 Corte seco para a imagem de Bono sentado no sofá de uma sala de estar, de um local depois identificado como sala de um bordel. (a luz entra no ambiente através de duas janelas cobertas por uma cortina rendada branca, além disso tem quatro abajures, dois de cada lado da poltrona, também acesos). Um movimento em zoom in vai fechando no rosto de Bono.</p>	<p><b>You say</b> <b>3. One love, one life</b></p> <p><b>When it's one need</b> <b>In the night</b> <b>One love</b> <b>We get to share it</b></p> <p><b>It leaves you, baby</b> <b>If you don't care for it</b></p> <p><b>4. Ponte</b> (começa a entrar a bateria mais forte e guitarra)</p> <p>.</p> <p><b>5. Did I disappoint you</b> <b>Or leave a bad taste in your mouth?</b></p> <p><b>Instrumentação,</b></p>
---	--

<p>5.2 Corte seco para a imagem do carro vista do alto, o que coloca em destaque a pintura feita no automóvel)</p> <p>5.3 Volta para imagem, em zoom in, de Bono dentro da sala do bordel.</p> <p>5.4 e 6.1 Captada do alto, num plano geral, a imagem do carro em movimento (ponto de sincronização, valor agregado).</p> <p>6.2 Volta a imagem de bono, desta vez com um travesti ao lado. Ambos olham estão com a mão apoiada do lado direito do rosto)</p> <p>6.2 Corta para a imagem do pai de Bono, em plano médio, olhando para os dois.</p> <p>6.3 Imagem, em zoom in, de Bono na poltrana., desta vez, tem um travesti do seu lado esquerdo. É o personagem é vivido pelo Larry. Ele está de pernas cruzadas.</p> <p>6.4 Em plano geral. A imagem do pai, numa locação externa. Ele está numa espécie de terreno baldio, de um lado de uma bgtangorra, feita com um pedaço de madeira e um balde ou tonel. Na parede, aparecem os números 1 e 2, em ordem crescente, como se o três estivesse fora do campo de ação.</p> <p>6.5 Imagem do carro em movimento (valor agregado)</p>	<p><b>You act like you never had love And you want me to go without</b></p> <p><b>Entra a bateria numa batida mais forte e os instrumentos também parecem mais cheios,. A musica ganha em ritmo.</b></p> <p><b>6. Well, it's too late</b></p> <p><b>Tonight To drag your past out Into the light</b></p> <p><b>We're one</b></p> <p><b>But we're not the same We get to carry each other</b></p> <p><b>Carry each other Onnnnnnnnnne</b></p> <p><b>Onnnnnnnnnnnne</b></p> <p><b>7. Ponte</b></p>
--	--

<p>7.1 Imagem do travesti saindo do prédio, descendo as escadas. (um plano aberto)</p> <p>7.2 Corte em seco, pra a imagem dos mesmo entrando em ouytro tranblant também pintado, mas, desta vez, com u corpo de um homem.</p> <p>8.1 Retorna imagem de bono, sentando na poltrona com o travesti do lado esquerdo. Bono está fumando.</p> <p>8.2 Plano geral, visto da altto de um edifício, a iamgem do tranblant passando por uma rua deserta.</p> <p>8.3 Imagem, em zoom in, do pai na sala, na mesma posição que estava anteriormente.</p> <p>8.4 Imagem geral do carro passando por uma rua de Berlim, o tempo está bastante nubaldo e frio. Parece haver neblina, e a rua ganha um ar soturno e triste.</p> <p>8.5 Volta a imagem do pai, duiante da gangorra,. Desta vez, está o plano esta mais aberto e vimos, no alto do muro, as inscrições de anos, como dse fizesse uma referência a uma linha do tempo (1954, 1955, 1956...)</p> <p>8.6 Close no rosto do pai (que apresenta um semblante muito triste)</p>	<p><b>8. Have you come her for forgiveness?</b></p> <p><b>Have come to to raise the dead?</b></p> <p><b>Have you come to play jesus</b></p> <p><b>To the lepers in your head?</b></p> <p><b>Did I ask too Much</b></p> <p><b>More than lot?</b></p> <p><b>You gave me nothing now</b></p> <p><b>It's all I got</b></p>
---	--

<p>8.7 Imagem de Bono, plano geral, também na poltrona, só que, desta vez, ele também está travestido.</p>	<p><b>We`re one</b></p>
	<p><b>But we´re not the same</b></p>
<p>8.8 Só a imagem de Adam travestido do lado esquerdo da poltrona</p>	<p><b>We will</b></p>
<p>8.9 Close mais fechado no rosto do pai</p>	
<p>8.10 Imagem de Edge do lado direito (só ele sem Bono)</p>	<p><b>We hurt each other</b></p>
<p>8.11 Outro integrante da banda (Larry) vestido de travesti</p>	<p><b>Then we do it again</b></p>
<p>8.12 Imagem do pai diante da gangorra. Em outro ângulo, ele é pego de costas e mostra a paisagem logo à frente. Um ar também de desolação.</p>	<p><b>You say</b></p>
<p>8.14 O tranblant passa em frente a um muro escrito Berlim.</p>	<p><b>9.Love is a temple</b></p>
	<p><b>Love, a higher law</b></p>
<p>9.1 Locação externa, imagem em plano americano do pai (mantém o mesmo olhar triste e semblante de desolação)</p>	<p><b>Love is a temple</b></p>
<p>9.2 Imagem de dois integrantes da banda vestidos de travesti numa sala de estar.</p>	<p><b>Love, a higher law</b></p>
<p>9.3 Imagem do pai diante da gangorra e</p>	<p><b>You ask me to enter</b></p>
	<p><b>And then you make me crawl</b></p>

<p>o cenário é um monumento turístico de Berlim.</p> <p>9.4 Imagem do carro visto de trás numa pista em Berlim</p> <p>9.5 Volta a sala. Bono esta sentado na poltrona olhando para a câmara e com um cigarro na mão o travesseiro está atrás do sofá, de perfil, olhando para o infinito.</p> <p>9.6 O pai novamente diante da gangorra. No cenário de fundo, uma muro, ou tapadeiura, com o desendo de silhuetas de homens de cabeça para baixo)</p> <p>9.7 Imagem do trambolão parado no meio de um pátio. Abre-se a porta e sai um dos integrantes da banda</p> <p>10.1 Fusão para imagem de Bono e outro integrante banda, ambos sentados no sofá, apenas Bono com as roupas de travesti.</p> <p>10.2 Imagem, vista do alto, do carro no meio da rua, saindo fumaça no motor.</p> <p>10.3 Imagem do pai sozinho no pátio dos edifícios, de casaco perto, com anteriormente, com as mãos dentro do bolso, sinalizando o frio da estação e do momento. Ele ainda está diante da gangorra.</p> <p>10.4 O carro passeia por uma rua de Berlim, na qual aparecem dois paredões de prédios do lado e um grande edifício no fim, como se fosse um lugar sem escapatória...</p>	<p><b>And I can't be holding on To what you got When all you got is hurt</b></p> <p><b>10. One love</b></p> <p><b>One blood One life you got</b></p> <p><b>To do what you should</b></p> <p><b>One life</b></p> <p><b>With each other</b></p> <p><b>Sisters, Brothers</b></p> <p><b>11. One life</b></p>
---	--

<p>10.5 Imagem do carro passeando por uma rua de Berlim (todas as ruas e pátio tem cores entre o marrom, sépia e preto e está muito frio o que deixa o cenário ainda mais sombrio)</p>	<p><b>But we're not the same</b></p>
<p>10.6 V Bono e um travesti sentados do lado esquerdo na mesma poltrona de antes.</p>	<p><b>We get to carry each other</b></p> <p><b>Carry each other</b></p>
<p>11.1 O carro em movimento de faróis acesos e filmado pela frente, como se fosse na direção da câmera.</p>	<p><b>Carry each other (novamente)</b></p> <p><b>One...One (solo/)</b></p>
<p>11.2 Os dois transternados se cruzam</p>	<p><b>12. Solo (Detalhes dos músicos para mostrar a banda)</b></p>
<p>11.3 Cena de um transternado (pela lateral do motorista)</p>	<p><b>Uh. Uh, uh, uh</b></p>
<p>11.4 Cena de outro transternado</p>	<p>Oh"</p>
<p>11.5 Volta para a imagem de Bono sozinho na sala e fumando</p>	<p><b>Make it, make it, make it!</b></p> <p><b>Ah! Ah! Ah!</b></p>
<p>12.1 Volta para a imagem inicial da banda. O movimento é o travelling para pegar todos. Travelling e pan para pegar a banda em círculo.</p>	<p><b>Finalize com um batida da bateria.</b></p>
<p>12.2 Imagem de detalhe da bateria</p>	<p><b>Não tem áudio</b></p>
<p>12.3 Volta o close em Bono (ele está de perfil, diante do microfone)</p>	
<p>12.4 Imagem do pai sentado na mesma poltrona, na qual estavam os filhos e os travestis.</p>	
<p>12.5 Volta imagem da banda</p>	

<p>12.6 O grito de Bono (em plano médio e close)</p> <p>12.7 Os dois tranblants se encontram de frente., sem se chocarem</p> <p>12.8 O pai sai de perto da gangorra, onde tem o cenário da parede com a silhueta dos homens de cabeça para baixo (valor agregado)</p> <p>12.9 Imagem dois carros em choque, o cenário é um estádio olímpico em Berlim. (valor agregado)</p> <p>A imagem embranquece e desaparece.</p>	
---	--

A abordagem analítica da canção One solicita um olhar atento à letra. Quando apresentou a música ao diretor Anton Corbijn, responsável pelo primeiro videoclipe, Bono indicou que não se tratava apenas de uma canção romântica, e apresentou uma outra versão à letra: um filho, morrendo de AIDS, confessa ao pai ser soropositivo. A representação deste encontro é a tônica principal do clipe e acontece no intervalo entre as duas aparições da banda: no começo da canção (primeira estrofe e refrão) e no final (durante o solo). O encontro pode ser demarcado por alguns momentos: a confissão (Did I disappoint you/ Or leave a bad taste in your mouth?), a desolação (Well, it's too late/ Tonight/ to drag your past out...), a desorientação ( Have you come here for forgiveness?/Have you come to raise the dead?/ Have you come to play Jesus/ To the lepers in your head?...) e a resignação (We're one/ But We're not the same/ WE get to carry each other/ carry each other). A própria letra da canção, cuja filha é a primeira pessoa, traz um tom religioso cristão, (reminiscências ainda do último disco da banda antes de Achtung

Baby. The Joshua Tree<sup>64</sup>), manifesto através de reações, como culpa (Will it make it easier on you now/ You got someone to blame?.../Did I disappoint you.../ have you come here for forgiveness....); acusação (Did I ask too much/ More than a lot?/ You gave me nothing now/ It's all I got) e, a já citada, resignação.

Os sentimentos, reações e posicionamentos do filho estão indicados na letra da canção, mas, a partir do momento, que o encontro entre pai e filho é abordado, por meio do contrato entre som e imagem no audiovisual, é reservado também um espaço para a demonstração dos sentimentos e reações do pai. E esta representação não se dá apenas pela encenação dramática, seja de Bono (que interpreta o portador do vírus HIV) ou de Bob Hewsin, pai do vocalista do U2 convidado para contracenar com o próprio filho neste videoclipe. Outros elementos fazem parte deste “contar” uma história e enfatizam o sofrimento e dramaticidade do encontro. As imagens foram tratadas plasticamente para ficar num tom sépia, mas em algumas cenas aproximam-se do preto e branco, ou gradações da escala de cinza.

Os cenários internos e as ruas e monumentos históricos da cidade de Berlim, despidos de suas cores naturais, corroboram para a intensificação dos sentimentos já detectados na canção. Além disso, as filmagens foram feitas no período do inverno alemão e o frio provoca um recolhimento, quase espontâneo, do corpo e um semblante entristecido e “sofrido” do ator. A mudança de cores e o frio, que altera paisagens e solicita uma outra postura física do corpo, já fazem parte do contrato audiovisual entre música e imagens. Mas os elementos sonoros e imagéticos tendem a ficar ainda mais imiscuídos a partir do momento que se avança na análise. Por exemplo, há cenários e outros elementos visuais relacionados aos

---

<sup>64</sup> fazer alguns comentários mais sobre este disco e a turnê dele



momentos da música que se referem à confissão, ao desolamento, à desorientação e à resignação, tanto dos personagens individualmente, quanto do embate entre ambos.

O cenário da confissão, por exemplo, é a sala de estar, marcada por uma iluminação difusa, feita pelos abajures e pela luz externa que invade o ambiente, através da cortina; há ainda a poltrona, na qual Bono permanece sentado durante o clipe, aparece travestido e também recebe os colegas travestis. O desolamento do pai é, metaforicamente, representado pela gangorra - questionamento, dúvida e angústia que o acompanha, independente do lugar onde esteja. Os dois carros, um pintado com o corpo feminino e outro com o corpo masculino, rodam pela cidade e manifestam o sentimento de desorientação. Já os momentos de resignação, nos quais fica confirmada a situação de não retorno, as representações ocorrem nas cenas finais: em uma delas o pai senta, praticamente deixa o corpo cair, na poltrona numa demonstração de cansaço e, na outra, ele abandona a gangorra e vai embora.

A letra da música no videoclipe “one” é que direciona a composição e a montagem das imagens, é o guia para a trama e também inserção da banda interpretando a música. Pode-se ter como exemplo, as conexões entre a letra da canção e os momentos em que o pai entra em cena. Seguindo o roteiro de uma trama, veremos que o personagem do pai aparece nas circunstâncias, geralmente, em que o filho o interroga, acusa, impele, cobra e constata que ambos se coadunam em um. A interpretação dramática do personagem., iluminação, tratamento de imagem e uso das câmeras corroboram para a construção da atmosfera ou clima da música. Vejamos as cenas em que o pai aparece e sua conexão com a letra da música:

1) o pai está na primeira imagem do videoclipe (1.1), enquanto há somente a batida das baquetas para sinalizar o início da música.

2) o personagem retorna, logo após o filho ter feito a confissão, quando Bono canta “We’re one” (6.2)

3) na próxima imagem (6.4) o pai já está em um dos lados da gangorra e letra da música diz “temos que carregar um ao outro...”

5) retorna a imagem do pai na sala de estar (8.3) e a letra da canção lança uma pergunta: “Você veio aqui bancar o Jesus”

6) em seguida, a imagem do personagem na gangorra aparece num plano mais aberto (8.5), é possível ver a inscrição de anos (1955, 1956...), acima da cabeça de Hewsin, a letra da canção interpela: “eu te pedi muito

mais do que devia...”. na seqüência, entra o close no rosto do pai, mas, desta vez, ele está na sala (8.6).

6) close no semblante preocupado e triste do pai (8.9), a canção retoma a fala “somos um”

7) na imagem 8.12, o filho acusa e coage “ferimos um ao outro e estamos fazendo o mesmo...”

8) num plano americano, a imagem do pai diante de um monumento histórico (9.1), na canção a frase “o amor é um templo”

9) Repete a frase e tem-se um plano mais aberto da mesma imagem (9.3)

10) na imagem 9.6, o filho afirma “eu não posso me agarrar ao que você tem...”

11) e ele continua falando “você tem que fazer o que deve...” (10.3)

12) no final, quando deixa o corpo “cair” sobre o sofá (12.4), resigna-se e sai da gangorra (12.8), faz o que deve ser feito.

Falar dessa interação entre a letra da música e as imagens do videoclipe solicita ainda um olhar sobre o título da canção. A expressão “one” surge nos refrões, como uma espécie de palavra síntese, definidora da situação. A estratégia, aliás, de colocar o título da canção no refrão faz parte da estruturação narrativa e também direcionamento mercadológico do pop. Mas, desde as primeiras imagens do videoclipe de Corbijn, a palavra “one” já define a composição de planos, escolha de cenários, personagens e elementos das cenas. Ainda na introdução da música, a imagem do círculo numa representação do sentido de unidade é determinante na escolha do formato do lustre, na iluminação sobre a palavra alemã “ruhe”<sup>65</sup> e na disposição, também em círculo, dos membros da banda. E a transição de uma imagem para a outra se dá através de um efeito chamado fusão, através do qual o primeiro plano se dissolve no plano seguinte, o que gera, neste clipe, a sensação de uma seqüência de círculos. Além disso as tomadas feitas dos membros da banda também enfatizam a arrumação destes em circulação, seja através dos movimentos de câmera ou do enquadramento feito do alto.

O título da canção aparece nos refrões, mas estes não são idênticos nos diferentes momentos da canção. O primeiro refrão entra logo no início e, apesar da instrumentação ainda permanecer a mesma do verso, o volume da voz aumenta um pouco e deixa-a mais cheia, quase sinalizando a importância deste momento no percurso, ainda iniciante da música. No primeiro refrão, a canção fala com alguém da sua necessidade naquela noite de um amor, uma vida, alguém que so estaria do seu lado, caso fosse cuidado para tanto.

---

<sup>65</sup> colocar o significado da palavra na tradução para o português.

Já no segundo refrão. A instrumentação já está mais densa ( a bateria mais forte e a guitarra presente), a palavra one só aparece no final e , aqui, a canção já fala de que agora é muito tarde para trazer o passado de volta. É necessário seguir em frente e carregar um ao outro. Já o último refrão é precedido de uma estrofe muito forte, cujo impacto na canção é tão expressivo, que, ao entrar, o refrão parece apaziguar o percurso até então intendo da música. E neste momento, o refrão é taxativo e fala do amor como algo que, agora também é fardo. Uma responsabilidade e um carinho com o outro que também pode representar um peso, ainda que estes sejam “um”.

“One” refere-se à relação entre pai e filho, mas também à relação entre homem e mulher<sup>66</sup>. O tema da sexualidade, da dissociação e complementação entre os princípios masculino e feminino, é recorrente em todo o videoclipe. Há dois carros em cena, dois trabants (modelo alemão que significava status para a Alemanha oriental antes da derrubada do muro de berlim), nos quais, respectivamente são pintados os corpos da mulher e do homem nus. No videoclipe, quem dirige o ‘carro feminino’ é O barerista Larry Mullen, que usa calça e camisa masculinas, já o “carro masculino” é dirigido pelo baixista Adam Clayton, que está vestido de mulher. Ao longo do clipe, os carros percorrem a cidade, se cruzam, se encontram e se chocam, se fundem, transformam-se em ‘um’, depois de uma colisão. Essa transformação dos personagens em travestis e uma constante transição entre o ser homem e ser mulher foram recursos narrativos mais utilizados na primeira montagem do videoclipe, a qual foi rejeitada por ter sido considerada muito pesada pela equipe produção da banda e outras pessoas que assistiram à peça para avaliação.

---

<sup>66</sup> o diretor também fala que o videoclipe foi gravado em Berlim, após a queda do muro e isso também representa uma unidade. Mas, na obra, não há uma referência direta a esta conquista unidade entre a Alemanha oriental e a Alemanha Ocidental.

### **Algumas convenções genéricas e o gancho narrativo**

Apesar do refrão ter uma importância crucial no percurso na canção popular massiva (é para onde desembocam as estrofes, pontes e, muitas vezes, os solos), neste videoclipe, o gancho narrativo não está nos refrões, nem na história da música contada imageticamente. As imagens que capturam o espectador, que se repetem na intenção de prendê-lo, estão no início da canção e no solo final, quando é mostrada a apresentação dos músicos cantando e tocando “One”. A presença da banda no clipe, aliás, não faz parte da proposta de Corbijn, mas atende a uma exigência dos integrantes do U2, sob o argumento de que ajuda no processo de aceitação e sucesso do clipe. Estratégia corriqueira no universo da música pop e também constante em todos os videoclipes da banda irlandesa.

A presença da banda, enquanto músicos e não personagens da trama, conforma o jogo de aproximação com o fã, trata-se também de uma alusão ao “ao vivo” e de uma demanda na composição e fabricação do “star system”. Embora neste clipe, Bono e os outros integrantes do grupo não olhem para a câmera enquanto interpretam a música, o espaço de intimidade fica estabelecido pelo reconhecimento. O fã tem a possibilidade de enxergar no clipe o trabalho dos músicos, a dedicação e envolvimento com a interpretação da canção em si.

Quando a banda aparece, isso também constitui uma convenção de sociabilidade no universo da cultura pop. É o momento de intimidade, mas também o previsto, o convencionalizado. E neste caso específico, há ainda um outro elo que se estabelece com o fã, quando Bono Vox abre sua privacidade e coloca em cena o próprio pai.

## Performance

### A voz

Um dos elementos importantes para entender a performance inscrita na canção, aquela sugerida pelas próprias configurações genéricas da música, é a voz. Para Tatit (...), cantar é “falar de uma forma especial”<sup>67</sup> e, em One, Bono começa a interpretação, como quem fala em voz baixa, tem uma conversa íntima com alguém, faz uma confissão num diálogo a dois. Mas a “conversa” ganha tom de discussão. E a voz adquire força e uma certa aspereza, expressa também na altura. O que começa como uma tímida confissão desmancha para um embate, uma briga pautada por acusações, culpas e sentimento de impotência. Logo no primeiro refrão<sup>68</sup>, a voz já se torna mais combativa e os gritos do cantor ao longo da interpretação corroboram para a sensação de intolerância.

Os gritos de Bono Vox constituem uma marca registrada e integram sua performance. Em todos os álbuns da banda, há músicas nas quais Bono imprime esse famoso “OHHHHHHHHHHH” e, como toda interjeição, o grito não pode ser descontextualizado da canção. O mesmo “ohhh”, que pode expressar alegria em uma determinada música, em outra pode ser denotação de um desespero, de dor, de inquietação etc. O fato é que, ao longo de quase três décadas, o grito não pode ser destacado do star system. Muitas fotos do cantor, que circulam por capas de discos, revistas, jornais e sites da Internet registam, exatamente, o momento do grito, quando o corpo também acompanha a voz nessa interpretação. A força dramática que o grito carrega é canalizada para uma identidade do ídolo e também

---

<sup>67</sup> Inserir referência a Tatit.

<sup>68</sup> Colocar o refrão

implica um “plus” no ato de interpretar a canção. Em “One”, o grito demarca a passagem do segundo refrão para a ponte e também a entrada no solo, quando Bono grita “One” duas vezes. Já no solo, o momento de virada, também é pontuado por uma seqüência de interjeições uuuuhhh, ehhhhhh, ahhhhaaaa.

No audiovisual, é importante compreender como a voz reverbera na imagem, ou seja, de que forma ela é construída imagetivamente. Num movimento sinestésico, o primeiro grito da canção é acompanhado pelo movimento do carro. O grito “One”, durante a segunda apresentação da banda no clipe, reverbera nos movimentos de câmera que salientam a disposição circular da banda e, sem usar do enquadramento do close up, mostra que Bono olha para cima ao gritar, como se buscasse mais força para continuar na interpretação e também, enfatizasse a dramaticidade do momento. Já na terceira entrada dos gritos, inicialmente, a imagem permanece em Bono, mas um insert da imagem do pai ao sentar na poltrona é marcado pelo grito “oh”, breve, como se tivesse quase escapulado. As interjeições que seguem na seqüência são pontuadas por movimentos de câmera mais rápidos e o corte de imagens, as quais apresentam os músicos, enquanto estes tocam e também arriscam acompanhar o solo dançando.

Em momentos, nos quais a altura da voz é mais intensa, as imagens são enquadradas num plano mais aberto, o que seria claustrofóbico se não ocorresse dessa maneira. Quando Bono canta, por exemplo, Love is a temple (por duas vezes), a imagem é a do pai diante de um monumento turístico de Berlim, respectivamente, num plano médio e, depois, num geral. Depois do primeiro refrão, quando entrou o baixo, a bateria ficou mais cheia e a voz também mais forte, as imagens responderam a este dinamismo com movimentos internos na cena, como o

carro percorrendo a cidade, gestos dos personagens, além do recurso da câmera do zoom in, que acompanha a força dramática de frases como “Did I disappoint you?”.

Falar da voz no videoclipe é referir-se a uma conjunção de vozes. Bono é o cantor, intérprete da canção, e também o personagem da trama, além de ser o autor da letra. Na estrutura deste videoclipe, a história é contada no intervalo entre as duas aparições da banda. As imagens dos músicos não são intercaladas às imagens dos personagens. Durante a apresentação da banda, os músicos não olham diretamente para a câmera, trocam olhares entre si e, às vezes, parecem lançar um olhar de soslaio na direção do equipamento de filmagem. O que remete para o “ao vivo”, no qual as câmeras devem ser ignoradas para atender à platéia. Além disso, há também o trabalho de interpretação da letra por parte do cantor. A letra é triste e, por vários momentos, Bono enfatiza isso ao fechar os olhos, abaixar a cabeça e permanecer numa postura de que, por hora, não quer olhar para a frente. Já, durante a trama, quando os personagens olham para a câmera, a idéia não é de um direcionamento para o espectador, mas para o pai que está, pretensamente, na frente deles. E isso parece se confirmar quando Bono pergunta se desapontou o pai. Embora esteja olhando para a câmera, sabe-se que sua interlocução é com o pai..

### **Dança, gestos e outros**

No videoclipe não há coreografias, mas a intenção de responder corporalmente, através da dança, ao ritmo da música. Essa resposta do corpo à canção é dada pelos próprios músicos da banda, quando estes entram em cena apenas interpretando a canção. O dançar aqui é quase um movimento extensivo ao



tocar o instrumento e ressalta a característica da balada de ter um certo swing. Mas, durante a apresentação da trama, Bono, às vezes, bate o pé no chão, buscando um ritmo para acompanhá-lo no cantar. O que soa estranho, uma vez que não é esperado do personagem filho, no contexto desta história, esse tipo de manifestação de desenvoltura, mas este comportamento está lá no limiar tênue entre o personagem da história e o intérprete da canção.

Os gestos, outro modo de expressão corporal da canção, encontra, no clipe, dois diferentes estágios de manifestação: a aparição dos músicos e o desenrolar da trama. Ainda na primeira estrofe e no primeiro refrão, Bono mantém-se cabisbaixo e com o semblante triste, chega a fechar os olhos em algumas passagens da música. A câmera enfatiza isso com os enquadramentos do perfil e closes do rosto do cantor. A banda fica compenetrada no ato de tocar a canção ou apreciar a performance de Bono, como faz Edge em várias passagens. Um conjunto de gestos que, associado à coloração das imagens e aos temas mais, convencionalmente, abordados nas baladas, leva o espectador a supor o ‘clima’ da canção.

Durante todo o videoclipe não há sorrisos, as expressões são sérias e compenetradas. O personagem do baterista Larry sai de um prédio e entra no carro com um ar de determinação e passos firmes. Bono entra em cena triste, fica desjeitado quando aparece ao seu lado um travesti. A imagem mostra que o personagem vivido pelo cantor busca o que fazer com as mãos. Os personagens coadjuvantes, travestidos ou usando trajes masculinos, parecem ouvir ou direcionar o olhar atentamente a alguém, neste caso, o pai, numa atitude de respeito.

A expressividade e a força do semblante de dor e desespero do pai é intercalada com imagens dos travestis de pernas cruzadas, roupas estereotipadas e

uma certa sensualidade , advinda do assumir-se gay. Gestos simples como acender um cigarro, segurar a cabeça com as mãos ou o cruzar de pernas revelam uma sintonia e relação intrínseca com a letra da canção. Ao aparecer travestido, Bono olha para o lado (não encara o pai de frente) e a letra da canção, neste trecho, acusa o progenitor: ' Você não me deu nada....".

A disposição dos personagens, após o momento de pico da canção (Love is a temple/ love is a high law...) denota que já houve um longo acerto de contas, parece haver um mal estar, principalmente, quando o travesti, interpretado por Edge, fica atrás da poltrona . O acerto de contas, neste instante, é entre o casal. Edge balança o corpo, como quem está cansado ou impaciente.

Na segunda apresentação da banda, Bono canta com a cabeça voltada para o alto. Grita "one", numa espécie de desfecho do embate.As imagens em planos abertos, de perfil, com movimentos de câmera constantes acentuam esses gestos, que evitam o olhar direto para a câmera, seja por conta de uma tristeza que se esconde ou de uma agonia que não cessa.

E assim, a balada, transita entre o religioso, o romântico e o trágico. Seja no cenário da sala de estar ou nas locações nas ruas de Berlim, há uma tristeza expressa nas cores das imagens, no frio, na sensação constante de tempo nublado. Tristeza que contagia a voz de Bono no início da canção, mas o cantor extrapola a suavidade da melancolia com uma altura mais elevada ou gritos mesmo. Permanece a tristeza, mas também uma certa agressividade que se manifesta em trechos da canção, como, "Love is a temple, Love is a hihg law..."; nos movimentos de câmera (são usados muitos travellings, zoom in); nos enquadramentos (muitas imagens registradas de perfil, do alto) e, finalmente, nos recursos usados para fazer

a transição entre uma imagem e outra, que, neste clipe, há uma priorização pelo corte seco.

### **Cenários**

A letra da canção propõe um cenário intimista, de conversa, diálogo ou discussão. A instrumentação, entretanto, não adere, cem por cento, à melancolia da letra e traz o pandeiro, uma bateria e violões quase swingados, além do baixo, que imprime peso e força aos acordes. A manifestação dos cenários no videoclipe “One”, de Corbijn, ocorre tentando contemplar as duas espacializações sugeridas: a intimista e a expansiva. De um lado, tem-se a sala de estar, onde ocorre a confissão e os embates entre pai e filho; do outro, as ruas, praças e monumentos históricos de Berlim, paisagens amplas que denotam um contraponto à sala fechada e iluminada por abajures. Além dos cenários da trama, há ainda o local onde a banda se apresenta. Uma espécie de estúdio, que também pode remeter à lembrança de um espaço similar a depósitos.

Embora haja a junção entre gravações internas e locações na cidade de Berlim, todas as imagens são niveladas pela cor, que oferece uma uniformidade aos cenários. A sensação de frio manifesta nas paisagens externas da cidade e também em algumas roupas dos personagens também contagia toda a trama e mantém uma certa consonância com os temas explorados pela canção.

Embora a letra sugira uma conversa íntima e a instrumentação tente quebrar um pouco a monotonia do tema, a canção não oferece cenários explícitos. Estes se concretizam e se configuram, a partir do videoclipe. A sala de estar abriga a conversa entre pai e filho, as confissões e acusações. Os abajures, as cortinas e os

móveis insinuam um ambiente de bordel, onde o filho estivesse morando e trabalhando. Já as locações na cidade de Berlim se valem também de objetos e da preparação dos cenários para suscitar inferências metafóricas. A gangorra, por exemplo, denota dúvida, a possibilidade de pender para um lado ou para o outro, a desorientação, mas esta é colocada, durante o videoclipe, em diferentes lugares de Berlim. Numa determinada cena, o pai está na gangorra e, como pano de fundo, há uma espécie de parede, onde estão pintadas silhuetas de homens de cabeça para baixo. Uma configuração que pode expressar o tom da conversa, o mundo de ambos virado de ponta cabeça. Em outra cena, a letra da canção diz que o “o amor é um templo”, e a gangorra está localizada em frente a um monumento histórico, numa simbologia do tempo preservado, assim como ocorre com os templos. E ainda há a cena em que a gangorra fica na frente ao muro, onde há desenhada uma linha do tempo, como se marcasse os anos de vida de uma pessoa. Vale ressaltar ainda que as imagens do pai na gangorra têm cenários amplos, marcados pela solidão. Essa amplitude imagética encontra ressonância também na voz de Bono e na melodia da canção. Os gritos do vocalista ecoam imagetivamente também em cenas do carro, percorrendo a cidade de Berlim, desbravando, buscando novos caminhos. Quando Bono canta num tom de voz mais alto, as imagens tendem a ser mais abertas, dando vazão à canto e criando uma sintonia entre os elementos do audiovisual.

Não basta a configuração do cenário, é importante também a forma como este é registrado pelas câmeras e transformado com os recursos da edição e os efeitos de pós-produção. No momento em que a banda está tocando, por exemplo, são alternados enquadramentos e movimentos de câmeras que denotam, hora a amplitude do espaço, hora a restrição da banda ao círculo formado pelos próprios músicos. A imagem da banda vista do alto revela que os músicos ocupam apenas

um pequeno território, impressão que não se mantêm quando a câmera se fecha nos integrantes do U2 e capta imagens com movimentos circulares. Este jogo entre a vastidão e a limitação espacial é um tensionamento provocado pela própria música, que une lamento e o embalo do pop rock, ainda que este seja uma balada.

### **Caracterização dos músicos e dos personagens da trama**

Os clichês do figurino gay, o despojamento da cultura jovem e a sobriedade dos mais velhos são detectados na caracterização de personagens, já a construção do figurino da banda não escapa aos estereótipos do universo roqueiro. Mas no videoclipe “One”, de Corbijn, uma ousadia narrativa chama a atenção: a transformação dos carros em “personagens” da trama.

Os “trabants” representam a unidade entre o masculino e o feminino, a união entre homem e mulher até que se tornem “um”. O circular dos carros pelas ruas da cidade fazem alusão à busca de homens e mulheres por companheiros ideais. O jogo da procura termina quando os carros se cruzam numa avenida de Berlim. Então, tem-se início o jogo da sedução. Há os desencontros: o carro feminino que apresenta problemas mecânicos, o carro masculino que “segue” desorientado pelas ruas noturnas. Eles passeiam por cenários vastos, marcados pela urbanidade dos concretos ou pelo aspecto onírico das paisagens nubladas. Os carros se encontram e a unidade só se consagra através do choque, ou seja, da perda e da doação. Só assim, chegam a tornar-se “um” (one). O videoclipe também flexibiliza as demarcações rígidas entre o ser homem e ser mulher e “brinca” com a linha tênue que separa estes dois limites, ao colocar, por exemplo, um travesti dirigindo o carro masculino, e um homem no volante do feminino.

Voltando à caracterização dos personagens, os clichês enfatizam a posição dos travestis e funcionam como estratégia de reconhecimento. Maquiagem, luvas longas, vestidos compridos com brilho ou estampas são realçados pelas plumas e jóias exuberantes. Também não é à toa a presença apenas de integrantes do U2 no vídeo. Trata de uma maneira de envolvê-los enquanto banda e também de assegurar ao clipe um lugar de divulgação e consolidação do star system. Para empreender a difusão da música imagetivamente, o guitarrista The Edge fez uso de uma peruca estilo “chanel”, vestidos preto e estampado, luvas douradas e pretas, colares, meia-calça, saltos e uma maquiagem tão impecável, que disfarçou sua barba. Já o baixista Adam Clayton assumiu a persona gay num vestido longo preto com brilho e talhos generosos, saltos e plumas. O baterista Larry Mullen transitou entre o estilo homem discreto e travesti exagerado. Na segunda versão, usou um casaco todo dourado e muitas jóias. Durante a apresentação da trama, o vocalista Bono faz a transição para o figurino gay, depois de confessar ao pai que é soropositivo. Na primeira imagem de Bono Vox na poltrona, ele usa calça preta, camisa vermelha e um sapato preto com bico quadrado, nada que denunciasses sua preferência sexual. Ao aparecer travestido, ele não encara o pai de frente, mas está maquiado, usa luvas pretas e colar de pérolas. O contraponto à irreverência dos travestis é o figurino sóbrio do pai, que veste um sobretudo preto, blusa branca, por baixo do casaco, e calça preta. Os figurinos sublinham as diferenças e pontos de vistas distintos dos interlocutores.

Quanto a apresentação da banda, os figurinos entrelaçam a iconografia do universo rock e as preferências individuais, que chegam a compor marcas registradas dos músicos. Bono, neste clipe, não usa jaquetas de couro, mas investe numa camiseta preta e numa calça de couro da mesma cor. Os brincos nas duas

orelhas também compõem o visual, mas, nesta época, ele ainda não tinha adotado os óculos escuros. The Edge mantém a fidelidade ao lenço na cabeça, usa botas, calça colada e uma camisa de manga comprida bem despojada. Larry usa camiseta tipo regata com um colete preto e Adam não traz nenhum diferencial no figurino. As escolhas pessoais do artista, com o passar do tempo, começam a fazer parte da identidade do ídolo. A construção do star system também passa por esta via, embora coadune referências que vão desde as convenções do gênero musical, o perfil da banda e o posicionamento de determinado músico.

### **Encenação Dramática**

Embora as considerações sobre este aspecto já estejam diluídas no que foi abordado até aqui, vale retomar alguns pontos. O desenrolar da trama, o embate entre pai e filho, acontece no intervalo entre as apresentações da banda. A primeira imagem do clipe é a do senhor Bob Hewsin e, fatalmente, indica ao telespectador que este personagem terá uma relevância no vídeo. A trama, entretanto, só tem início depois da primeira aparição da banda, com a cena de Bono sentado na poltrona da sala-de-estar (5.1). A partir deste instante, o encontro pode ser identificado pelas seguintes etapas: confissão (cujo momento exato não é possível precisar a partir da canção, mas tomamos como referência a presença de Bono no cenário da trama); embate entre pai e filho, desolação; o encarar da realidade, a resignação e o inevitável. No encerramento, imagens da banda e as cenas que dão o desfecho.

A encenação dramática, enquanto um dos elementos constituintes da performance no videoclipe, deve ser contemplada a partir da música. A encenação já está prevista na canção, como inscrição genérica, e pode ecoar na imagem ou ter uma representação visual destoante do que é esperado. No caso do videoclipe “One”, de Corbijn, os sentimentos expressos na letra ecoam na interpretação dos personagens, na composição dos planos (cor e vastidão) e montagem do clipe (uso do corte seco na maior parte das cenas). A tristeza e o desconforto dos protagonistas são realçados com closes (8.6); as imagens, em plano geral, seja do pai na gangorra ( 6.4, 8.5 ou 8.12) ou dos carros em circulação ( 6,5; 8.2; 8.4 e 9.4), denotam, respectivamente, o desolamento e a desorientação, vividos pelos personagens.

A postura física de Bono em cena também é curiosa. Mesmo com o corpo projetado para a frente e curvado, numa demonstração de desconforto, ele bate os pés no chão, acompanhando o cantar e a instrumentação da canção. Aqui, há um paradoxo que revela uma característica da estruturação de one, a falta de sincronia, em algumas circunstâncias, entre os sentimentos despertados pela letra e a instrumentação. Já o pai mantém-se na mesma posição durante todo o vídeo, o corpo ereto, o semblante sério e entristecido. Os personagens coadjuvantes usam artifícios como cruzada de perna, olhar desprezioso e uma certa petulância para afirmar seu lugar de diferente.

É importante destacar que o videoclipe não deixa claro que o filho conta ao pai sobre a doença. Esta é uma informação do contexto. Para o telespectador que não detém essa informação, a impressão é de que houve uma revelação de escolha sexual, que desapontou o progenitor.



### **Narratividade: ritmo no audiovisual**

No videoclipe “One”, de Corbijn, há três picos, três momentos chave para compreender a narratividade: 1) o início da canção ( introdução, primeira estrofe, refrão e ponte), 2) a passagem na qual Bono canta “Love is a temple/ Love, a higher law/ Love is a temple/ Love, the higher law...” e 3) o solo ou final da canção. Esses três trechos vão ser balizas para compreender a interação entre elementos imagéticos e elementos sonoros no clipe. Há também uma trama reiterativa nas pontes e diferenças que marcam os três refrões e impedem e impedem uma unidade do trecho de identificação da música.

A primeira batida das baquetas coincide com o aparecimento da primeira imagem do vídeo, após um rápido fade in. As luzes acesas do lustre agregam valor à batida, o que consiste num ponto de sincronização, primeiro efeito sinestésico do clipe. Na introdução da música, a transição de uma imagem para outra é feita através de fusão, que dá suavidade à passagem e estabelece uma harmonia com o toque do violão e com a voz quase sussurrada de Bono. Os arranjos cíclicos são visualizados no formato do lustre, na iluminação sobre a palavra “ruhe” e na disposição da banda – círculos imagéticos que se interconectam durante a transição de uma cena a outra. A representação imagética da circularidade, inspirada também no sentido de unidade da palavra “one”, acontece ainda nas gravações feitas da banda interpretando a música.

A entrada do baixo marca o início da trama (4.1) e também a ponte para a segunda estrofe, mais um ponto de sincronização, provocando efeito sinestésico. Com o som do baixo e a bateria mais forte, a música adquire um novo andamento, o

qual repercute nos movimentos internos das cenas, como a saída de Larry do edifício, a passagem do trem, o carro que acende os faróis e começa a se movimentar. A partir daí, tem-se uma nova estrofe. Bono entra em cena, e as perguntas “Did I disappoint you?/Or leave a bad taste in your mouth?” (5.1) são acompanhadas de um zoom in, o qual não apenas enfatiza o questionamento como ainda mantém a sincronia com o andamento da canção. Em seguida, a passagem do carro (5.2) agrega valor à instrumentação da música, compondo mais um ponto de sincronização.

Neste primeiro momento do percurso da canção, o ritmo do audiovisual se estabelece a partir da sincronia entre os elementos sonoros e imagéticos. Esta sincronia se constrói, principalmente, na relação entre o som e/ou a voz de Bono e a movimentação de elementos internos à cena (carro, trem, pessoa andando). Não chega a ser necessária a troca de imagens no processo de edição para caracterizar o ritmo imagético, o qual também se desenvolve a partir do conteúdo de cada cena. Além disso, o andamento da canção reverbera nos movimentos de câmera selecionados, como travelling e zoom in.

A partir do segundo refrão, o pandeiro é inserido na música, trazendo uma nova marcação e cadência para o clipe. A passagem de uma imagem para a outra começa a ocorrer na batida do instrumento, provocando o que Chion denominou valor agregado, ou efeito sinestésico. As batidas do pandeiro, entretanto, não determinam a duração dos planos, que fica à mercê da seqüência dramática e da letra da música (6.1 a 6.4). Ainda no final deste refrão, o vocalista prolonga a palavra “one”, e a extensão do grito tem o tempo de duração de uma passagem do carro por uma das ruas de Berlim (6.4). Esta conexão também consiste num ponto de

sincronização, ou seja, um efeito sinestésico, vivenciado a partir da experiência audiovisual.

Mais uma ponte e a trama se repete. Só que, desta vez, é o baixista Adam que deixa o prédio, vestido de mulher, e se dirige para o carro masculino. Uma reiteração, que cria circularidade na obra e enfatiza a ponte como momento de virada.

## REFERÊNCIAS

CHION, Michel. **La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido.** Traducción de Antonio López Ruiz. Buenos Aires: Ediciones Paidós, 1990.

ECO, Umberto. **O conceito de texto.** São Paulo: Edusp, 1984.

\_\_\_\_\_. **Seis Passeios pelos bosques da ficção.** Trad. Hildegard Feist. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

FABBRI, Paolo. **El Giro Semiótico.** Barcelona: Editorial Gedisa, 2000.

FRITH, Simon. **Performing rites: on the value of popular music.** Cambridge/Massachusetts: Harvard University Press, 1998.

GOODWIN, Andrew. **Dancing in the distraction factory – music television and popular culture.** Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992

JANOTTI Jr. Jeder. **Gêneros musicais, performance, afeto e ritmo: uma proposta de análise midiática da música popular massiva.** Trabalho apresentado no Intercom 2004. (mimeo)

\_\_\_\_\_. **Dos gêneros textuais, dos discursos e das canções: uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gênero midiático.** Trabalho apresentado na Compos 2005. (mimeo)

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério.** São Paulo: Editora Senac, 2000.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa (Tomos I e II).** Campinas: Papyrus, 1994.

ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção e leitura.** São Paulo: Educ, 2000.

CARVALHO, Claudiane de Oliveira. Sinestesia, ritmo e narratividade: estratégias de interação entre imagem e música em videocliques do U2. f. il. Dissertação (Mestrado, Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

Autorizo a reprodução [parcial ou total] deste trabalho  
para fins de comutação bibliográfica.

Salvador, 27 de março de 2006

Claudiane de Oliveira Carvalho