

**UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE**

Bianca Rodrigues dos Santos

Videoclipe: A canção para os olhos

São Paulo  
2009

Bianca Rodrigues dos Santos

Videoclipe: a canção para os olhos

Dissertação apresentada ao Programa de pós-graduação em Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Marlise Vaz Bridi

São Paulo  
2009

Bianca Rodrigues dos Santos

VIDEOCLÍPE: A CANÇÃO PARA OS OLHOS

Dissertação apresentada ao Programa de pós-graduação em Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Letras.

Aprovado em

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>la</sup> Dr<sup>a</sup>. Marlise Vaz Bridi – Orientadora  
Universidade Presbiteriana Mackenzie

---

Prof. Dr. Wilton Azevedo  
Universidade Presbiteriana Mackenzie

---

Professora Doutora Lilian Jacoto  
Universidade de São Paulo

Aos meus pais, únicos e  
insubstituíveis.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, que está sempre presente em minha vida, me dá forças e nunca me desampara.

Aos meus pais, por todo o apoio, incentivo e esforço para proporcionar a mim e à minha irmã as oportunidades que eles não tiveram.

À minha orientadora, Profa. Dra. Marlise Vaz Bridi, por ter acreditado no meu projeto e na minha capacidade de realizá-lo.

Aos professores Wilton Azevedo e Lilian Jacoto, pelos importantes comentários e sugestões na Qualificação deste trabalho.

À Professora Dra. Maria Helena Peixoto, por toda a ajuda na revisão deste trabalho.

À CAPES, pela valiosa ajuda concedida a mim e a tantos outros alunos.

## RESUMO

Com o advento e popularização da televisão, o rádio perdeu parte de seu espaço. Entretanto a canção, definida neste trabalho como a soma de letra e música, tem continuado a fazer parte da vida de todas as pessoas. Assim, todo país tem seu hino nacional e toda tribo urbana aprecia um tipo de canção diferente, o que contribui, de maneira fundamental, para a construção da identidade desse determinado grupo. Ao longo o tempo, houve a necessidade de uma linguagem que unisse a canção, que é sonora, com a imagem, ou seja, uma linguagem audiovisual. Surge, então, a partir da década de 80 do século XX, o videoclipe. Apesar de delimitada pelo tempo da canção, essa nova linguagem apresenta uma grande capacidade criativa e seus diretores têm em mãos os mais recentes recursos provenientes da era digital na qual vivemos. O videoclipe faz parte da indústria cultural e pode ser considerado como uma linguagem moderna. Este trabalho tem como objetivo analisar, a partir de um *corpus* composto por três videoclipes nacionais da década de 90, como o videoclipe (re)constrói a canção. As análises são realizadas sob diferentes aspectos: em “Segue o seco”, interpretada por Marisa Monte, há a temática da seca nordestina; em “Amor I love you”, da mesma intérprete, o diálogo com a obra *O Primo Basílio*; e em “Seus Passos”, interpretada pela banda Skank, o diálogo com o surrealismo.

Palavras-chave: videoclipe, canção, audiovisual, reconstrução, dialogismo.

## ABSTRACT

With the invention and popularization of the television, the radio has partly lost its space. However, the song, defined in this work as the junction of lyrics and music, has continued to be part of people's lives, as it is nowadays. This way, every country has its national anthem and every urban tribe appreciates one different kind of song, which contributes fundamentally for the identity's construction of this specific group. Therefore, there has been the need of a language that joined the song, which is sonorous, with the image, in other words, an audiovisual language. In the 1980's appears a new language: the video clip. Despite being limited by the length of the song, this new language presents a great creative capacity and its directors have, at hand, the most recent technological resources from the current digital era. The video clip is part of the cultural industry and it can be considered a modern language. Thereby, this essay's objective is to analyze, from a *corpus* made of three Brazilian video clips from the 1990's, how the video clip (re)constructs the song. The analyses will be done under different aspects: in "Segue o seco", interpreted by Marisa Monte, there is the Brazilian northeastern theme; in "Amor I love you", from the same singer, there is the dialogue with the plot of *O Primo Basilio*; and in "Seus Passos", interpreted by the band Skank, the dialogue with the surrealism.

Key-words: video clip, song, audiovisual, reconstruction, dialogism.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	09
I. A INDÚSTRIA CULTURAL.....	18
II. A CANÇÃO .....	26
III. O VIDEOCLÍPE .....	39
IV. SEUS PASSOS .....	51
V. AMOR I LOVE YOU .....	67
VI. SEGUE O SECO .....	81
VII. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	101
VIII. BIBLIOGRAFIA .....	104



## Introdução

A música é parte integrante da vida de todo ser humano e pode-se afirmar que a grande maioria das pessoas gosta de algum tipo de música. Isso talvez ocorra porque ela está sempre se inovando com novas melodias e novos ritmos. A música nos emociona, nos faz lembrar pessoas, lugares, situações e, além disso, também serve como meio de expressão, como é o caso do *rap*, que fala sobre a realidade das periferias.

E, com o advento da televisão, a música não perdeu seu lugar. Pelo contrário, qualquer programa tem música, seja um *jingle* publicitário, seja na abertura, seja como tema de uma personagem de novela. Mas, para representar a canção, sem que ela ocupe o papel de coadjuvante, surgiu uma nova linguagem sincrética que une imagem e som: o videoclipe.

Atualmente o videoclipe é essencial na divulgação de uma música, uma banda ou de um cantor. Segundo Roy Armes, na obra *On Video: O significado do vídeo nos meios de comunicação*, a primeira forma criativa que surgiu a partir do vídeo doméstico foi o vídeo musical ou videoclipe. (1999, p. 169) E pode-se observar que, cada vez mais, os diretores desses videoclipes inovam e ousam na (re)construção de determinada canção, utilizando diferentes recursos, como, por exemplo, a escolha das cores, o uso de animações, o próprio cantor atuando, com o intuito de criar os mais diversos efeitos de sentido. Desse modo, o videoclipe não é somente a representação de uma canção, mas um campo relativamente livre, cheio de possibilidades para o diretor criar e, por meio desse recurso visual, aumentar o limite alcançado pela canção.

Entretanto, o videoclipe, apesar de ter certa autonomia, precisa respeitar o limite da canção e não se pode ignorar o fato de que o videoclipe é também um tipo de publicidade, como Armes confirma: “nas suas origens o videoclipe é um tipo de publicidade, um novo jeito de anunciar determinado grupo ou cantor.” (Ibidem, p. 170) E essa nova linguagem, nas últimas décadas, se popularizou, principalmente com os canais de música, como a MTV e, “indica o novo potencial do vídeo como meio de características próprias.” (p. 170)

Dentre essas características próprias, pode-se mencionar seu resultado autocontraditório:

distribuído em formato de vídeo, mas originado em filme; autônomo, porém restrito pelas suas funções publicitárias; inovador do ponto de vista visual, porém limitado pela sua trilha musical; um produto em si, mas dependente de um objeto separado e mais importante comercialmente (o disco ou fita cassete), parte de uma cultura jovem específica que precisa ser reproduzido pelo equipamento central da vida familiar. (p. 170)

Portanto, o videoclipe é uma linguagem moderna e, mesmo limitado pela sua trilha musical, ele oferece a oportunidade ao diretor de criar, uma vez que o videoclipe não precisa necessariamente retratar exatamente o que está sendo cantado, como é possível verificar em muitos videoclipes.

Logo, tem-se outra característica desse tipo de linguagem, ressaltada por Arlindo Machado em *A Arte do Vídeo*,

O videoclipe pode dispensar inteiramente o suporte narrativo e o seu público já está preparado para aceitar imagens sem nenhum significado imediato, sem qualquer denotação direta, sem referência alguma no sentido fotográfico do termo, desde que o seu movimento seja harmônico com o da música. (1997, p. 170)

Assim, a afirmação de Machado confirma que o público que assiste a um videoclipe não espera necessariamente fidelidade em relação à música, mas não é para se esquecer que o videoclipe depende da canção, que por sua vez limita aquela linguagem. Portanto, não é possível afirmar que essa nova linguagem é totalmente livre e autônoma.

Conforme observou Walter Salles Jr., em matéria publicada no jornal *Folha de São Paulo*, o que está presente na maioria dos cliques

É uma forma não-narrativa, não linear, que ganhou o título, nos EUA, de *non associative imagery* e que em português poderia ser (mal) traduzido por *imagens dissociadas*. O que importa é menos a intenção de se contar uma história e mais o desejo de se passar uma overdose de sensações, através de informações não relacionadas, acompanhando sons – o ritmo das imagens. ( 1985, p. 48) [grifo nosso]

O videoclipe tem como objetivo não somente a publicidade, mas também “passar sensações”, e esse processo é condicionado aos elementos sonoro, verbal e não-verbal. Assim, “passar sensações” é também um dos objetivos da canção; afinal, como já mencionado, há canções que nos emocionam, que lembram algum acontecimento ou que nos provocam algum sentimento. A música sempre afeta o nosso lado emocional, seja ela considerada erudita ou não.

Segundo Luiz Tatit, na obra *A canção, eficácia e encanto*, em qualquer canção “o ouvinte depara, entre outras coisas, com uma ação simulada onde alguém diz (canta) alguma coisa de uma certa maneira”. (1987, p.06) Apesar de essa afirmação simplista, é esse simulacro que possibilita a identificação do ouvinte com a canção, como ocorre, por exemplo, em uma canção sobre um amor perdido. Essa identificação permite, portanto, que o ouvinte reconheça o seu próprio discurso oral nas entrelinhas do tratamento estético musical. A esse processo, em que o ouvinte se solidariza com o momento passional vivido pelo interlocutor e se emociona, Tatit denomina processo de persuasão passional.

O videoclipe é, portanto, uma linguagem moderna, cuja popularização data da década de 80 e não há muitos estudos sobre essa linguagem, como confirma Arlindo Machado em *A Arte do Vídeo*. Logo, é fundamental que essa linguagem seja estudada, uma vez que já está consolidada, tem como público alvo os adolescentes e jovens adultos e, como toda linguagem, transmite não somente a informação que está na superfície, mas todo um contexto sócio-cultural, sendo, portanto, de suma importância para a compreensão de nossa realidade, uma vez que o ser humano está sempre buscando novos caminhos para se expressar e o videoclipe soma a arte com a tecnologia.

Feita esta abordagem preliminar, é possível compreender a abrangência e o escopo deste trabalho. Ele propõe-se analisar como o videoclipe (re)constrói a canção. Para tanto, será utilizado o conceito de Mikhail Bakhtin sobre o dialogismo, na qual um discurso sempre dialoga com outros discursos, ou seja, “toda palavra dialoga com outras palavras, constitui-se a partir de outras palavras, está rodeada de outras palavras.” (FIORIN: 2006, p. 19). Assim, todo discurso se elabora em vista do outro, evidenciando-se um caráter responsivo da linguagem. Segundo Diana Luz Pessoa de Barros,

Bakhtin concebe o dialogismo como princípio constitutivo da linguagem e a condição de sentido do discurso. Examina-se, em primeiro lugar, o dialogismo discursivo, desdobrado em dois aspectos: o da interação verbal entre o enunciador e o enunciatário do texto, o da intertextualidade no interior do discurso. (BARROS: 2003, p. 02)

Desse modo, o dialogismo é um fenômeno intrínseco da linguagem e não ocorre somente entre enunciador e enunciatário, mas também no interior do discurso. Assim sendo, a voz discursiva sempre dialogará com outras vozes de outros discursos, de forma explícita ou implícita ou, dito de outro modo, o sujeito não tem voz própria, mas existem sempre outras vozes por trás dele.

Tendo como base esse pressuposto do cruzamento de vozes num mesmo enunciado ou num mesmo texto, o foco deste trabalho volta-se para o estudo da “intertextualidade no interior do discurso”: a canção é o hipotexto, ou texto-fonte, e o videoclipe, o hipertexto, também chamado de texto-alvo, pois para haver videoclipe é preciso haver a canção, ou seja, a canção existe sem o videoclipe, mas o oposto não é possível. Serão verificados possíveis acréscimos, supressões, deslocamentos, inversões e quais os efeitos de sentido criados.

Cabe também ressaltar que, historicamente, a canção é anterior ao videoclipe e que este surgiu anos depois da popularização da televisão; desse modo, a música, que antes era exclusivamente escutada no rádio, passou também a ser “assistida”. O videoclipe apresenta-se, portanto, como uma linguagem nova e moderna, mesmo estando condicionada à canção. Segundo Décio Pignatari, “com o videoclipe, a televisão encontra a sua poética” (PIGNATARI: 1995, p. 235). E, neste trabalho, pretende-se verificar se, mesmo sendo um produto publicitário cuja principal função é divulgar determinada canção ou banda, é possível considerar o videoclipe um produto cultural e artístico.

O artigo de Décio Pignatari, “A TV encontra a sua poética”, foi originalmente publicado no *Jornal do Brasil* em 1985 e afirma que até agora [1985] “não sabemos fazer videoclipes, sua dinâmica nos escapa.” (Ibidem, p. 235) E que somente as tevês educativas mantinham pequenos programas de videoclipes, como, por exemplo, a TV Cultura com o programa *Pop show*.

Entretanto, muitos anos se passaram e a comunicação sofreu grandes mudanças, primeiramente com o surgimento da MTV Brasil, que dedica sua programação à música e aos videoclipes, assim como sua matriz americana, e posteriormente com a Internet que facilitou a troca de informações. Atualmente há vários *websites* que possuem um grande número de videoclipes, como o *Youtube*, site também aberto à divulgação de vídeos feitos pelos próprios usuários.

E a tecnologia também é um fator positivo na produção de videoclipes. Graças a todas essas contribuições, a linguagem do videoclipe hoje em dia já se encontra popularizada e difundida. Só nos resta descobrir se, aqui no Brasil, depois de todas essas mudanças, aprendemos ou não a fazer videoclipes. Arlindo Machado, em *A Arte do Vídeo*, afirma que “o tempo em que o videoclipe era apenas uma peça publicitária para a televisão, realizada *a posteriori* em relação ao trabalho musical, já está definitivamente superado” (1997, p. 172, 173). Logo, muitos álbuns e seus respectivos videoclipes são lançados simultaneamente, quando estes não são lançados anteriormente. Portanto, os videoclipes se firmam como um formato que veio para ficar e não um fenômeno da moda.

Entretanto, enquanto alguns videoclipes apresentam uma preocupação com a arte e a estética, há outros cuja menor preocupação é a qualidade. Isso é confirmado por Machado,

O grosso da produção de videoclipes é lixo industrial, banalidade em forma e conteúdo, empacotada para o consumo rápido. Mas é assim também com o cinema, com a música popular, com a imprensa e com a televisão como um todo: o videoclipe não pode senão integrar-se à estratégia da indústria cultural. Como em qualquer meio, a qualidade é um atributo raro no universo do clipe e deve ser buscada a partir da filtragem rigorosa do entulho da diluição (Ibidem, p. 174)

Tem-se, segundo o autor, uma produção de videoclipes em massa, mas essa quantidade, mesmo com toda tecnologia disponível, não indica qualidade; pelo contrário, o videoclipe é tratado como uma necessidade de mercado. Todavia, pode-se afirmar que o mesmo ocorre com as canções; logo, não seria possível comparar a qualidade do videoclipe com a qualidade da canção? Ou a

qualidade da canção não indica necessariamente a qualidade do videoclipe? De qualquer modo, a forma não define a qualidade de seu conteúdo.

É importante ressaltar que essa nova linguagem também apresenta semelhanças com o cinema. Arlindo Machado em *Máquina e Imaginário* conclui que,

É como se o videoclipe contasse uma história, à maneira do cinema: lá estão personagens, cenários e fragmentos de uma possível ação; a história está sempre a ponto de constituir-se mas nunca chega a tornar-se apreensível, não se torna jamais articulada numa sequência de acontecimentos coerentes. Resta apenas algo assim como um *efeito de narração* ou um *simulacro de ficção*, sugeridos por cenas isoladas, em geral emblemáticas e de forte apelo sedutor, que, todavia, não engrenam jamais uma contiguidade consistente. (2001, p. 161)

Portanto, o videoclipe também pode contar uma história, uma vez que tem todos os elementos necessários, como por exemplo, personagens e cenários; entretanto no videoclipe não há a obrigação de haver uma sequência lógica, ou seja, ela não precisa ter começo, meio e fim.

Além da semelhança com o cinema, esse “efeito de narração”, ou “simulacro de ficção”, mencionado por Arlindo Machado, também aparece na canção. Seguindo o modelo proposto pela semiótica greimasiana, também conhecida como semiótica de linha francesa, tem-se, fora da enunciação, a figura do Destinator e do Destinatário. O primeiro emite uma informação e o segundo a recebe, mas essa relação vai além da simples emissão-recepção. O Destinator sempre exerce um fazer persuasivo sobre o Destinatário, ou seja, aquele quer convencer este a fazer ou a acreditar em alguma coisa. E, para tanto, dentro da enunciação há a figura do Interlocutor e do Interlocutário. O primeiro pode ser compreendido como a voz que fala, enquanto o segundo é aquele a quem se dirige essa voz. Quanto às abreviações utilizadas, IT.<sup>o</sup>R corresponde ao interlocutor, IT.<sup>a</sup>RIO, ao interlocutário, D.<sup>o</sup>R loc corresponde ao destinator locutor e, por fim, D.<sup>a</sup>RIO ou v significa destinatário ouvinte.

Desse modo, pode-se afirmar que, tanto no videoclipe quanto na canção, há uma persuasão figurativa, na qual, “se a relação entre IT.<sup>o</sup>R e IT.<sup>a</sup>RIO

parecer ‘verdadeira’ ou ‘real’, significa que o D.<sup>o</sup>R loc persuadiu o D.<sup>a</sup>RIO ouv da verossimilhança de uma determinada situação locutiva.” (TATIT: 1987, p. 25)

A persuasão figurativa também ocorre no videoclipe, mesmo este tendo a possibilidade de utilizar imagens que aparentemente não possuem qualquer ligação entre si, ou então, utilizar a canção apenas como pano de fundo. Ou seja, também há no videoclipe essa mesma relação entre D.<sup>o</sup>R e D.<sup>a</sup>RIO, pois o D.<sup>o</sup>R tem como objetivo persuadir D.<sup>a</sup>RIO da verossimilhança de determinada situação, utilizando dentro do simulacro de locução as figuras do IT.<sup>o</sup>R e IT.<sup>a</sup>RIO. Essa relação será trabalhada nos próximos capítulos.

Vernier, ao comparar o videoclipe com o *trailer* cinematográfico, ressalta que:

pode-se notar que as imagens e os sons do *trailer* são extraídos de um filme que existe de fato e se apresentam como aperitivo, para fins publicitários, de uma obra que todavia será exibida posteriormente na sua versão integral. Já o clipe mostra imagens pensadas e rodadas em função de uma montagem elíptica, imagens cuja inconsistência narrativa é um fato de sua própria natureza e que não têm outra função estrutural que dançar corretamente no ritmo da música. (VERNIER 1986: p. 130)

Assim, enquanto o *trailer* cinematográfico apenas apresenta parte do filme, uma amostra para tentar atrair o público; o videoclipe apresenta a música completa; é impensável haver um videoclipe com apenas uma parte da música. Sob esse aspecto, o videoclipe é mais completo que o *trailer* e possui maior autonomia, uma vez que, enquanto aquele utiliza fragmentos do filme, este tem o poder de criar.

Três videoclipes, a partir de suas respectivas canções, constituem o corpus deste trabalho: da banda mineira Skank, “Seus passos”, e da cantora de MPB, Marisa Monte, “Segue o seco” e “Amor I love you”. Em cada videoclipe será analisado um aspecto diferente. No videoclipe do Skank há características surrealistas, presentes principalmente nas imagens de fundo, por onde o vocalista caminha, em “Segue o seco” há a temática da seca nordestina, enquanto em “Amor I love you” há o diálogo com a literatura de Eça de Queirós.

Esse *corpus* foi escolhido porque os videoclipes apresentam diferentes aspectos a serem analisados: são videoclipes de artistas conhecidos nacionalmente e, com o intuito de ampliar a análise, foram escolhidos dois ritmos diferentes: o pop-rock (Skank) e MPB (Marisa Monte). Apesar de o público alvo do videoclipe ser formado por adolescentes e jovens adultos, esses dois gêneros apresentam públicos distintos. Assim, também será verificado como os videoclipes são feitos, levando-se em conta o público alvo.

No artigo, “Os limites e as pretensões de um videoclipe”, Marina Castellan Senhorini, afirma que

Uma boa produção, direção, edição e execução de um videoclipe não dependem necessariamente de milhões de dólares, nem de verdadeiras atuações dos cantores, historinhas estúpidas e muito menos de um espetáculo de cores, brilhos e mulheres gostosas. Um bom clipe só precisa de uma boa ideia e um capital mínimo para que esta se concretize. [...] O poder da imagem é por si só muito forte, quando unido então com a essência de uma boa canção, só tende a causar o que toda verdadeira obra de arte proporciona: um intenso encontro com si mesmo e sem limites, em uma esfera que nosso pensamento racional está longe de compreender<sup>1</sup>.

Assim, o videoclipe é entendido como uma forma de arte, uma manifestação humana, tem um grande alcance e é capaz de suscitar os mais variados sentimentos. Há videoclipes que nos encantam, como o “Coffee and TV” do Blur, que mostra a saga de uma caixinha de leite personificada em busca do filho desaparecido de uma família; e outros que geram polêmica, como o “Like a prayer” da Madonna, em que ela beija a estátua de um santo que se tornou humano. Hoje em dia é possível encontrar videoclipes de todos os gêneros musicais, desde gospel até *hard rock*, o que confirma a consolidação dessa linguagem nos meios de comunicação.

Com o intuito de realizar uma análise mais completa, o trabalho será dividido em três capítulos teóricos, um sobre a indústria cultural, outro sobre

---

<sup>1</sup> Senhorini, Marina Castellan. “Os limites e as pretensões de um videoclipe”. In: <http://rabisco.com.br/23/videoclipe.htm>, acessado em 08 de setembro de 2008.



a canção e um último sobre o videoclipe, e três capítulos de análise, um sobre cada videoclipe que será analisado, além da conclusão.

## I. A indústria cultural

O videoclipe, como já mencionado anteriormente, é uma linguagem que une a canção e a imagem, e encontra-se muito difundido no Brasil, como pode ser notado na popularização da MTV brasileira, por exemplo. Assim, há videoclipes muito bem realizados, concebidos como verdadeiras obras-primas, e outros nem tanto. E, com a popularização desta linguagem, ela pode ser considerada cultura de massa.

Desta forma, neste capítulo abordar-se-á a indústria cultural e, conseqüentemente, a cultura de massa, com o intuito de compreender melhor o funcionamento desta indústria que trata a arte como mercadoria e sua relação com a linguagem aqui analisada: o videoclipe.

Historicamente, pode-se afirmar que a arte passou a ser vista como mercadoria a partir da ascensão da burguesia. Esta nova classe tinha poder econômico, porém, em geral, não tinha conhecimento cultural. Detentora de capital, mas não do mesmo prestígio social da aristocracia, esta classe precisando encontrar meios e formas de ostentar sua riqueza e sua nova posição social, começam a fazer da aquisição e posse de obras de arte a representação simbólica de um nível cultural muitas vezes inexistente.

Além disso, a obra de arte passou a ser reproduzida. Isto, por um lado, democratizou a arte, pois tornou possível, por exemplo, ver determinado quadro sem precisar ir até o museu. Walter Benjamin atrela a essa condição de reprodutibilidade e democratização o fenômeno de perda da aura, isto é, a perda da unicidade da obra de arte. Para explicar como ocorre esse processo, primeiramente será explicado o conceito de aura:

Em suma, o que é aura? É uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais perto que ela esteja. Observar em repouso, numa tarde de verão, uma cadeia de montanhas no horizonte (...) significa respirar a aura dessas montanhas (BENJAMIN: 1985, p. 170)

Aura, portanto, pode ser definida como a contemplação de uma determinada obra em sua unicidade, ou seja, em sua autenticidade. Como

exemplo, podem-se citar as obras encontradas em museus e galerias, que não devem ser meramente vistas pelo público num passar de olhos, mas sim contempladas, de forma a ter com elas um contato íntimo, que envolvesse todo o ser do contemplador.

Porém, a indústria cultural, com a reprodutibilidade técnica, propiciou a perda dessa aura: a obra de arte (na forma de cópia) tornou-se acessível a um público maior e este público passou a manipular a arte considerada tradicional, como Andy Warhol fez na pop-arte. Abaixo, tem-se a obra *Double Mona Lisa* de 1963.<sup>2</sup>



Pode-se notar que a obra *Monalisa*, pintada por Leonardo da Vinci, encontra-se duplicada e com as cores alteradas, o que a insere num ambiente de serialização e não num ambiente aurático.

a fotografia e, depois, o cinema, contribuíram muito para a consolidação do processo de comercialização da obra de arte, uma vez que a mão foi liberada deste processo e, segundo Walter Benjamin, “o olho apreende mais depressa do que a mão desenha” (p. 167). Além disso, a partir da reprodutibilidade técnica, é possível a cada indivíduo ter uma cópia do trabalho, que pode até ser encomendado pela internet.

É importante ressaltar também que a obra de arte sempre foi passível de reprodução, porém havia diferentes razões para isto e, portanto, não foi o

<sup>2</sup> <http://www.thefineartcompany.co.uk/abstract/abstract-LW3.htm> acessado em 22 de maio de 2009.

desenvolvimento tecnológico que iniciou este processo, apesar de seu significativo impacto:

O que os homens faziam sempre podia ser imitado por outros homens. Essa imitação era praticada por discípulos, em seus exercícios, pelos mestres, para a difusão das obras, e finalmente por terceiros, meramente interessados no lucro. [...] Com a xilogravura, o desenho tornou-se pela primeira vez tecnicamente reproduzível, muito antes que a imprensa prestasse o mesmo serviço para a palavra escrita. Conhecemos as gigantescas transformações provocadas pela imprensa – a reprodução técnica da escrita. Mas a imprensa representa um caso especial, embora de importância decisiva, de um processo histórico mais amplo. (Ibidem, p. 166)

A mudança significativa que ocorre com o nascimento da indústria cultural está, pode-se dizer, na principal motivação para a reproduzibilidade, que seria a obtenção de lucros.

Uma outra característica da obra de arte (em seu estado aurático) ressaltada por Walter Benjamin é, como já foi dito, a autenticidade. E a reprodução, por mais parecida que seja com a obra de arte, não possui a existência única da obra de arte “original”, que incluem as transformações sofridas por ela, seu contexto histórico-social e as condições nas quais foi criada.

Mesmo na reprodução mais perfeita, um elemento está ausente: o aqui e agora da obra de arte, sua existência única, no lugar em que ela se encontra. É nessa existência única, e somente nela, que se desdobra a história da obra. [...] O aqui e agora do original constitui o conteúdo da sua autenticidade, e nela se enraíza uma tradição que identifica esse objeto, até nossos dias, como sendo *aquele* objeto, sempre igual e idêntico a si mesmo. (p. 167)

A obra de arte “original” não perde seu valor: os museus continuam a atrair milhares de pessoas que querem apreciar obras de grandes artistas como Pablo Picasso e Leonardo da Vinci. Porém, há também um grande mercado tanto para as obras de arte autênticas quanto para as reproduções e, deste modo, a arte acaba participando desta sociedade capitalista na qual vivemos e adquirindo valor de troca.

A indústria cultural, que abrange a cultura de massa, surgiu com a industrialização e, conseqüentemente, envolve os valores da sociedade capitalista. Como que condicionado pelo modo de ser capitalista, o homem passou a ser alienado e reificado. Em *O que é a indústria cultural*, Teixeira Coelho explica:

Para essa sociedade, o padrão maior de avaliação tende a ser a coisa, o bem, o produto; tudo é julgado como coisa, portanto tudo se transforma em coisa – inclusive o homem. E esse homem reificado só pode ser um homem alienado: alienado de seu trabalho, que é trocado por um valor em moeda inferior às forças por ele gastas; alienado do produto de seu trabalho, que ele mesmo não pode comprar, pois seu trabalho não é remunerado à altura do que ele mesmo produz; alienado, enfim, em relação a tudo, alienado de seus projetos, da vida do país, de sua própria vida, uma vez que não dispõe de tempo livre, nem de instrumentos teóricos capazes de permitir-lhe a crítica de si mesmo e da sociedade. (COELHO: 2007, p. 11)

Assim, neste contexto de oposição de classes, as pessoas pertencentes às classes mais desfavorecidas são alienadas e coisificadas, ou seja, vendem sua força de trabalho na produção de itens que não podem comprar, com o intuito de conseguir o dinheiro para a subsistência. E, como consequência disto, a cultura também passa a ser vista como produto e, portanto, passível de lucro. E a arte deixa de ser entendida como manifestação humana e torna-se mercadoria.

[...] a cultura – feita em série, industrialmente, para o grande número – passa a ser vista não como instrumento de livre expressão, crítica e conhecimento, mas como produto trocável por dinheiro e que deve ser consumido como se consome qualquer outra coisa. (Ibidem, p. 11)

Cria-se, então, uma cultura para cada classe social: cultura superior, cultura média, cultura de massa. A essas três distinções agregam-se juízos de valor, ou seja, a cultura de massa é destinada à classe mais desprivilegiada economicamente e, conseqüentemente, culturalmente. Isto porque o fator econômico influencia diretamente a educação recebida por determinada pessoa e isto perdura até os dias atuais no Brasil: as pessoas que dispõem de menos

recursos financeiros estudam nas escolas de menos recursos pedagógicos, tecnológicos etc. Elas também não frequentam cinemas, teatros ou exposições, o único meio acessível é a televisão. E a televisão possui os mais variados tipos de programas para os mais diversos públicos; assim, nem sempre os telespectadores possuem critérios para definir qual programa é bom ou não. Nessa mesma obra, Teixeira Coelho exemplifica:

Não é difícil saber o que abrange o rótulo *cultura superior*: são todos os produtos canonizados pela crítica erudita, como as pinturas do Renascimento, as composições de Beethoven, os romances “difíceis” de Proust e Joyce, a arquitetura de Frank Lloyd Wright e todos os seus congêneres. Também não é complicado identificar os produtos da *midcult*: são os Mozarts executados em ritmo de discoteca; as pinturas de queimadas na selva que se pode comprar todos os domingos nas praças públicas; os romances de Zé Mauro de Vasconcelos, com sua linguagem artificiosa e cheia de alegorias fáceis, [...]. (Ibidem, p. 14-15)

A cultura é, deste modo, separada da mesma forma que as pessoas: em classes. E quanto maior o poder aquisitivo de determinada classe, mais elitizada será a cultura destinada a ela. Assim, cultura e poder financeiro tornam-se indissociáveis.

Entretanto, definir os produtos da cultura de massa, que também é pejorativamente chamada de *masscult*, apresenta maiores dificuldades, uma vez que o que antes era considerado *masscult* pode deixar de ser, como ocorreu com as histórias em quadrinhos, por exemplo. Deste modo, esta relação entre cultura e classe social não é permanente, ou seja, varia de um momento histórico para outro.

Outro exemplo desta “confusão de rótulos” são os programas de televisão, uma vez que, como meio de comunicação, a televisão é considerada de massa, devido a sua alta difusão e popularização. Porém, há programas para os mais variados públicos e nem todos podem ser considerados *masscult*. A transmissão da apresentação de uma orquestra sinfônica, por exemplo, não o é.

Sobre a função da cultura de massa, Teixeira Coelho afirma que:

Partindo do pressuposto de que a cultura de massa aliena, forçando o indivíduo a perder ou a não formar uma imagem de si mesmo diante da sociedade, uma das primeiras funções por ela exercida seria a narcotizante, obtida através da ênfase ao *divertimento* em seus produtos. Procurando a diversão, a indústria cultural estaria mascarando realidades intoleráveis e fornecendo ocasiões de fuga da realidade. [...] Por outro lado, , com seus produtos a indústria cultural pratica o *reforço das normas sociais*, repetidas até a exaustão e sem discussão. Em consequência, uma outra função: a de *promover o conformismo social*. (p. 23)

Com base na afirmação acima, pode-se inferir que a cultura de massa tem como objetivo entreter. E esse entretenimento seria uma maneira de distanciar o sujeito de sua realidade, de modo que ele se torna mais alienado, uma vez que não é motivado a refletir e olhar, de maneira crítica, essa cultura que o diverte. Além disso, o senso comum é reforçado, ou seja, o indivíduo aceita as normas sociais que lhe são implícita ou explicitamente impostas. E, por se tratar de uma cultura de grande alcance, estes conceitos são internalizados por um grande número de pessoas.

Entretanto, a indústria cultural também possui argumentos que a favorecem como o desenvolvimento mais rápido das crianças devido aos programas infantis e a propagação da informação, ambas graças ao alcance proporcionado pela televisão. Pode-se ressaltar, no entanto, o perigo de uma assimilação equivocada em função do uso de mecanismos de manipulação do público pelos produtores da mensagem.

O videoclipe também faz parte desta indústria cultural e, por utilizar como meio de transmissão a televisão, acaba por penetrar na cultura de massa. Todavia, considerar essa linguagem como cultura de massa é muito simplista, pois, assim como ocorre com os programas de televisão, as canções também não são sempre destinadas a um mesmo público. As canções de Marisa Monte, por exemplo, podem ser classificadas como *midcult*, uma vez as letras das canções apresentam maior cuidado na composição, assim como na melodia. Além disso, elas fazem parte do gênero MPB (Música popular brasileira), cujo público, de maneira geral, é composto pela pequena burguesia, principalmente das regiões sul e sudeste, que são as mais ricas do país.

Cabe ressaltar que os gêneros considerados mais populares são os regionais, como por exemplo, o forró, o pagode e o axé. E estes gêneros não possuem muitos videoclipes, talvez devido a uma estratégia diferente de marketing, custo de produção ou por falta de espaço nos canais e programas dedicados ao videoclipe, uma vez que poderia causar a migração do público que não aprecia estes gêneros musicais a outros canais. Assim, o videoclipe não alcança este público especificamente.

Deste modo, a maior parte dos videoclipes pertence também aos gêneros norte-americanos, como o *pop* e o *rock*. Talvez isto ocorra porque a maior parte dos videoclipes tenha a mesma origem, mas o importante é que também há bons videoclipes nacionais e de outros gêneros. Assim, a indústria cultural brasileira, não só no que se refere aos videoclipes, mas também a outras linguagens, é influenciada diretamente pelas produções de outros países, como por exemplo, programas como o *Big Brother*, os seriados, os *talk shows* etc.

Mas o importante é trazer estes formatos para a nossa realidade com todas as alterações necessárias, e um ótimo exemplo disto é o videoclipe “Segue o seco”, interpretado por Marisa Monte, que trata da tragédia da seca nordestina. Portanto, tem-se um processo que pode ser determinado como “antropofagia pós-moderna”, ou seja, os artistas brasileiros utilizam uma linguagem cuja origem é estrangeira, para retratar temas brasileiros. Isto pode ser possível com gêneros musicais, videoclipes etc.

Porém, a indústria cultural, com o processo de massificação da arte, acaba por massificar também os sujeitos, ou seja, a identidade individual é perdida. Assim, a cultura de massa, ao invés de democratizar e difundir a arte, faz o processo inverso: mantém o público menos privilegiado economicamente distante da arte que leva à reflexão crítica e coloca ao alcance uma “arte” cuja função é somente entreter.

As consequências desta alienação podem ser encontradas facilmente entre esta classe social: o número de analfabetos funcionais aumenta, assim como a aceitação e a resignação a tudo o que lhes é mostrado. A capacidade de refletir e tentar mudar a realidade em que vivem quase inexistem, o que gera um círculo vicioso e a arte vira mercadoria para consumo rápido.



Porém o excesso de informação pode se tornar formação, segundo a dialética de Engels, como Teixeira Coelho explica:

Diz-se ainda, com base na dialética de Engels, que o acúmulo de *informação* acaba por transformar-se em *formação* (a quantidade provoca alterações na qualidade). Ou que a indústria cultural pode acabar por unificar não apenas as nacionalidades mas, também, as próprias classes sociais. E ainda, que a cultura de massa não ocupa o lugar da cultura superior ou da popular, apenas criando para si uma terceira faixa que complementa e vitaliza os processos das culturas tradicionais (exemplos nas contribuições da pop art para a pintura e as da TV para o cinema, e as da TV e do cinema para o teatro e a literatura). (p. 24-25)

Deste modo, a indústria cultural não deve ser entendida como algo negativo, que aliena e massifica as pessoas somente. Pode-se afirmar que este processo talvez não ocorresse se a classe social consumidora desta cultura de massa tivesse mais oportunidades de estudo. Assim, a indústria cultural com suas divisões estaria refletindo o que ocorre na sociedade e, por esta razão, ela não pode ser considerada nociva.

Nos capítulos de análise, será verificado como o videoclipe, linguagem inserida na cultura de massa e, portanto, na indústria cultural, é construído, tendo em vista que, dos três videoclipes analisados, dois reconstroem canções pertencentes ao gênero MPB e um ao gênero pop-rock. Deste modo, têm-se canções destinadas a públicos diferentes e imagetivamente reconstruídas utilizando uma mesma linguagem.

## II. A canção

A palavra canção vem sendo amplamente utilizada ao longo dos anos e também é considerada contemporânea, além de estar bastante presente no nosso dia a dia. Mas o que é canção? Qual a sua origem? Quando ela surgiu? E por que um capítulo dedicado a esse tema?

Sabe-se a canção tem um poder de alcance muito grande, uma vez que retrata situações com as quais o público alvo se identifica, como por exemplo, um amor impossível, a pobreza, a perda. Mesmo que não tenham propriamente vivido a situação cantada, as pessoas se identificam com ela, pois ela é verossímil. Os eventos marcantes sempre vêm acompanhados de uma canção, como os hinos nacionais: todo país tem o seu e eles são fundamentais na identidade de um povo. Há ainda as canções que criticavam a ditadura militar, como por exemplo, “Pra não dizer que não falei das flores”, de Geraldo Vandré, a qual, inclusive, foi censurada durante esse período, prova do alcance que uma canção possui.

Neste capítulo serão abordados não só a definição e os tipos de canção, mas também o contexto sócio-histórico-cultural, tanto da canção medieval, quanto da canção moderna, procurando semelhanças entre esses dois períodos tão distantes cronologicamente. E com isso também será explicada a importância da oralidade nessas duas sociedades, de modo a compreender por que a sociedade atual valoriza esse gênero e, por extensão, o videoclipe, que precisa da canção para existir.

Inicialmente, pode-se considerar a canção um gênero de caráter social e antropológico. Em *Introdução ao pensamento de Bakhtin*, José Luiz Fiorin afirma que:

O gênero une estabilidade e instabilidade, permanência e mudança. De um lado, reconhecem-se propriedades comuns em conjuntos de texto; de outro, essas propriedades alteram-se continuamente. Isso ocorre porque as atividades humanas, segundo o filósofo russo, não são nem totalmente determinadas nem aleatórias. Nelas, estão presentes a recorrência e a continência. A reiteração possibilita-nos entender as ações e, por conseguinte, agir; a instabilidade permite adaptar suas formas a novas circunstâncias. (FIORIN: 2006, p. 69)

Com base nessa afirmação, é possível definir gênero como as convenções que definem um determinado tipo de texto. Assim, um soneto camoniano só o será se tiver dois quartetos e dois tercetos; porém, ele mantém um eixo fixo e um eixo passível de criação e, portanto, mutável. Se não fosse assim, todos os textos de um mesmo gênero seriam iguais, sem qualquer inovação. E, por outro lado, é o eixo fixo que nos permite reconhecer determinado tipo de texto e seu contexto de utilização.

Sobre a origem da palavra canção, Massaud Moisés, em *A criação literária: poesia*, afirma:

A palavra “canção” deriva do Latim *cantione-*, acusativo de *cantio, onis* (“canto”, “canção”), que por sua vez se prendia ao verbo *cano, canis, cecini, cantum, canere* (“cantar”). (MOISÉS: 1997, p. 281)

Esse termo, portanto, já encontra em sua origem uma relação com a musicalidade. Há dois tipos de poema que podem receber a denominação “canção”: a canção popular e a canção erudita. Neste trabalho, a ênfase maior será dada à primeira, a qual é “vizinha do folclore e da música, e praticamente viva em toda a parte”, enquanto a última é “dotada de autor próprio e obediente a moldes cultos e relativamente definidos” (Ibidem, p. 281)

A canção possui uma grande capacidade de se reinventar, conferindo grande potencial de criação por parte dos compositores e essa característica confere à canção ser sempre considerada moderna. A forma, por si só, não garante seu conteúdo e, ao estudarmos as canções é possível encontrar novos gêneros musicais e a mistura desses, como por exemplo, o samba-rock.

Entretanto, em seus primórdios, a poesia lírica despontou intimamente associada à música, perdurando até o século XV, tanto que seu nome, “lírica”, veio do instrumento musical utilizado, a lira. E, desde então, segundo Massaud Moisés:

[A canção] manteve-se latente ou parcial desde então, ocasionando o seguinte quadro: composições de vária natureza, atendendo ao gosto específico das épocas e das doutrinas em moda, vêm-se acobertando sob a denominação geral de “canção”,

tornando difícil, quando não impossível, todo intuito discriminatório ou esclarecedor. (p. 281)

O termo passou, então, a ser utilizado sem critérios específicos e todas as composições que uniam poesia e musicalidade, como as odes e as baladas, eram erroneamente denominadas “canção”. Por outro lado, esse processo contribuiu para a popularização e difusão da canção.

Paul Zumthor confirma o uso indiscriminado do termo, em *A Letra e a Voz*, ressaltando a importância da voz, que pode ser remetida à oralidade:

Os textos musicalmente notados, muito numerosos e repartidos de maneira bastante irregular no curso do tempo – do século X ao XV –, formam juntos, em comparação a todos os outros, um contexto significativo que conota fortemente numa situação global, porque manifesta a existência de uma ligação habitual entre a poesia e a voz. (ZUMTHOR: 1993, p. 36)

Ao longo dos anos, poesia e voz são relacionados devido à musicalidade intrínseca da poesia, a qual era exclusivamente cantada, inclusive com o acompanhamento de instrumentos musicais. E sua popularidade é constatada pela quantidade desses textos.

Nesse trabalho será utilizada a definição de canção feita por Luiz Tatit, na qual, em linhas gerais, se define canção como a junção entre letra e música, diferenciada, assim, da literatura e da música. Além disso, toda canção tem sua origem na fala, o que pode indicar uma razão para sua popularidade. A fala, se não for gravada, é esquecida, uma vez que o que mais importa é o conteúdo; já a canção não é esquecida, pois é gravada juntamente com a melodia. Em *A Canção, eficácia e encanto*, Luiz Tatit afirma:

Por mais que uma canção receba tratamento rítmico, harmônico e instrumental, o ouvinte depara, entre outras coisas, com uma ação simulada (“simulacro”) onde alguém (intérprete vocal) diz (canta) alguma coisa (texto) de uma certa maneira. Esta condição, por si só, já traz à canção um estatuto popular, pois todos podem reconhecer situações cotidianas de conversa. (TATIT: 1987, p. 06)

Logo, a canção é parte de nossas vidas. Dificilmente alguém aprecia todos os gêneros musicais, assim como dificilmente há alguém que não goste de música. As pessoas ouvem música a todo o momento: no carro, em casa etc. E como resultado dessa identificação, as pessoas não só ouvem canções, mas também cantam (ou tentam), seja no chuveiro ou nas casas de karaokê espalhadas por todo o país, por exemplo.

A canção permanece moderna graças a sua forma flexível que permite que ela se renove sempre. A cada dia surgem ritmos novos e a canção também é importante na questão de identidade de um povo, como por exemplo, o samba, que é um ritmo brasileiro e o tango, um ritmo argentino. Além disso, a canção também é uma forma de expressão, assim como qualquer outra manifestação artística. Desse modo, é possível identificar as pessoas que ouvem determinado tipo de música até pelo jeito de se vestir, como por exemplo, os emos, tribo urbana cujos membros utilizam roupa escura, maquiagem (como lápis nos olhos), franja de lado e escutam rock melódico: o *emocore*; e os roqueiros. Mas isso ocorre principalmente entre o público adolescente que está em fase de formação de personalidade e que utiliza a música como meio de expressão nesse processo.

A união entre musicalidade e poesia não é um fenômeno moderno, pelo contrário, desde o trovadorismo português têm-se as canções trovadorescas: as cantigas de amor, as cantigas de amigo e as cantigas de escárnio e maldizer.

Na Provença, o poeta era chamado de *troubador*, cuja forma correspondente em Português é *trovador*, da qual deriva *trovadorismo*, *trovadoresco*, *trovadorescamente*. No norte da França, o poeta recebia o apelativo *trouvère*, cujo radical é igual ao anterior: *trouver* (=achar): os poetas deviam ser capazes de compor, *achar* sua canção, cantiga ou cantar, e o poema assim se denominava por implicar o canto e o acompanhamento musical.

Duas espécies principais apresentava a poesia trovadoresca: a lírica-amorosa e a satírica. A primeira divide-se em cantiga de amor e cantiga de amigo; a segunda, em cantiga de escárnio e cantiga de maldizer. O idioma empregado era o galego-português, em virtude da então unidade linguística entre Portugal e a Galiza. (MOISÉS: 2006, p. 20)

O termo “trovadorismo”, portanto, tem sua origem no vocábulo “achar” por unir canto e acompanhamento musical, além de remeter à inspiração necessária por parte dos trovadores: a inspiração sobrepõe-se ao letramento. Outro aspecto interessante nesse fragmento é a presença do termo “canção”. As cantigas trovadorescas podem ser consideradas canções, ou seja, canção e cantiga apresentam-se como sinônimos provenientes do “canto”, fundamental nesse período, uma vez que a poesia era cantada.

Um elo que se manteve entre a canção trovadoresca e a atual canção popular é a oralidade. Conforme mencionado anteriormente, se não for registrada a oralidade, no que se refere à forma, esta se perde. Isso pode ser comprovado ao contarmos, por exemplo, o mesmo fato ou acontecimento para duas pessoas: o conteúdo pode ser o mesmo, mas a forma, ou seja, a maneira de contar, será diferente.

Na obra já referida, *A Letra e a Voz*, Paul Zumthor distingue três tipos de oralidade correspondentes a três situações de cultura sendo que um desses tipos não tem qualquer contato com a escrita, enquanto os outros dois tipos o têm:

Uma [situação de cultura], primária e imediata, não comporta nenhum contato com a escritura. De fato, ela se encontra apenas nas sociedades desprovidas de todo sistema de simbolização gráfica, ou nos grupos isolados e analfabetos. [...] Não há dúvida, entretanto, de que a quase totalidade da poesia medieval realça outros dois tipos de oralidade cujo traço comum é coexistirem com a escritura, no seio de um grupo social. Denominei-os respectivamente oralidade *mista*, quando a influência do escrito permanece externa, parcial e atrasada; e oralidade *segunda*, quando se recompõe com base na escritura num meio onde esta tende a esgotar os valores da voz no uso e no imaginário. (ZUMTHOR: 1993, p. 18)

Assim, mesmo com a escrita, a oralidade não perdeu seu valor, o que foi de muita importância para a continuidade da popularização da canção. Além disso, grande parte da população não era letrada, muitos não sabiam ler ou escrever, e a classe social que se encontrava no poder tampouco era afeita à leitura: era o clero a classe que detinha o letramento.

A canção é simples e de fácil memorização. E isso se aplica tanto à canção medieval quanto à popular contemporânea. Em algumas regiões do Brasil, por exemplo, o letramento ainda não é totalmente difundido: infelizmente há muitas pessoas analfabetas e analfabetas funcionais e a má distribuição de renda restringe o conhecimento letrado e formal somente àqueles que possuem recursos financeiros para estudar.

Baseado nesse contexto histórico-social que, sob alguns aspectos, se assemelha ao da era medieval é possível compreender o papel da canção. No nordeste brasileiro, região que concentra os maiores índices de pobreza, uma forma de transmitir informações e conhecimento é através da literatura de cordel.

Segundo Luiz Tatit, as canções podem ser divididas em duas categorias: canções temáticas e canções passionais:

O agrupamento polarizado dos traços que caracterizam cada uma dessas séries produz, de um lado, as canções “temáticas” e, de outro, as canções “passionais”. [...] Trata-se (no caso das canções temáticas) da mesma conjunção, da mesma identidade que, na letra integra o sujeito como o objeto-valor.

Na série passional, assim chamada por alimentar uma relação de distância entre sujeito e objeto [...] (A) valorização do percurso está diretamente ligada à maior permanência da voz em cada grau da sequência melódica. [...] o sentimento de falta convive em tensão com o desejo e a esperança do reencontro. (TATIT: 1999, p. 48)

A primeira categoria, portanto, engloba as canções mais aceleradas, cujo núcleo principal é o refrão e as demais partes da canção servem para o retorno ao refrão. O segredo, nesse tipo de canção, é a repetição; como exemplo pode-se citar as músicas de axé. Já o segundo tipo de canção é caracterizado pela falta de repetição, pela desaceleração e sua fixação ocorre por intermédio do ritmo e das vogais, já que estas, por sua vez, têm como função “segurar a emoção”. Assim, não só a letra como a melodia apresentam uma progressão, pois estas canções, em sua maior parte, apresentam um estado de disjunção e buscam, portanto, a conjunção. Entretanto, a espera nesse tipo de canção é vital, assim, o estado de conjunção quase nunca é alcançado.

Uma canção só é eficaz quando “o destinador locutor faz com que o destinatário ouvinte deseje ouvir (essa) determinada canção” (TATIT: 1987, p. 03) E para que isso ocorra, segundo o mesmo autor, há diferentes tipos de persuasão: a persuasão figurativa, a persuasão passional e a persuasão decantatória.

A persuasão figurativa é definida por Luiz Tatit da seguinte forma:

A relação entre IT.<sup>o</sup>R e IT.<sup>a</sup>RIO, instaurada pelo D.<sup>o</sup>R loc, é sempre um pretexto para o exercício da relação principal entre D.<sup>o</sup>R loc e D.<sup>a</sup>RIO ouv. Se a construção do simulacro da primeira relação é bem sucedida, este êxito se faz sentir na relação principal. Em outras palavras, se a relação entre IT.<sup>o</sup>R e IT.<sup>a</sup>RIO parecer “verdadeira” ou “real”, significa que o D.<sup>o</sup>R loc persuadiu o D.<sup>a</sup>RIO ouv da verossimilhança de uma determinada situação locutiva. (Ibidem, p. 25)

Com base nessa afirmação, é possível compreender a persuasão figurativa como aquela em que o ouvinte de determinada canção é convencido da verossimilhança desta. Figurativizar é, nesse contexto, fazer parecer uma situação de comunicação do dia-a-dia. Para isso, é preciso que o destinador instaure dentro da enunciação os papéis de interlocutor e interlocutário, criando, portanto, um simulacro. Assim, a persuasão entre destinador e destinatário, que é a locução principal, ocorre quando a situação cantada é possível, parece real e está sendo vivida naquele momento. A função do simulacro é, portanto, presentificar determinada situação a fim de torná-la “real”.

Assim, seguindo o modelo proposto pela semiótica greimasiana, teoria a qual se propõe a analisar as relações de significação que produzem o sentido de determinado texto:

Pelo texto, temos a construção do simulacro, pela melodia, a sua presentificação. Um timbre de voz produzindo a melodia revela a entoação simultânea do IT.<sup>o</sup>R e do D.<sup>o</sup>R loc (sincretizados), fazendo com que a locução principal e o simulacro de locução tenham o mesmo tempo de existência: o tempo da canção. Esta identificação entre as duas instâncias assegura um sentimento de “verdade” ou de “realidade que está na base da persuasão figurativa. (p. 10)



Desse modo, as figuras do destinador e do interlocutor se confundem. No caso do videoclipe de Marisa Monte, por exemplo, o ouvinte é levado a crer que é ela, a cantora, quem está vivendo a situação cantada. Isso é apenas um efeito de sentido, cujo intuito é o de convencer o ouvinte da “veracidade” da canção. Assim, analisar uma canção baseando-se na vida pessoal do cantor é um equívoco, até porque nem sempre quem canta é quem compôs a canção.

A semiótica greimasiana tem por objetivo ir além da linguística da frase, ela se preocupa com o todo, ou seja, com o texto que é o objeto de estudo da semiótica. Pode-se entender o texto como objeto de significação e objeto de comunicação. Diana Luz Pessoa de Barros, em *Teoria Semiótica do Texto*, explica que:

Um texto define-se de duas formas que se complementam: pela organização ou estruturação que faz dele um “todo de sentido”, como objeto da comunicação que se estabelece entre um destinador e um destinatário. A primeira concepção de texto [é] entendida como *objeto de significação* [...] A segunda caracterização de texto não mais o toma como *objeto de significação*, mas como *objeto de comunicação* entre dois sujeitos. Assim concebido, o texto encontra seu lugar entre os objetos culturais, inserido numa sociedade (de classes) e determinado por formações ideológicas específicas. (BARROS: 1999, p. 07)

O texto, segundo essa teoria, não é somente escrito, mas também visual (como uma pintura, por exemplo), gestual (como uma dança), ou então sincrético, ou seja, um texto que une mais de uma expressão, como o videoclipe, que une canção e imagem. Sendo o texto um objeto de comunicação, isso implica nas figuras do destinador e do destinatário: toda a comunicação é um processo persuasivo em que alguém procura convencer outro alguém de algo. E esse processo ocorre dentro de um contexto sócio-histórico-cultural que influencia esse processo.

É possível também analisar o *ethos* de determinado intérprete, ou seja, a imagem que é transmitida ao público. *Ethos* pode ser definido como o “caráter que o orador deve assumir para inspirar confiança no auditório, pois, sejam quais forem seus argumentos lógicos, eles nada obtêm sem essa confiança”. (REBOUL: 1998, p. 48) Marisa Monte, por exemplo, é conhecida como uma

cantora de MPB cujas letras são bem elaboradas e passíveis de interpretação nas entrelinhas. Assim, “Amor I Love you” dialoga com a literatura de Eça de Queirós, conhecido autor português da corrente realista do século XIX, enquanto “Segue o seco” trata, de maneira poética, da seca nordestina.

As banda Skank, por sua vez, é uma conhecida banda de pop-rock. Logo, sempre se espera, em suas músicas, o som da guitarra, da bateria e, é claro, canções de temática amorosa, a temática mais frequente em todos os gêneros musicais. O que não quer dizer que suas canções sejam superficiais, como é nossa intenção verificar nos próximos capítulos.

Outro componente fundamental da canção é a entoação. Sabe-se que ela tem papel fundamental na oralidade, uma vez que, a partir dela é possível identificar características extradiscursivas. Se, por exemplo, um falante diz ao outro “Você **deve** fazer isso” destacando o verbo “deve”, está implícito que se trata de uma ordem, não uma opção; mas se esse falante disser “**Você** deve fazer isso” destacando o pronome, está implícito que é o interlocutor que deve tomar uma atitude, ou seja, realizar a ação.

Na canção também é possível encontrar essas diferentes entoações, assim como ocorre no discurso oral. Isso ocorre porque a canção é uma simulação de determinada situação e, como já mencionado anteriormente, é criado um efeito de sentido no qual o ouvinte crê na veracidade do que está sendo cantado. Luiz Tatit afirma em *A Semiótica da Canção*:

A canção promove a remotivação constante dos componentes próprios do discurso oral – cadeia linguística e perfil entoativo – gerando entre outras formas de compromisso que se pausam, em geral, pela estabilidade e conseqüente fortalecimento do plano da expressão. Durante essa operação, a relação sujeito/objeto vai sendo reproduzida na letra, na melodia e demais recursos musicais, ora dentro de uma dimensão extensa, ora através do contato de elementos vizinhos, mas sempre em função do estreitamento dos laços entre expressão e conteúdo. (TATIT: 1999, p. 45)

Sendo o plano da expressão a forma, ou seja, o significante, e o plano de conteúdo o significado, a canção é um texto sincrético, uma vez que pressupõe a junção de letra e melodia, além de traços de oralidade. É impossível, portanto, eliminar as entoações e elas têm a função de levar o

ouvinte a reconhecer o seu próprio discurso oral. “As melodias entoativas habitam as vogais e vivem de sua duração” (TATIT: 1987, p. 07) Em todas as canções há a entoação e, dependendo do efeito de sentido pretendido pelo compositor, pode haver maior ou menor alongamento das vogais, por exemplo. Nas canções de Marisa Monte que serão analisadas, por exemplo, essas melodias entoativas são bem evidentes. Tanto em “Segue o seco” quanto em “Amor I Love you” ela prolonga as vogais na última palavra de cada verso, como será analisado mais adiante.

Além das entoações, há outros recursos utilizados pelo destinador, como por exemplo, os dêiticos. Estes são definidos por Tatit como “todos os elementos linguísticos que servem para caracterizar uma situação de elocução” (Ibidem, p. 15) Os dêiticos podem ser vocativos, imperativos, espaciais e temporais, monstrativos e de gestualidade, exclamações, interjeições, expressões prontas e gírias. Nos capítulos de análise será examinada não só a ocorrência desses dêiticos, mas principalmente sua função.

Há ainda outros dois processos de persuasão: a persuasão passional e a decantatória. A persuasão passional ocorre quando o destinatário estabelece com seu destinador uma relação de solidariedade com o momento passional vivido pelo interlocutor, por intermédio de um dispositivo chamado “modalização”. “Enquanto a deitização busca a situação extradiscursiva, extra-canção, a modalização procura instalar o D.ºR loc no interior de seu discurso.” (p. 26)

A modalização pode ser entendida como os valores que o destinador procura transmitir ao destinatário com o intuito de persuadi-lo. Os valores modais propiciam as qualificações necessárias para o sujeito alcançar o valor final, ou seja, a ação do destinatário. Pode-se dividir a modalização em modalização do ser e modalização do fazer. Há quatro valores modais para essas duas modalizações: querer/ dever/ poder/ saber:

As relações do sujeito com os valores podem ser modificadas por determinações modais. [...] Do mesmo modo, a relação do sujeito com seu fazer sofre qualificações modais. [...] A modalização de enunciados de estado é também denominada *modalização do ser* e atribui existência modal ao

sujeito de estado. A modalização de enunciados do fazer é, por sua vez, responsável pela competência modal do sujeito do fazer, por sua qualificação para a ação. (BARROS: 1999, p. 43)

A modalização pode ocorrer por disjunção ou conjunção com determinado objeto, o qual sempre tem valor para o destinador. E nas canções sempre há um desequilíbrio narrativo: em “Segue o seco” é a falta da chuva e em “Aonde quer que eu vá” é a ausência de uma pessoa a quem o interlocutor ama - ou seja, nesses exemplos a causa da tensão é a disjunção.

Quanto a esse equilíbrio: “Normalmente este novo equilíbrio não é atingido, pois interessa ao D.ºR loc explorar as emoções causadas pelo estado disjuntivo e pelo afastamento da possibilidade de um novo equilíbrio narrativo.” (p.27) Mas e os videoclipes? Outra questão que será abordada na análise será essa: o equilíbrio narrativo é restabelecido no videoclipe ou ele segue a tendência da canção? Cabe também ressaltar que “o programa melódico de uma canção define-se pela busca dos valores emissivos – pelo restabelecimento dos elos que ligam sujeito e objeto”. (TATIT: 1999, p. 195) Portanto, uma boa canção, na qual há uma relação de solidariedade entre destinador e destinatário, apresenta tensão. Entretanto, há exceções como a clássica “What a wonderful world”, interpretada e composta por Louis Armstrong, que fala de como o mundo é um lugar maravilhoso.

A melodia também pode ser modalizada. A melodia reforça o que o texto descreve; assim, melodia e letra se complementam, a fala é reproduzida na canção. Segundo Tatit:

Os sintomas de tensão que aparecem, no texto, ligados ao movimento de disjunção e conjunção entre actantes, na melodia, assume a forma de ascendência ou permanência no mesmo tom nos finais de frase melódica (nos chamados “tonemas”). (TATIT: 1987, p. 33)

Sendo os actantes, os atores, ou seja, o interlocutor e seu interlocutário, (que não são necessariamente, como já explicados, o destinador e destinatário, uma vez que esses se encontram fora da enunciação), é possível afirmar que os estados de conjunção e/ou disjunção entre eles também são representados na melodia. Essa representação é realizada por intermédio dos tonemas que,

por sua vez, podem ser ascendentes, descendentes ou ainda manter o mesmo tom. Um bom exemplo disso é a canção “Far away”, da banda canadense Nickelback. Em uma tradução livre, o título da canção significa “muito longe”, e quando o vocalista canta esse título na canção, “So far away / So far away”, ela apresenta uma descendência e um alongamento das vogais, criando o efeito de sentido de distância, como se o interlocutor estivesse realmente longe do interlocutário.

E o último tipo de persuasão, a decantatória, é definida por Luiz Tatit como “a identificação programada de um tema melódico com um actante construído” (Ibidem, p. 47). Ou seja, esse tipo de persuasão refere-se diretamente à identificação do ouvinte com a canção por intermédio de elementos já conhecidos. Assim é possível reconhecer o que já foi ouvido e prever o que ainda será ouvido.

Dessa forma, a persuasão decantatória pode ocorrer por processos como a tematização melódica, o gênero, a exaltação, a compatibilidade, os simulacros de persuasão e a eliminação dos simulacros. Nesse tipo de persuasão a narratividade é substituída pela sonorização do texto e Luiz Tatit explica que:

A persuasão por decantação perde em termos de figurativização (enredos, exaltações, ações narrativas e paixões) mas ganha em estímulos sensoriais de expressão. A reincidência dos fonemas reforça a tematização melódica, apresentando uma compatibilidade simbiótica [...] Aqui, o texto se sonoriza, se integrando às leis musicais e reforçando sua significação. (p. 59)

Portanto, a melodia é fundamental na composição de uma canção. Assim, mesmo se a letra de uma canção for bem feita, ela por si só não garante a persuasão do enunciatário. Cabe também ressaltar que esses três processos de persuasão (figurativa, passional e decantatória) são concomitantes e têm relação direta com a eficácia da canção, ou seja, com a eficácia da persuasão dos vários enunciatários por parte do enunciador.

A canção é um gênero que desde sua origem até os dias atuais manteve sua popularidade e isso ocorreu devido a sua capacidade de se reinventar de acordo com o contexto social em que estava inserido. Mesmo com a escrita a

oralidade não perdeu seu espaço, uma vez que esta, numa análise da sociedade contemporânea, faz-se necessária. Vivemos numa era onde as informações devem ser rápidas, pois elas estão mudando a todo o momento e, com a globalização e a internet, o fluxo de informações que recebemos é cada vez maior. Por essa razão o meio audiovisual torna-se a principal forma de transmitir estes dados: hoje em dia, por exemplo, a maioria das pessoas prefere ler notícias na internet a lê-las no jornal impresso.

E com a crescente importância do meio audiovisual na nossa sociedade, a canção também precisava, de alguma maneira, participar desse processo, uma vez que a televisão e a internet estão cada vez mais sendo utilizadas. Surge então o videoclipe.

### **III. O videoclipe**

O videoclipe, atualmente, é uma linguagem bastante difundida e que atrai principalmente o público mais jovem. Atualmente é impensável para uma gravadora lançar determinada canção sem lançar, concomitantemente, o videoclipe. O exemplo mais claro de que essa linguagem encontra-se amplamente difundida é o canal MTV (*Music Television*), dedicado à música, não só com videoclipes, mas também com programas como o “Fazendo o Clipe”, ou “*Making the Video*” na matriz norte-americana. Esse programa mostra como determinado videoclipe foi realizado, com entrevistas da banda ou do cantor, do diretor e, por fim, mostra o resultado final, ou seja, o videoclipe pronto.

Neste capítulo será abordada essa nova linguagem, desde sua origem, quando sua principal função era simplesmente divulgar determinada banda ou canção, até os dias atuais, em que o videoclipe é altamente difundido e, mesmo limitado pelo tempo da canção, possui grande potencial de criação.

No glossário de *A Arte do Vídeo*, Arlindo Machado define o videoclipe da seguinte forma:

Videoclipe (do ingl. *video clip*) sintagma videográfico, em geral de curta duração, que consiste basicamente em fazer sincronizar imagens a uma trilha sonora preexistente. (MACHADO: 1997, p. 221)

Assim, a função básica do videoclipe é sincronizar a canção, já existente, com imagens, como se fosse, portanto, uma representação visual da canção, como se o videoclipe tornasse possível “assistir à canção”. Entretanto para que essa sincronização ocorra não é necessário que o videoclipe mostre exatamente o que está sendo cantado, como por exemplo, o videoclipe da cantora canadense Alanis Morissette, “Head over feet”, no qual ela aparece cantando o tempo inteiro em um cenário de fundo preto.

Cabe também ressaltar que o videoclipe é uma linguagem que se tornou popular e amplamente difundida no final do século XX e, por essa razão, não há muito material teórico sobre o assunto. Entretanto no Brasil um dos principais estudiosos sobre o videoclipe é Arlindo Machado, cuja teoria será utilizada neste trabalho. Em *On Video: O significado do vídeo nos meios de comunicação* tem-se o seguinte trecho:

As dificuldades de definir uma história específica do vídeo têm origem nas contradições da primeira forma criativa que surgiu a partir do vídeo doméstico: o vídeo musical ou videoclipe. Em termos gerais, ele pode ser visto como uma resposta esperada às oportunidades oferecidas pela criação de um novo canal audiovisual. E também como outro exemplo da junção de áreas originalmente separadas que são a gravação de sons e a gravação de imagens; tal junção acaba sendo inevitável em virtude da atual organização industrial transnacional multimídia. Com o videoclipe, a gravação musical penetra inequivocamente na corrente principal da comunicação de massa (da qual tem sido longa – e erradamente – excluída por alguns sociólogos). (ARMES: 1999, p. 169)

Apesar de esse fragmento ser um pouco longo, ele é muito importante, pois se propõe explicar a origem dos videoclipes, admitindo a incerteza em relação a isso. De acordo com a afirmação acima, ele surgiu como uma resposta ao canal audiovisual, ou seja, com o advento da televisão houve a necessidade de uma linguagem que unisse a canção com a imagem. Assim, o videoclipe, nas últimas décadas, tornou-se cada vez mais difundido e popularizado, ou seja, tornou-se parte da comunicação de massa, mas sem perder seu caráter criativo e inovador.

Talvez isso ocorra por ser uma linguagem mais recente e amplamente popularizada; entretanto essa situação está mudando e o videoclipe já é reconhecido por muitos estudiosos como uma linguagem que deve ser examinada sob os mais diversos prismas (sociológicos, linguísticos, psicanalíticos etc.).

Arlindo Machado também acrescenta, ao relacionar o videoclipe com a difusão dos canais audiovisuais, como a televisão e o cinema, que:

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 propriedade de um meio *audiovisual*. [...] No vídeo, a imagem e o som devem ser encarados como uma unidade indecomponível enquanto realidade técnica, razão por que essa unidade é em geral preservada a nível



de mensagem produzida. (MACHADO: 1997, p. 173, 174)

Portanto, o videoclipe não é somente imagem, mas a junção de imagem e som. Se assistirmos a um videoclipe sem o som, o sentido poderá ser alterado, uma vez que essa linguagem possibilita “assistir” à canção: não é possível esquecer que o videoclipe não existe sem a canção. mesmo que aquele possua uma sequência lógica. Todo diretor, ao planejar como será um videoclipe, precisa ter em mente a canção que representará.

A televisão teve três fases: a primeira caracterizava-se pelas transmissões ao vivo, não havendo, portanto, a possibilidade de edição. A segunda teve início, justamente, a partir do lançamento do gravador de videoteipe em 1956, o que permitiu que o som e a imagem fossem manipulados, construídos. E a última fase tem como principal característica a introdução da informática, a partir da década de 70.

Em termos estritamente semióticos, podemos dizer, *grosso modo*, que a televisão atravessou três fases distintas com relação ao repertório de seus recursos expressivos, sempre em função dos progressos na área tecnológica. Originalmente, ela foi concebida como um dispositivo para transmitir imagens e sons através das ondas eletromagnéticas. Por ser produzida ao vivo com uma coincidência, portanto, entre o momento da enunciação e o da recepção, a programação mais genuinamente televisual guardava características expressivas próprias dessa condição, como, por exemplo, o improvisado, o jogo com o aleatório, a contaminação do produto com os acidentes do acaso, a impossibilidade, enfim, de garantir o perfeito controle e a assepsia significativa da mensagem. [...] A partir de 1956, entretanto, quando a Ampex lança no mercado o primeiro gravador de videoteipe, a televisão começa a ganhar uma nova fisionomia, pois os recursos de pregravação e a introdução do princípio da edição eletrônica permitem dar maior consistência ao material bruto captado pela câmera. [A terceira fase da televisão] se dá em meados dos anos 70, quando os recursos da informática começam a ser introduzidos com ênfase cada vez maior, primeiro na automação dos trabalhos, depois no próprio processamento das imagens. (Ibidem, p. 157-158)

Assim, um dos produtos típicos desta fase é o videoclipe, como o autor explica mais adiante, pois esta linguagem é construída com cortes, montagens

e todos os efeitos que a tecnologia permite, possibilitando ao diretor recursos que fazem do produto final um todo articulado.

O que caracteriza essa terceira fase é a imensa manipulabilidade da imagem, não apenas a nível da articulação dos planos, através do corte e da montagem, mas sobretudo no nível interno, na articulação dos elementos visuais dentro do quadro. (p. 158)

No Brasil, nos anos oitenta, vários grupos independentes foram criados com o intuito de abrir um espaço no *broadcasting* e colocar suas ideias ao alcance da massa de espectadores. Um desses grupos é o TVDO, de caráter vanguardista, cuja referência mais explícita é o videoclipe.

Em termos estritamente videográficos, a referência mais explícita nos trabalhos do grupo TVDO é, sem dúvida, o videoclipe. Mas o que o grupo absorveu do videoclipe foi o princípio de composição, não o formato, em geral rígido. O videoclipe se distingue da “prosa” cinematográfica por sucatear a base narrativa do sintagma audiovisual, substituindo-a por uma sucessão de imagens sem nenhuma ligação imediata, sem qualquer denotação direta, sem referência alguma no sentido fotográfico do termo. (MACHADO: 1996, p. 260, 261)

O formato do videoclipe é considerado rígido devido ao fato de ter exatamente o mesmo tempo de duração da canção representada. Entretanto, “sucatear” não deve ser entendido como algo negativo; pelo contrário, talvez um melhor verbo seja “desconstruir”, uma vez que é a partir dessa desconstrução (ou sucateamento, segundo o termo utilizado pelo autor) que novas sequências de imagens são criadas. A edição é, portanto, fundamental no processo de criação do videoclipe.

O princípio de composição do videoclipe, portanto, serviu de referência para esse grupo, que foi o responsável pelas experiências mais radicais do ponto de vista da invenção formal e da renovação dos recursos expressivos do vídeo. Como exemplo tem-se as “reportagens invertidas”, nas quais o foco era outro, como por exemplo, um jogo de futebol em que o foco era a reação da torcida. Logo, o videoclipe possui caráter vanguardista desde a sua composição, que, em um primeiro momento, pode lembrar o movimento

dadaísta, no que se refere à “colagem” de imagens sem qualquer ligação aparente.<sup>3</sup>

Neste trabalho serão examinados os videoclipes sob o prisma intersemiótico, ou seja, a interação entre diferentes linguagens, e o foco principal é a (re)construção do videoclipe, uma vez que, como já explicado anteriormente, apesar do videoclipe ser limitado pelo tempo da canção, ele também possui uma ampla possibilidade de criação. O enunciatário, ao assistir ao videoclipe, não pressupõe que esse deva representar exatamente o que está sendo cantado.

Em *Tradução Intersemiótica*, Júlio Plaza ressalta o caráter híbrido da arte, principalmente da arte contemporânea:

O caráter tátil-sensorial, inclusivo e abrangente, das formas eletrônicas permite dialogar em ritmo “intervisual”, “intertextual” e “intersensorial” com os vários códigos da informação. É nesses intervalos entre os vários códigos que se instaura uma fronteira fluida entre informação e pictoricidade ideográfica, uma margem de criação. É nesses intervalos que o meio adquire a sua real dimensão, a sua qualidade, pois cada mensagem engole canibalisticamente (como cada tecnologia) as anteriores, já que todas estão formadas pela mesma energia. (PLAZA: 1987, p. 13)

Assim, as novas linguagens são criadas a partir das linguagens já existentes. No caso do videoclipe, tem-se o som e a semelhança ao *trailer* cinematográfico, e os recursos tecnológicos para criar os mais diversos efeitos.

Todavia, o videoclipe deve levar em conta seu público-alvo, que nem sempre é o mesmo da canção. Embora uma canção de temática amorosa, de ritmo mais lento, geralmente não apresente em seu videoclipe imagens fortes ou violentas, não se pode esquecer que, de uma forma ou de outra, o videoclipe sempre dialoga com a canção representada. Isso talvez ocorra porque se pressupõe que o público-alvo do videoclipe seja o mesmo público-alvo da canção, ou seja, quem gosta de determinada banda tende a gostar dos videoclipes dessa mesma banda.

---

<sup>3</sup> Dadaísmo – Fundado na Suíça, em 1916, o Dadaísmo foi o mais radical dos movimentos de vanguarda de inícios do século. E isto por seu caráter de negação, ou seja, por sua ênfase na destruição e anarquia de valores e de formas. (HELENA: 1993, p. 46)

Bakhtin explorou o conceito de diálogo, de modo que este termo é um dos conceitos-chave de sua teoria acerca da linguagem. Diálogo pode ser compreendido como uma interação verbal, entretanto destinador e destinatário não precisam estar face a face - ou seja, toda comunicação pressupõe estes dois papéis e mesmo que eles não estejam presentes concomitantemente, isto não exclui o papel de um ou de outro. Em *Bakhtin, outros conceitos-chave*, há um capítulo somente dedicado ao diálogo e, sua autora ressalta:

O enunciado de um sujeito apresenta-se de maneira acabada permitindo/provocando, como resposta, o enunciado do outro; a réplica, no entanto, é apenas relativamente acabada, parte que é de uma temporalidade mais extensa, de um diálogo social mais amplo e dinâmico. Considerando dessa maneira o diálogo, não é difícil acompanhar a extensão do conceito para a linguagem em geral, para a pertinência do reconhecimento de seu caráter dialógico, para o entendimento de que qualquer desempenho verbal é construído numa relação, numa alternância de vozes. (MARCHEZAN: 2006, 117)

Tem-se como característica inerente à linguagem seu caráter responsivo, ou seja, um enunciado sempre responde a outro enunciado, uma vez que nenhum enunciado é completamente novo, mas retoma outros enunciados. Todavia, essa característica não ocorre somente no “desempenho verbal”, mas também no campo imagético. É possível haver diálogo entre duas imagens, duas gravuras, etc.

A partir do conceito de diálogo, tem-se o conceito de dialogismo. Fiorin, em *Introdução ao pensamento de Bakhtin*, o define da seguinte maneira:

Isso quer dizer que o enunciador, para construir um discurso, leva em conta o discurso de outrem, que está presente no seu. Por isso, todo discurso é inevitavelmente ocupado, atravessado, pelo discurso alheio. O dialogismo são as relações de sentido que se estabelece entre dois enunciados. (FIORIN: 2006, p. 19)

O dialogismo é, portanto, uma propriedade fundante do discurso, que, neste contexto, pode ser compreendido como “espaço conflitual, heterogêneo

e de trocas enunciativas, onde a história pode inscrever-se” (MAINGUENEAU, 1997, p. 88). Assim sendo, pode-se afirmar que todo e qualquer tipo de texto, seja ele verbal, visual, sincrético etc, estabelece relações com outros textos da cultura.

O videoclipe é, dessa maneira, um discurso construído por um enunciador e que dialoga não somente com a canção representada (que também é um discurso), mas também com outros discursos. Em “Amor I Love you”, por exemplo, tem-se o discurso com a literatura portuguesa de Eça de Queirós, enquanto em “Seus passos” tem-se o diálogo com o surrealismo.

A linguagem do videoclipe, portanto, vai além da mera representação da canção e é passível de criação. Enquanto em um filme o espectador espera uma sequência lógica ou verossímil (começo, meio e fim), no videoclipe isso não acontece. Assim sendo, embora limitado pelo tempo da canção, ele possui uma liberdade maior e talvez seja essa uma das razões para sua popularização. Um exemplo de videoclipe criativo é o da canção “Here it goes again”, interpretada pela banda Ok GO. Nesse videoclipe há um cenário fixo, formado por seis esteiras em que os integrantes da banda fazem uma coreografia e dançam, com o auxílio dessas mesmas esteiras.

Todavia, o videoclipe também pode contar uma história seguindo os moldes cinematográficos, no caso um musical, como *Thriller* de Michael Jackson, que tem diálogos e coreografia. Esse videoclipe foge aos moldes tradicionais de videoclipe, a começar pelo seu tempo de duração: pouco mais de treze minutos. Além disso, o intérprete, Michael Jackson, é uma personagem que não somente canta, mas também interage com as outras personagens, sendo, no caso, a personagem principal. Esse videoclipe é de 1982, ou seja, nessa época essa linguagem ainda não era tão difundida e valorizada como atualmente. Portanto, esse videoclipe foi um marco e amplamente conhecido: mesmo quem nunca assistiu à versão completa, com certeza já ouviu falar ou assistiu a alguma parte.

Há também videoclipes baseados em filmes, como o videoclipe da Jennifer Lopez, *Play*, baseado no filme *Flashdance*. Nesse videoclipe a cantora aparece como metalúrgica, dançarina de uma casa noturna e em um teste para uma companhia de balé, assim como no filme, em que a personagem principal trabalha como metalúrgica de dia, dançarina de noite e cujo sonho

era tornar-se dançarina clássica. Convém ressaltar que tal diálogo só é realizado com o público quando este conhece o texto fonte, no caso o filme. Entretanto, mesmo quem não o conhece, é capaz de entender o videoclipe. Assim sendo, mesmo apresentando relações dialógicas, o discurso não exclui quem não possui esse conhecimento prévio.

Além disso, o videoclipe é uma linguagem sincrética, ou seja, uma imagem e som de forma indissociável. Entretanto, por ser uma linguagem relativamente nova, o videoclipe possui um alto poder de inovação. Se compararmos um antigo (e por antigo entenda-se aqui da década de 80) com um atual, é claramente visível a diferença, uma vez que este se utiliza dos avanços tecnológicos do cinema, como por exemplo, a computação gráfica. Quem não se lembra da repercussão gerada a partir do videoclipe *Black & White*, também do Michael Jackson, no qual o rosto das pessoas se transforma graças à computação gráfica? Esse videoclipe foi produzido em 1991 e foi considerado muito inovador. Essa tendência é confirmada em *A arte do vídeo*:

A tendência atual é instruir diretamente o computador gráfico para realizar intervenções de caráter criativo. Dessa forma, o efeito deixa de ser mera perfumaria a serviço da decoração de uma imagem figurativa convencional e pode ser imaginado na sua funcionalidade dentro da ideia central da obra que se está realizando. (MACHADO: 1997, p. 163)

Logo, as inovações tecnológicas decorrentes da era digital na qual atualmente vivemos, além de possibilitarem a criação de vídeos mais modernos e originais, também têm papel fundamental na funcionalidade e efeito de sentido pretendido pelo diretor. Mais importante, portanto, que analisar quais recursos foram utilizados, é verificar sua funcionalidade e, por conseguinte, qual efeito de sentido foi criado.

Um bom exemplo é o videoclipe da banda Skank, “Ainda gosto dela”, no qual o diretor optou pelo preto e branco, uma vez que a canção apresenta um clima nostálgico, ou seja, um estado de disjunção causado por um amor perdido. Assim, o preto e branco cria essa ambientação de tristeza e saudade.

Cabe também ressaltar que Arlindo Machado, neste mesmo fragmento, refere-se ao videoclipe como “obra”, ou seja, ele encara essa linguagem como uma criação artística e, nesse mesmo livro, compara-o ao vídeo-arte<sup>4</sup>:

O videoclipe é a versão popular, às vezes também diluída, embora nem sempre, da vídeo-arte [...] O videoclipe representa a continuidade direta da linha de desenvolvimento traçada pela vídeo-arte. Para um como para a outra, trata-se de buscar solução a uma questão que já atormentou antes outros sistemas de expressão: como fazer casar, de forma mais orgânica possível, a faixa de som com a faixa de imagem? Esse é o problema por excelência que compete ao videoclipe resolver. (Ibidem, p. 171)

Assim, tanto o videoclipe quanto a vídeo-arte são produções artísticas modernas e contemporâneas e têm como principal suporte o vídeo. O que as diferencia, portanto, é o enunciatário dessas duas formas de arte: essa se destina a um público mais elitizado e com prévio conhecimento artístico, e aquela às massas, ou seja, qualquer pessoa pode apreciar um videoclipe, uma vez que não se pressupõe para esse público um conhecimento artístico mais existente. Porém, quanto maior o conhecimento prévio, ou seja, a bagagem cultural do enunciatário, mais relações dialógicas ele poderá estabelecer e, assim, interpretar o videoclipe de forma mais abrangente.

Em *Seis passeios pelo bosque da ficção*, Umberto Eco também afirma que:

É possível inferir dos textos coisas que eles não dizem explicitamente – e a colaboração do leitor se baseia nesse princípio –, mas não se pode fazê-los dizer o contrário do que disseram. (ECO: 1994, p. 98)

Portanto, pode-se considerar essa linguagem também como uma obra aberta, ou seja, é o enunciatário que *fecha* a interpretação de determinada obra, porém outro enunciatário poderá (e deverá) criar outras interpretações para ela. Assim, o enunciador deixa de ter total poder sobre sua obra e abre-se então um leque de possibilidades presentes em uma única manifestação

---

<sup>4</sup> Vídeo-arte: campo da produção artística contemporânea que abrange os trabalhos em que o vídeo é usado como suporte e que explora os seus recursos de linguagem. (p. 221)

artística. Isto é possível devido ao caráter responsivo da linguagem, como já explicado anteriormente. E essa participação dos enunciatários é o que garante, não só a completude da obra, mas também o envolvimento deles.

Em *Questão de Arte*, tem-se o seguinte fragmento que comprova esse papel fundamental exercido pelo enunciatário:

Se é o artista quem imprime uma série de significados em seu trabalho, e se é a obra que os porta e os exhibe, é no observador, no público, que ela se *fecha*. O universo de significados e de possibilidades criado pelo artista adquire enfim um certo sentido. Mas, por ser *aberta*, essa obra continuará portando esses possíveis significados até o próximo observador. (COSTA: 2002, p. 105)

Essa afirmação, apesar de ser direcionada mais especificamente para a pintura, também pode ser aplicada às outras artes, como a literatura, a canção e, é claro, o videoclipe, cuja principal preocupação é unir imagem e som, de modo que pareça natural. Atualmente, pode-se afirmar que os videoclipes brasileiros não devem nada aos americanos, que podem ser considerados criadores dessa nova linguagem, como será comprovado com a análise proposta.

Por ser considerada uma linguagem para as massas, muitos videoclipes utilizam clichês e seus diretores, talvez pela falta de tempo devido à pressão da indústria não tratam essa nova linguagem como uma forma de arte. Entretanto, pode-se afirmar que isso não ocorre somente com essa linguagem, mas também com o cinema, a literatura, a pintura, etc. Mais importante do que verificar se esses videoclipes são banais ou então produzidos para o consumo rápido, é verificar as possibilidades oferecidas pelo videoclipe e analisá-los como verdadeiras obras de arte. Afinal, essa linguagem possibilita outro modo de expressão, graças às novas tecnologias e recursos que o meio audiovisual criou.

E, ao considerarmos o videoclipe uma manifestação artística, não se pode excluir seu caráter social, como no videoclipe “Segue o seco”, dirigido por Cláudio Torres e José Henrique Fonseca, que retrata a tragédia da seca nordestina, como será analisado mais adiante. Entretanto, nem todos os videoclipes possuem um caráter social. Muitos têm como principal função



“vender a canção” e, para isso, o mesmo videoclipe é transmitido várias vezes, impondo, assim, padrões de comportamento e valores a este público, formado, em sua maioria, por adolescentes. Portanto, este público ainda está no processo de formação de personalidade e é mais suscetível a este tipo de persuasão.

Cristina Costa, em *Questão de arte*, utiliza como epígrafe de um dos capítulos, a seguinte afirmação do crítico e historiador literário Antônio Cândido:

a arte é social nos dois sentidos: depende da ação de fatores do meio, que se exprimem na obra em graus diversos de sublimação; e produz sobre os indivíduos um efeito prático, modificando a sua conduta e concepção de mundo, ou reforçando neles o sentimento dos valores sociais. (Ibidem, p. 11)

De acordo com essa afirmação é possível verificar que a sociedade influencia a arte e a arte também influencia a conduta humana. Essa influência sempre ocorre, em maior ou menor grau e, em relação ao *corpus* selecionado, ela é mais evidente nas canções interpretadas por Marisa Monte e, por conseguinte, em seus videoclipes.

Muitos desses efeitos tecnológicos encontrados nos videoclipes são provenientes do cinema e da televisão, como por exemplo, o efeito *zapping*, o qual surgiu inicialmente a partir do hábito de mudar de canal quando entram os comerciais. Assim, esse efeito é caracterizado pela mudança rápida de imagens e pode criar os mais variados efeitos de sentido.

Outro efeito proveniente do cinema e bastante utilizado é o *zoom* que possibilita ao diretor dar destaque em determinado detalhe, como no videoclipe da banda REM, “Imitation of time”. Nesse videoclipe há várias pessoas em uma festa de aniversário e o diretor vai mostrando o que as pessoas estão fazendo por intermédio desse recurso.

Além disso, o videoclipe pode causar as mais diversas reações, como o riso e empatia, por exemplo. Isso também depende do ethos do cantor, ou seja, da forma como sua imagem é transmitida. Um bom exemplo são os videoclipes da cantora norte-americana Kate Perry, cuja característica marcante é a irreverência. Logo, seus videoclipes também apresentam essa

característica, como por exemplo, o da canção “Hot n Cold”, no qual ela, vestida de noiva, persegue o noivo indeciso de bicicleta e seguida por outras “noivas enfurecidas”.

O videoclipe também pode ter uma função social, como o “All I need” do Radiohead, onde a imagem é dividida em duas partes, sendo que na parte esquerda é representada a rotina de um garoto provavelmente americano, que toma um bom café da manhã, vai à escola e brinca com os amigos; e na parte direita do vídeo tem-se a rotina de um garoto provavelmente asiático que trabalha em uma fábrica de sapatos, os quais são utilizados pelo primeiro garoto. E, ao final do videoclipe tem-se a mensagem “*Some things cost more than you realize*”, ou seja, algumas coisas custam mais do que você imagina. Portanto, o objetivo desse videoclipe vai mais além, ele quer conscientizar as pessoas desse problema mundial, que é o trabalho infantil.

## IV. Seus passos

A banda Skank teve seu início em 1991, em Belo Horizonte, capital mineira, e, desde então, tornou-se uma das bandas de pop-rock mais populares do Brasil. Entre suas canções de maior sucesso estão “É proibido fumar”, “Uma partida de futebol”, “Te ver”, entre outras. A banda é formada pelos músicos Samuel Rosa (voz e guitarra), Henrique Portugal (teclados), Lelo Zaneti (baixo) e Haroldo Ferretti (bateria).

A canção “Seus passos”, faz parte do nono álbum da banda, “Carrossel”, de 2006, assim como seu videoclipe, que, por sua vez, foi dirigido por Conrado Almada e filmado nas ruas de Belo Horizonte. Abaixo, tem-se a letra da canção, igual à encontrada no encarte do CD, que foi composta por Samuel Rosa e César Maurício (a numeração dos versos destina-se a facilitar a análise):

1)E quando caio do seu bolso	Uma curva, não um risco
Escorrego pelo rosto	Alegria é como um vício
Nossos beijos e palavras	15) Nesse livro nossa história
Ficam soltos no lugar	Estampada em seu olhar
5) E o que dizer desse segundo	Nesse jogo de reflexo
Distraído do olhar	A certeza não nos trai
Que no infinito corre o mundo	Seu desejo é meu início
Onde o céu encontra o mar	20) E eu estou tão perto agora, eu sei
Nesse jogo de reflexo	Você vai dizer que não
10) A certeza me distrai	Eu sigo seus passos
Seu desejo é meu início	23) A caminho do meu coração
E eu estou tão perto agora, eu sei	

Neste capítulo, será abordada a reconstrução imagética da canção, com o intuito (não exclusivo) de verificar como ocorre a influência do movimento surrealista. A análise começará pela letra da canção e, então, será abordado o videoclipe, juntamente com a influência surrealista, uma vez que é possível encontrar, no videoclipe, imagens surrealistas. Na edição do programa *Making the video*, do canal MTV, que se propõe mostrar como os videoclipes são produzidos, acerca deste videoclipe, os grafiteiros responsáveis pelos desenhos nos muros, afirmaram que a inspiração era livre. Ou seja, o diretor, em um primeiro momento pelo menos, deixou que estes artistas criassem livremente quais figuras desejassem para o videoclipe.

Quanto à letra da canção, esta é formada por seis estrofes, sendo que cada uma tem quatro versos, exceto a última estrofe, que tem três versos. O número de sílabas poéticas varia entre 5 e 9, sendo que o único verso que possui nove sílabas é o último, o que indica um alongamento no final para chegar à conclusão, ou seja, fechar a ideia. Deste modo, “A caminho do meu coração” é o destino de todo o percurso do interlocutário, o qual está sendo acompanhado pelo interlocutor.

Pode-se, assim, identificar a relação entre interlocutor e interlocutário, evidenciada principalmente no refrão: “Você vai dizer que não / Eu sigo seus passos / A caminho do meu coração”, a partir dos pronomes “você”, “eu”, “seus” e “meus”. O interlocutor dirige-se a um interlocutário propondo predizer a fala dele. Portanto, em “Você vai dizer que não”, pressupõe-se que o interlocutário não sabe que está “a caminho do coração” do interlocutor, ou seja, que está fazendo com que este se apaixone por aquele. Além disso, a partir da palavra “coração” é possível inferir que essa canção é de temática lírico-amorosa, uma vez que o coração é considerado o lugar onde são guardadas todas as emoções.

O interlocutor também parece realizar suas ações na dependência do interlocutário, como se pode notar em “E quando caio do seu bolso” e “Seu desejo é meu início”. Ou seja, o foco do interlocutor é o interlocutário e há também o uso dos pronomes de primeira pessoa do plural, como em “Nesse livro nossa história” e “A certeza nos distrai”, por exemplo. Entretanto, o interlocutário encontra-se no mesmo nível que o interlocutor, pois este trata aquele de maneira íntima, familiar, pelo pronome coloquial “você”.

Portanto, pode-se afirmar que essa canção é uma canção de amor, uma vez que sua fixação ocorre por intermédio do ritmo e das vogais, além de haver uma progressão, mesmo havendo um refrão que se repete. Entretanto, ao final, o refrão é modificado, confirmando, assim, essa progressão existente no restante da canção e que também aparece no videoclipe.

O videoclipe, como já mencionado, foi dirigido por Conrado Almada:

Formado em Publicidade e Propaganda na PUC-Minas. É diretor de comerciais, vinhetas e vídeos experimentais. Trabalha com animação e desenho, tendo realizado vídeos selecionados para mostras nacionais e internacionais. vem pesquisando o uso de edição frame a frame e animação, hibridizando linguagens e meios diversos - computação gráfica, fotografia, vídeo e cinema. Seu trabalho alia apurado domínio sobre a técnica a uma sofisticada concepção formal e plástica do vídeo.<sup>5</sup>

Na canção não há a presença deste interlocutário e no videoclipe também não. Na verdade, durante a maior parte do videoclipe, tem-se o vocalista da banda e um dos compositores da canção, Samuel Rosa, caminhando sempre em uma mesma direção e em linha reta. Cabe ressaltar que, enquanto ele caminha e canta, ele não olha para a câmera, mas somente na direção na qual ele caminha, ou seja, da esquerda para a direita, indicando assim, a progressão. Deste modo, pode-se afirmar que o olhar adiante pode evocar a presença do interlocutário, como se ele, o interlocutor, estivesse caminhando em direção a esse interlocutário que, por sua vez, está caminhando rumo ao coração “daquele”. Ou seja, o interlocutário está despertando sentimentos amorosos no interlocutor.

Esse efeito, em que a câmera acompanha a personagem em qualquer direção é conhecido como *dolly*, que também é o nome do carrinho que possibilita esse movimento da câmera e é uma variação do *traveling*, sendo que este não acompanha a personagem, mas focaliza a paisagem.

Outro aspecto importante é a ambiguidade cantor/personagem. Nesse videoclipe tem-se, ao mesmo tempo, o vocalista da banda, que também é personagem. Assim, o interlocutor e o intérprete unem-se na figura da mesma pessoa, sem, entretanto, poderem ser confundidos, ou seja, não é o Samuel

---

<sup>5</sup> <http://www.zetafilmes.com.br/ztv/portrait/capa.asp> acessado em 22 de abril de 2009.

Rosa que passa por todo o caminho representado no videoclipe, mas sim o interlocutor. Nem sempre o interlocutor aparece na figura do vocalista, como pode ser encontrado em outro videoclipe dessa mesma banda “Mandrake e os Cubanos”, em que o baterista dubla a canção e personaliza o interlocutário.

No videoclipe analisado, esse caminhar do vocalista pode ser compreendido como uma representação dos versos do refrão já mencionados, “Eu sigo seus passos”/ “A caminho do seu coração”. E durante esse trajeto, há várias pessoas, entretanto ele passa por todas elas não desviando sua atenção, indicando, portanto, determinação em seu objetivo. Além disso, há também uma progressão temporal, indicada pela mudança do ambiente, ou seja, ora é dia, ora é noite, e há chuva e a ausência dela. Entretanto, esta progressão parece não atrapalhar o interlocutor em seu caminho, como pode ser observado na cena em que há chuva: ele continua caminhando sem se importar, enquanto as outras pessoas pelas quais ele passa, tentam se proteger da chuva, com um guarda-chuva ou um jornal na cabeça.



E, enquanto o interlocutor realiza seu percurso, há, nos muros, os trechos que estão sendo cantados naquele instante, unindo, assim, a fala com a leitura. Enquanto se ouve a canção, é possível lê-la ao mesmo tempo. Inclusive, parece haver uma correspondência entre o canto, como quando por exemplo o intérprete alonga a palavra “sei”, e o verso escrito no muro, “tão perto agora eu sei”, pois é possível verificar que, depois da letra “i”, em

“sei”, palavra que está escrita em letra cursiva, há um risco que representa esse alongamento.



Além disso, essa representação do alongamento da vogal também pode ser compreendida como uma metáfora imagética da oscilação sonora da palavra: a fala, assim como a canção, apresenta oscilações em relação à entoação e alongamento; deste modo, a imagem parece procurar representar graficamente esta característica.

Mais adiante, há outra representação imagética: quando ele diz “Nossa história estampada”, esse verso aparece no muro escrito dentro de uma moldura, representando, assim, a estampa.



Há também alguns trechos representados por ilustrações. Quando, por exemplo, ele canta “onde o céu encontra o mar”, tem-se o desenho de um céu ensorralado na parte de cima e de um mar na parte inferior. E em “O infinito corre o mundo”, o infinito é representado por uma abertura no muro. Trata-se, portanto, de um complemento imagético-verbal:



Porém há também outras figuras que retomam certa influência do movimento surrealista, movimento do início do século XX, que procurava representar a mais profunda manifestação do subconsciente. Este movimento ocorreu tanto na literatura quanto na pintura e surgiu, em um primeiro momento, como uma ramificação do dadaísmo.

O Surrealismo é visto pelos seus proponentes, principalmente Breton, não como mais um



movimento artístico, mas como um **meio de conhecimento** que queria explorar sistematicamente o inconsciente, o sobrenatural, o sonho, a loucura, os estados alucinatórios. Enfim, tudo o que fosse o reverso da lógica e estivesse fora do controle e da consciência. (HELENA: 1993, p. 57)

Logo, esse movimento procurava representar o onírico e, para isso, utilizava imagens que, a princípio, não faziam qualquer sentido. Não bastavam sonhos comuns, mas aqueles que têm formas variadas e confusas, como um boi com asas ou peixes andando nas nuvens, por exemplo.

Portanto, é possível encontrar ilustrações que fogem à lógica cartesiana e não são apenas representações simplistas do que está sendo cantado, como, por exemplo, o peixe que aparece logo no início do videoclipe. Além disso, há também o elemento surpresa, como o desenho do coração, anteriormente mencionado. Em *Surrealismo* de Marilda de Vasconcellos Rebouças há a seguinte explicação sobre esse efeito:

O efeito da *surpresa*, já sugerido por Apollinaire ou Jarry, é constante nas obras surrealistas, ou melhor, é procurado deliberadamente. Esse elemento contribui para despertar o leitor enferrujado pelo hábito. O belo não é o bonitinho, mas o surpreendente, o grotesco, o bizarro, o fantástico, o inesperado. Apenas o inusitado pode ainda produzir efeito poético, uma vez que apura a sensibilidade já gasta com a poética do Simbolismo. Breton desejava que a surpresa fosse procurada por ela mesma, “incondicionalmente”. (REBOUÇAS: 1986, p. 68)

Dessa forma, ao representar a palavra “coração” por intermédio de um coração anatômico ao lado de dois olhos voltados para esse coração, o diretor causa, em um primeiro momento, um certo estranhamento, uma vez que surpreende o leitor com o inesperado. De acordo com a citação acima, “apenas o inusitado pode ainda produzir efeito poético” e o belo é o “surpreendente”. Assim, o efeito poético é possível somente saindo dos clichês existentes na nossa cultura.



O coração possui várias simbologias, como pode ser verificado no dicionário de símbolos:

Coração – Como órgão central e mais importante da vida humana, relaciona-se com o significado simbólico de centro. Na Índia, é considerado o lugar do contato com Brahma, a personificação do absoluto. Na Grécia antiga, representava inicialmente o pensamento, a ação e o sentimento do homem; mais tarde, o significado deslocou-se de maneira mais intensa na direção do espiritual. Sobretudo no Judaísmo e no Cristianismo, considera-se o coração como a sede das forças emotivas, sobretudo do amor, mas também da intuição e da sabedoria. O Islamismo vê no coração o lugar da contemplação e da espiritualidade, considerando-o envolto por diferentes camadas, cujas cores são visíveis no êxtase. O coração desempenhou um papel essencial na religião egípcia, como centro da vida, da vontade e da inteligência; era deixado na múmia embalsamada ao lado de um escaravelho, já que o seu peso determinava, no Juízo Final, o destino do homem no Além. A iconografia cristã desenvolveu e difundiu, sobretudo desde a mística da alta Idade Média, um simbolismo associado ao coração, apoiado no simbolismo do amor (o coração flamejante, perfurado, etc. de Cristo, da Virgem Maria ou dos Santos). Em geral, atualmente considera-se o coração um símbolo do amor e da amizade. (LEXIKON: 1998, p.64)

O coração, neste videoclipe, pretende desvincular-se do simbolismo associado ao amor, já que este coração procura representar o órgão anatomicamente. Pode-se afirmar que o coração tem como objetivo representar não somente a emoção, que está registrada na canção, mas também

“a intuição e a sabedoria”, remetendo, assim, à influência do movimento surrealista.

O peixe que aparece no início do videoclipe é retomado em figuras que apresentam características surrealistas duas vezes, uma no meio da canção e outra ao final:



O peixe possui uma interessante simbologia, uma vez que é considerado o símbolo do Cristianismo e também pode simbolizar o conteúdo do inconsciente, que é a principal busca deste movimento.

Assim, é possível relacionar a figura do peixe com o movimento surrealista, pois ele simboliza um conteúdo emergindo espontaneamente do inconsciente, enquanto este movimento busca a representação do inconsciente com imagens aparentemente desconexas e sem sentido algum. E, no videoclipe, pode-se encontrar uma “progressão surrealista”, já que a primeira figura do peixe aparece sozinha e completa, ou seja, em um primeiro momento não há uma relação da figura com o surrealismo. Todavia, nas duas outras partes do videoclipe em que o peixe aparece, ele se encontra em imagens surreais: desse modo, o peixe que, no início, parecia deslocado, pode ser visto como um indício, uma pista sobre o que se encontrará ao longo do videoclipe.

A letra da canção também apresenta elementos que fogem à lógica cartesiana. Logo no início ouvem-se os seguintes versos: “E quando caio do seu bolso/Escorrego pelo rosto”. O interlocutor afirma que cai do bolso do interlocutário, já causando estranhamento, e o segundo verso reforça isso ao afirmar que escorrega pelo rosto, o qual fica acima do bolso, contrariando inclusive as leis da gravidade. Assim, o leitor já sabe, desde o início, que a canção não deve ser interpretada segundo essa lógica, mas que há uma poética formada a partir dessas imagens que, a princípio, são desconexas e não fazem sentido.

Marilda Rebouças, na mesma obra já citada, também afirma que:

A poética surrealista não é um conjunto de normas suficientes para escrever um texto. [...] Essa poética não é uma fábrica de textos em série, mas uma bússola voltada para a liberdade de expressão. O Surrealismo quer tomar as rédeas do destino, isto é, fazer com que a práxis social de cada um se converta no modelo vivo da poesia. As obras surrealistas e o desenvolvimento histórico do grupo contribuíram para mudar a face da literatura e a consciência que o leitor tem de seus textos e autores. (REBOUÇAS: 1986, p. 69)

Assim, o surrealismo propõe a liberdade de expressão, desprovida de normas, ou seja, uma outra visão de mundo, na qual os clichês perdem seu espaço para a representação da poesia. E, para isso, busca-se o onírico e o que há no subconsciente por intermédio de técnicas como a escrita automática e

jogos surrealistas. Portanto, a poética surrealista rompeu com os modelos anteriores, valorizando a espontaneidade, o automatismo e o acaso.

Em *Movimentos da Vanguarda Europeia*, Lúcia Helena lista as principais características deste movimento:

- As descobertas de Freud sobre o inconsciente e os estudos da psicanálise sobre os mecanismos do sonho e suas relações com a realidade e a arte. Nesse sentido, os surrealistas vão se reencontrar com algumas propostas do Romantismo, especialmente na valorização do mistério;
- A imaginação, contra a lógica, o domínio da consciência e a busca de imagens incongruentes, provocantes;
- O maravilhoso, o mistério e o sobrenatural, vistos como fontes em potencial da arte;
- O automatismo psíquico (escrever, espontaneamente, sem pensar, ao fluxo do inconsciente) [...];
- O emprego passional e irracional das imagens, em busca de representar um mundo em que a realidade e a força inconsciente da imaginação se misturem. [...];
- a criação de técnicas que provoquem os “sonhos despertos” e as forças obscuras do inconsciente. (HELENA: 1993, p. 57, 58)

Deste modo, este movimento também teve influência das descobertas de Freud, no que se refere aos estudos sobre o inconsciente, o qual se revela nos sonhos, ou seja, segundo Freud, os nossos sonhos são a mais profunda manifestação do nosso inconsciente. Assim, os surrealistas procuram técnicas que tornem esta manifestação possível no campo artístico (no qual se inclui a literatura).

Os trabalhos de Freud relativos aos sonhos e sua teoria do inconsciente forneceram material de extrema importância para a estruturação do movimento surrealista. O desejo de explorar os “estados segundos” relaciona-se com a busca dos guardados do inconsciente. Tanto a escrita automática quanto as sessões de sono hipnótico podem revelar um discurso rico em imagens, simbologias. A narrativa dos sonhos é transcrita, cuidadosamente, ao despertar; há uma supervalorização do universo onírico, devido à riqueza de suas metáforas. (REBOUÇAS: 1986, p. 13)

Desse modo, as descobertas de Freud a respeito do inconsciente podem ser consideradas uma das bases surrealistas, uma vez que uma característica marcante desse movimento é a busca da representação onírica, do mais profundo inconsciente. Assim, o poeta não vai mais ao transcendente buscar inspiração. Além das imagens, há outros recursos utilizados, como, por exemplo, a repetição e figuras de linguagem, como a aliteração. Entretanto, essa poética rejeita normas fixas e engessadas, uma vez que o Surrealismo deseja a liberdade do espírito humano. Assim, os símbolos são muito importantes nesse movimento, uma vez que, apesar de as imagens parecerem desconexas e sem sentido algum, elas representam algo, assim como nos sonhos.

Tem-se, tanto na canção quanto no videoclipe, um enunciador focado em seu objetivo, que é “seguir os passos” do interlocutário. Entretanto isso deve ser compreendido no sentido conotativo, como pode ser notado logo nos primeiros versos da canção. No videoclipe, isso é mais evidente e pode ser percebido logo no início, pois, antes de iniciar a canção, a imagem do interlocutor/intérprete aparece embaçada até que ele comece a sua caminhada. Esse efeito pode ser entendido como uma representação da falta de foco do interlocutor. Portanto, quando ele começa a caminhar de maneira objetiva e sabendo aonde chegar, o foco se estabelece e a imagem torna-se nítida, assim como seu objetivo.

Em relação à letra da canção representada nos muros, pode-se notar uma heterogeneidade, uma vez que há letras grandes, letras pequenas, letra bastão, letra cursiva. Além disso, há palavras destacadas, com desenhos como setas, como se estivessem indicando o caminho e reforçando as palavras.



O movimento da câmera também é alternado, ora mais próximo, ora mais distante, o que não é aleatório. Trata-se de uma pausa curta, ou seja, uma representação imagética da vírgula, a qual pertence ao plano linguístico. Assim, o intérprete está ora mais próximo, ora mais distante da tela, ou seja, o *zoom* é alternado e isso ocorre quando o interlocutor passa por alguns elementos de seu caminho, como um poste ou um casal, por exemplo:





Na primeira foto, tem-se um *zoom* no rosto do interlocutor, que está próximo de um casal e na segunda foto, após passar por este casal, não só o interlocutor, mas toda a cena aparece sem o *zoom*. Esta mudança ocorre depois da pausa entre os versos “Enquanto caio do seu bolso”/ “Escorrego pelo rosto”, ou seja, a pausa é representada imageticamente pela mudança do *zoom*.

Como já mencionado nos capítulos anteriores, nem sempre o videoclipe representa exatamente o que está sendo cantado. Pode haver acréscimos, supressões, inversões, etc. Em “Uma curva não um risco”, por exemplo, tem-se no muro uma pessoa fazendo um risco.





Além disso, pode-se notar também que, acima do risco, há algumas setas. Estas setas podem indicar à pessoa que está fazendo o risco qual a direção que ela deve seguir: a mesma do interlocutor, ou seja, da esquerda para a direita.

Mas, ao final do videoclipe, entretanto, tem-se uma mudança no movimento da câmera que coincide com a chegada do intérprete ao local onde se encontra o restante da banda: o intérprete pega sua guitarra e se une ao grupo, enquanto a câmera passa por todos os integrantes e sai do local onde a banda está tocando. Aparece no muro uma imagem da banda, a qual é focalizada, depois escurecida, e o videoclipe termina.



Há, ainda, a presença da cor azul. No dicionário de símbolos escrito por Herder Lexikon, pode-se encontrar a seguinte definição:

Azul – cor do céu, da imensidão, da água, visto quase sempre como transparente, puro, imaterial e frio; cor do divino, da verdade e da fidelidade, no que diz respeito ao apego à verdade e ao compacto firmamento celeste. Cor também do irreal, do fantástico, muitas vezes no sentido negativo (por exemplo “estar azul”, i.e., perder a lucidez por bebedeira). Deuses e reis egípcios usam geralmente barba e peruca azul. As divindades hindus *Xiva* e *Krishna* são representadas quase sempre em azul ou em azul-claro. Zeus e Jeová reinam sentados no trono sobre o azul-celeste. Na pintura mural cristã da Idade Média, a luta entre o Céu e a Terra é frequentemente simbolizada pela oposição do azul

e do branco, aliados contra o vermelho e o verde (por exemplo, a luta de São Jorge contra o dragão). O azul é, além disso, como símbolo da pureza, a cor do manto da Virgem Maria. Ainda hoje, no Oriente, considera-se o azul uma proteção contra mau-olhado. (LEXIKON: 1998, p. 30)

Portanto, pode-se interpretar a incidência do azul, que ocorre não somente nesta última parte, mas também ao longo do videoclipe, como uma referência tanto à busca da verdade, quanto ao fantástico. Isto porque o Surrealismo, por intermédio de figuras consideradas fantásticas e sem qualquer relação aparente, buscava encontrar a mais profunda verdade, no interior do subconsciente.

Deste modo, com a união do vocalista e dos outros integrantes da banda, tem-se uma ideia de completude reforçada pela imagem acima. Assim, no videoclipe o caminho do interlocutor foi em direção aos demais integrantes da banda, como se ela fosse uma unidade única e o intérprete estivesse em busca desta unidade.

## **V. Amor I love you**

A canção *Amor I Love you* foi composta por Marisa Monte e Carlinhos Brown, sendo interpretada pela própria compositora. Além disso, há um trecho da obra *O Primo Basílio*, do escritor português Eça de Queirós, recitado por Arnaldo Antunes. Neste capítulo pretende-se verificar e analisar como ocorre a intertextualidade entre o videoclipe e a obra literária. A canção pode ser encontrada no álbum “Memórias, crônicas e declarações de amor” de 2000 e o videoclipe foi dirigido por Breno Silveira e Lula Buarque de Hollanda:

Lula Buarque de Hollanda – Cineasta e produtor, um dos sócios-fundadores da Conspiração Filmes, dirigiu o documentário *Pierre Verger, mensageiro entre dois mundos* (1999), retrato do fotógrafo francês que viajou pelo planeta e se fixou na Bahia. O documentário traz a última entrevista de Verger antes de morrer, uma conversa conduzida por Gilberto Gil. Lula também foi produtor de outra parceria com Gil, o documentário *Viva São João!* (2002) de Andrucha Waddington, que acompanha o cantor e compositor em uma turnê nordestina durante o período das festas de São João. Formado em antropologia pela UFRJ, fez mestrado em estudos cinematográficos na Universidade de Nova York. Dirigiu e produziu especiais musicais sobre Marisa Monte, Gilberto Gil, Milton Nascimento, Caetano Veloso e o grupo Titãs, além de videoclipes para diversos artistas nacionais e filmes publicitários. Em 2003 fez sua estreia como diretor de um longa de ficção com *Casseta & Planeta - O filme*. Em parceria com Carolina Jabor dirigiu *O mistério do samba*, documentário sobre a Velha Guarda da Portela com roteiro de Marisa Monte. O longa, com participação de Paulinho da Viola e Zeca Pagodinho, foi exibido na mostra Cinema na Praia do Festival de Cannes 2008 e foi eleito o melhor documentário de 2008 pela Academia Brasileira de Cinema. Seu novo projeto é a adaptação para o cinema de *O vendedor de passados*, romance do escritor angolano José Eduardo Agualusa.

Breno Silveira – Fotógrafo da nova geração, despertou atenção logo na sua estreia em longa-metragem, no filme *Carlota Joaquina* (1995), de Carla Camurati. Vencedor do Grande Prêmio Cinema Brasil 2000 de fotografia por *Eu tu eles*, de Andrucha Waddington, é sócio da Conspiração Filmes desde 1996. Carioca de 1964, formado na École Louis Lumière de Paris, já trabalhou em mais de 20 filmes de longa-metragem como assistente ou como diretor de fotografia, sempre

demonstrando uma participação autoral. Dirigiu comerciais e tem seis prêmios da MTV para trabalhos em videoclipes. Em 2001, dirigiu o documentário para televisão *Mar sem fim*, sobre o navegador Amyr Klink. Fez ainda a fotografia de *La serva padrona* (1998), de Carla Camurati, *Bufo & Spallanzani*, de Flávio Tambellini, *Gêmeas* (1999), de Andrucha Waddington, *Traição* (1998), de Arthur Fontes, *Cláudio Torres e José Henrique Fonseca*, e *O homem do ano* (2003), de José Henrique Fonseca. Estreou na direção de longa-metragem com *Dois Filhos de Francisco: a história de Zezé di Camargo e Luciano*, o filme mais visto no país em 2005 e o número um do ranking da retomada com mais de cinco milhões de espectadores. Durante a Copa de 2006, filmou com Andrucha Waddington uma série de documentários para a televisão sobre os ídolos do futebol. Em 2007, filmou *Era uma vez* (2008), seu segundo longa-metragem na direção, e produziu *A mulher do meu amigo* (2008), de Cláudio Torres. Lançado em 2008, *Era uma vez* foi selecionado para o Festival de Toronto.<sup>6</sup>

Com base nesta curta biografia dos diretores, pode-se inferir que eles possuem bastante experiência, não somente com videoclipes, mas também com outras linguagens pertencentes ao meio audiovisual, conferindo maior credibilidade ao seu trabalho. O videoclipe que será analisado ganhou o prêmio de melhor videoclipe de MPB na edição de 2000 do VMB, o *Video Music Brasil*, premiação realizada pela MTV Brasil.

Abaixo, tem-se a letra da canção:

1) Deixa eu dizer que te amo  
Deixa eu pensar em você  
Isso me acalma, me acolhe a alma  
Isso me ajuda a viver

5) Hoje contei pras paredes  
Coisas do meu coração  
Passei no tempo  
Caminhei nas horas

Mais do que passo a paixão  
10) É um espelho sem razão  
Quer amor fique aqui

---

<sup>6</sup> [http://www.filmebr.com.br/quemequem/html/QEQ\\_profissional.php?get\\_cd\\_profissional=PE258](http://www.filmebr.com.br/quemequem/html/QEQ_profissional.php?get_cd_profissional=PE258) e [http://www.filmebr.com.br/quemequem/html/QEQ\\_profissional.php?get\\_cd\\_profissional=PE55](http://www.filmebr.com.br/quemequem/html/QEQ_profissional.php?get_cd_profissional=PE55) acessado em 11 de maio de 2009.

Meu peito agora dispara  
Vivo em constante alegria  
É o amor quem está aqui

15) Amor I love you

Amor I love you

Amor I love you

18) Amor I love you

Primo Basílio - Eça de Queiroz (1878) (...) Tinha suspirado, tinha beijado o papel devotamente! Era a primeira vez que lhe escreviam aquelas sentimentalidades, e o seu orgulho dilatava-se ao calor amoroso que saía delas, como um corpo ressequido que se estira num banho tépido; sentia um acréscimo de estima por si mesma, e parecia-lhe que entrava enfim numa existência superiormente interessante, onde cada hora tinha o seu encanto diferente, cada passo conduzia a um êxtase, e a alma se cobria de um luxo radioso de sensações!<sup>7</sup>

Por razões metodológicas, primeiramente será analisada a letra da canção, em seguida o trecho de *O Primo Basílio*, e então, o videoclipe. Inicialmente, o título da canção chama bastante a atenção, uma vez que apresenta uma frase em língua inglesa: *I love you*. Esta frase significa “Eu te amo” e é amplamente conhecida, inclusive por quem não domina o idioma estrangeiro, uma vez que é uma frase muito utilizada em canções e filmes norte-americanos. Há um indício de que esta canção possui uma temática amorosa. Entretanto, por se tratar de uma canção pertencente ao gênero MPB, música popular brasileira, esta escolha por uma frase em inglês causa certo estranhamento, ainda mais se tratando de uma frase que pode ser considerada um clichê.

Quanto à letra da canção, pode-se afirmar que ela é composta por quatro estrofes, sendo que a primeira e a última têm quatro versos, a segunda estrofe tem sete versos e a terceira, três versos. O número de sílabas poéticas varia e os versos são livres, ou seja, a estrutura da canção não é fixa.

Na primeira estrofe, “Deixa eu dizer que te amo”, já é desvelado o interlocutor, por intermédio do pronome pessoal do caso reto, “eu”, e o

---

<sup>7</sup> <http://www2.uol.com.br/marizamonte/novosite/novositeport.htm> acessado em 04 de maio de 2009.

interlocutário, por intermédio do pronome oblíquo, “te”. O verbo que inicia a frase, “deixa”, encontra-se no modo imperativo, evidenciando-se, assim, um pedido do interlocutor. Cabe também ressaltar que esta relação (entre interlocutor e interlocutário) encontra-se no mesmo nível hierárquico, ou seja, o interlocutor não coloca seu interlocutário acima dele, mas no mesmo nível. Assim, este interlocutário não é idealizado, como era costume, por exemplo, nas cantigas trovadorescas. Isto pode ser comprovado com o uso do pronome “te” e “você”, no primeiro e segundo versos, respectivamente.

Ainda na primeira estrofe, é possível encontrar dois paralelismos: entre o primeiro e segundo versos e entre o terceiro e quarto verso. Nos dois primeiros versos, há o mesmo início, “deixa eu”, e nos dois últimos versos há o pronome demonstrativo “isso”, que retoma os dois primeiros versos, seguidos de ações reflexivas: “me acalma”, “me acolhe a alma”, “me ajuda a viver”. Desta forma, na primeira estrofe há uma relação de causa e consequência, ou seja, a permissão do interlocutário afeta diretamente o interlocutor.

Na segunda estrofe, por sua vez, o interlocutor revela suas ações passadas. Isto pode ser notado com os verbos no pretérito perfeito, o que indica ações já concluídas. Além disso, também há, no início da segunda estrofe, um dêitico temporal, “hoje”, o que indica que as ações concluídas pertencem a um passado próximo, e, portanto, mantêm-se, atuais. Entretanto, esta não é a única referência temporal: no sétimo e oitavo versos, “Passei no tempo / Caminhei nas horas”, o interlocutor parece interagir com este tempo, ao se referir à sua memória. E, ao final da estrofe, há um dêitico espacial: “aqui” em “Quer amor fique aqui”, indicando também um apelo ao interlocutário.

Após este apelo, na terceira estrofe, os verbos estão no presente do indicativo: mais uma vez há uma relação de causa e consequência, mas agora entre a segunda e a terceira estrofes, reforçado pelo dêitico temporal “agora”. Nos versos doze e treze, o interlocutor procura explicar como se sente: “Meu peito agora dispara / Vivo em constante alegria”. E no verso quatorze, explica o porquê: “É o amor quem está aqui”. Assim, a temática amorosa é reforçada, pois no primeiro verso o que “dispara” é o coração, ou seja, o coração bate num ritmo mais acelerado devido a emoção causada pelo interlocutário.

Entretanto, esta emoção é boa, uma vez que causa “constante alegria”. E, ao final, com o uso do pronome “quem”, há uma personificação do amor, ou seja, o interlocutário é o amor.

E, ao final, Arnaldo Antunes cita um trecho da obra *O Primo Basílio*, de Eça de Queirós. Esta obra pertence ao movimento realista português e, em linhas gerais, conta a história de Luísa, uma mulher casada e superficial que tem um caso extraconjugal com um primo, enquanto seu marido está viajando. Sua empregada Juliana, por sua vez, guarda todas as evidências desse relacionamento para depois chantagear a patroa, que, ao final, adoece e morre.

Luísa, segundo a teoria de Forster sobre personagens planas e redondas, pode ser considerada uma personagem plana, uma vez que não apresenta qualquer complexidade ou mudança ao longo da narrativa: pelo contrário, ela não consegue enfrentar a chantagem de sua empregada, mas adoece. A escolha por uma personagem plana deve-se ao fato de que o realismo, dentre outras características, pretendia mostrar a realidade de determinada sociedade, no caso, a sociedade portuguesa do século XIX.

O trecho recitado apresenta uma passagem em que Luísa fica envaidecida ao ler uma carta de Basílio, ou seja, este trecho relata como ela se sentiu com as palavras de Basílio.

No videoclipe, por sua vez, a história contada reporta-se ao passado. No início, a câmera foca a casa e, então, após um corte, abre-se a porta principal onde se encontra um casal de idosos. O homem está à frente lendo um livro e a mulher, no fundo da cena, bordando. Então, há um corte e a figura da mulher é focada - neste momento, sabe-se que é a intérprete caracterizada. Este corte ocorre após a introdução da música, ou seja, quando efetivamente a intérprete começa a cantar (entretanto a personagem não canta).

Esta personagem deixa o bordado, pega uma foto antiga e fecha os olhos, entrando, então, no tempo da memória. Assim, quando a canção diz “Deixa eu pensar em você”, ela está olhando a fotografia e depois começa o *flashback*.



Pode-se inferir que se trata de um tempo passado não só pela coloração da foto, que é em preto e branco e parece envelhecida, mas também pelas roupas das personagens. Além disso, a posição da intérprete/personagem, no meio, porém mais próxima a um dos homens, parece indicar que se trata de um triângulo amoroso.

Na primeira parte do *flashback*, as três personagens estão sentadas à mesa conversando e um dos homens, o que se encontra mais próximo à mulher na imagem acima, pega na mão da mulher, que corresponde com um sorriso. E, na próxima cena, ela faz uma mala e ele se despede dela com um beijo na testa e ela, o abraça. Até este momento, há a impressão de que a canção é sobre este casal, uma vez que tanto o beijo na testa quanto o abraço podem ser entendidos como sinal de afeto. Até este momento do videoclipe, o enunciatário ouve as duas primeiras estrofes da canção e a repetição da primeira estrofe.

Porém, quando a segunda estrofe começa a ser repetida, a terceira personagem entra em cena. Luísa sai com este personagem, interpretado por Arnaldo Antunes, e parece tentar se esquivar dele ao mesmo tempo. Durante todo o tempo desta estrofe, estas duas personagens se encontram em um ambiente ao ar livre, o que é contraditório, pois o romance entre elas é proibido e secreto.

“Passei no tempo” é representado imageticamente pela carruagem na qual as duas personagens se encontram e, “Caminhei nas horas”, é representado pelo caminhar das personagens em um gramado. Deste modo, pode-se verificar que estes dêiticos temporais não são esquecidos no campo imagético.





Na primeira imagem, representação de “Passei no tempo”, pode-se notar a carruagem por entre as árvores, sendo que ela se encontra na sombra e de tamanho pequeno em relação ao resto da cena. Assim, o andar da carruagem em direção às árvores, ou seja, ao ar livre parece representar um marco em sua vida, talvez a coragem para um relacionamento proibido.

Já na segunda imagem, representação de “Caminhei nas horas”, o casal encontra-se um pouco distante um do outro, porém o que chama a atenção é o jogo de luz e sombra. As personagens encontram-se de roupas escuras e a imagem apresenta uma parte na sombra e outra no sol. O casal caminha sob o sol e na mesma direção, mais uma vez reforçando a contradição já mencionada de que, por ser um romance proibido, ele deveria ser secreto e não ao ar livre,

iluminado pelo sol. Todavia isto também pode indicar algumas características positivas deste romance, como por exemplo, que o sentimento é verdadeiro, mesmo sendo proibido.

Esta última hipótese é reforçada com os versos “Quer amor fique aqui”, cuja representação é, em primeiro plano, a de uma árvore:



Como pode ser observado, a parte da árvore mostrada são as raízes. Assim, o amor é representado como as raízes de uma imensa árvore, ou seja, como um sentimento grande e profundo. Ao notar o tamanho das personagens em relação a estas raízes, pode-se concluir que a ideia passada é a de que o sentimento que as une é maior que elas próprias, ou pelo menos é esta a impressão das personagens.

Quando a terceira estrofe começa, o cenário muda. As personagens não estão mais ao ar livre, mas em um local fechado e escuro, somente iluminado por velas, como se elas tivessem então tomado consciência da inviabilidade do romance. Entretanto, há uma diferença entre o que está sendo cantado e a imagem. Como já explicado nos capítulos anteriores, uma das características do videoclipe é a possibilidade de criar, ou seja, esta linguagem não tem a obrigação de representar exatamente o que está sendo cantado; o que a limita, porém, é o tempo da canção.

Deste modo, nos versos “Meu peito agora dispara/ Vivo em constante alegria”, tem-se a seguinte imagem:



A personagem permanece séria e, após esta cena, se afasta da outra personagem. Isto pode indicar que a alegria sentida opõe-se ao fato de a personagem, por ser casada, não dever se relacionar com outro homem. Assim, ela não pode mostrar o que realmente sente, por isso há esta contradição entre canção e imagem.

E este sofrimento dela também é compartilhado pela personagem masculina: ele sabe que o romance é proibido, e isto só pode ser notado no videoclipe.



Entretanto, cabe ressaltar que, na letra da canção, não há qualquer indício de que o sentimento nutrido do interlocutor em relação ao interlocutário seja proibido. Isto só pode ser inferido a partir do trecho do

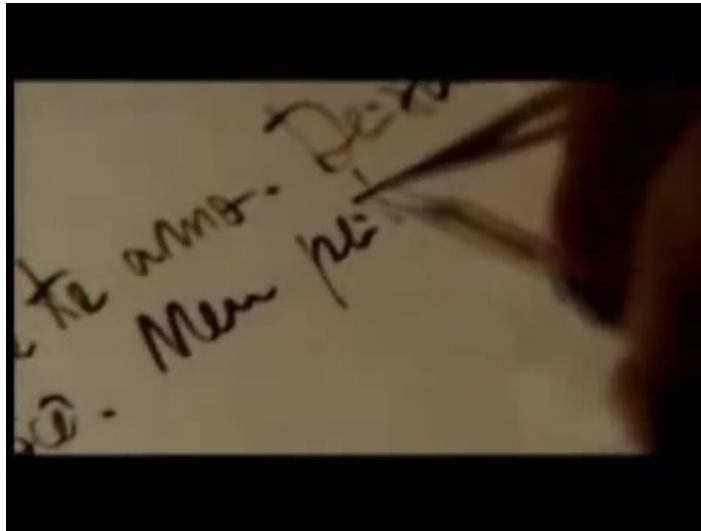
romance *O Primo Basílio*. E, mesmo assim, um enunciatório que desconheça a obra de Eça de Queirós também não fará esta relação, uma vez que o trecho escolhido não menciona, propriamente dito, a traição da personagem Luísa.

E a última estrofe, que contém o título da canção, se inicia ao mesmo tempo em que a personagem feminina, ao perceber que a outra personagem se aproxima dela, afasta-se subitamente, primeiramente entra em um quarto e depois sai do ambiente fechado para o ambiente ao ar livre. Porém este ambiente ao ar livre está modificado: não há mais sol, ou seja, já está escurecendo, o que pode ser tanto um dêitico temporal quanto uma representação do estado de espírito da personagem, dividida entre seus sentimentos e o que é socialmente correto.



Além disso, pode-se notar também o uso de cores frias que criam um contraste com o ambiente anterior: o céu torna-se roxo e o verde do gramado e das árvores dá lugar ao preto, como se agora fossem apenas sombras. Portanto, pode-se identificar uma progressão deste sentimento proibido e a luta interna contra o que ela sente. Cabe também ressaltar que a própria personagem aparece nesta paisagem também como uma sombra, o que completa este quadro. Além disso, o refrão da música é composto da repetição do título, *Amor I love you*, o que reforça ainda mais a luta interna da personagem: ela sabe o que sente, mas também sabe que não deve sentir isso.

E, ao final, Arnaldo Antunes, caracterizado, recita o trecho da obra realista. Enquanto isso, ele, personagem, escreve em um papel os primeiros versos da canção, como pode ser visto abaixo:



Há, portanto, uma transcrição da letra da música, o que inverte os papéis: a voz que canta é feminina, mas as palavras são escritas pelo homem. O trecho do livro pode, então, indicar como a personagem feminina se sentiu ao ler aquelas palavras, ou ainda, como ele gostaria que ela tivesse se sentido. Desta forma, a personagem feminina do videoclipe apresenta semelhanças com a Luísa, de Eça de Queirós, no que se refere ao caso extraconjugal e em como ambas se sentiam, o que é confirmado pela imagem, que mostra a mulher lendo aquelas palavras.

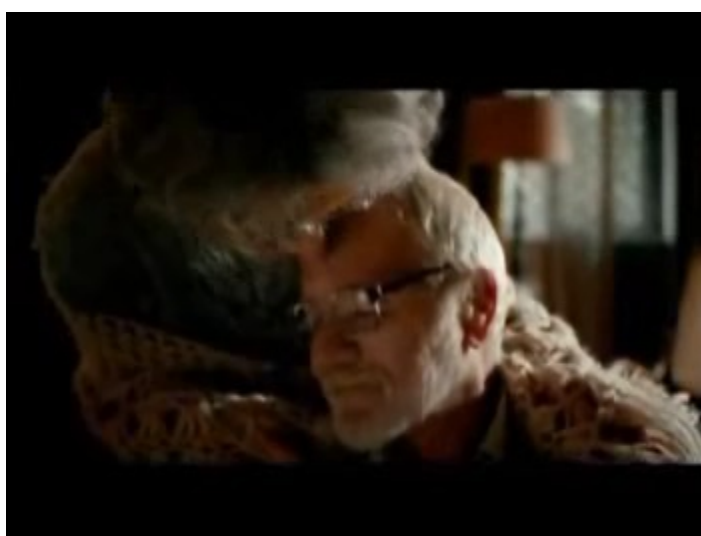
E, após este trecho ser recitado, a canção termina com a repetição do refrão. O foco volta a ser a fotografia observada pela personagem feminina, já mais velha. Ou seja, a fotografia marca o início e o final do *flashback*, funcionando, neste contexto, como um dêitico temporal para o enunciatário e também para a interlocutora, uma vez que é a fotografia que traz a lembrança. Na primeira cena em que aparece a fotografia, a câmera mostra primeiramente o casal, para depois focar a terceira personagem; e, para concluir esta narrativa, na cena em que a fotografia aparece, o movimento é inverso: primeiro é focada a terceira personagem e depois o casal.

No videoclipe, também há indícios da diferença da relação entre marido x esposa e entre amante x esposa. Conforme já mencionado no início do

videoclipe, o marido despede-se da esposa com um beijo na testa, o que pode significar um sinal de respeito. Entretanto, ao ler a carta do homem por quem nutre um sentimento não permitido, mais especificamente no final, quando Arnaldo Antunes recita “a alma se cobria de um luxo radioso de sensações”, a imagem é a de um beijo no pescoço:



Deste modo, pode-se inferir que o sentimento da mulher pelo homem que não é seu marido é baseado na paixão e no desejo, enquanto o sentimento dela por seu marido apresenta traços de carinho e companheirismo. Ao final do videoclipe, depois de terminado o *flashback*, é a mulher que dá um beijo na testa do marido:



Assim, este sentimento de respeito e cumplicidade parece ser mútuo e mais forte que a paixão e o desejo. E isso também ocorre do ponto de vista do

marido, uma vez que, na última parte do videoclipe, ao enunciatário é revelado que o marido também tinha uma paixão secreta, quando ele observa, dentro do livro que estava lendo, uma foto na qual estão a esposa e uma outra mulher, sendo que o movimento da câmera, que foca esta outra mulher, acaba por revelar isto e, assim, surpreender o enunciatário. E o marido esboça um sorriso, indicando que se trata de uma boa lembrança.



Esta “revelação” também não ocorre na canção: na verdade, a canção não revela muito sobre o interlocutário ao enunciatário, como já mencionado anteriormente neste capítulo. E tampouco há indícios de que, na obra de Eça de Queirós, o marido de Luísa tivesse qualquer relacionamento extraconjugal, pelo contrário. Deste modo, pode-se afirmar que o videoclipe pretende ir além da canção, e não somente representá-la.

Outro aspecto curioso e que diverge dos outros dois videoclipes analisados neste trabalho é que a intérprete/personagem não canta, a canção é tocada ao fundo da narrativa imagética, assemelhando-se a uma trilha sonora. Esta característica pode ser justificada como uma tentativa de separar as figuras da intérprete e da personagem caracterizada por ela. Deste modo, as figuras do enunciador, enunciatário, interlocutor e interlocutário estão, no videoclipe, claramente distintas.

Tanto a canção quanto o videoclipe também convergem para o título do CD no qual a canção foi gravada: “Memórias, crônicas e declarações de amor”. A “declaração de amor” é encontrada logo no título da canção, cujo

videoclipe trabalha com a memória de uma das personagens para construir uma narrativa imagética de sequência lógica.

Pode-se verificar que este videoclipe pretende ir além da canção, criando, a partir dela, uma narrativa não presente na letra da canção, mas mantendo a temática amorosa. Além disso, a canção, ao apresentar um trecho de uma obra pertencente à literatura portuguesa, mostra um outro lado da literatura ao seu público. E o videoclipe, cujo público não é o mesmo, amplia ainda mais o alcance desta obra. Talvez isto ocorra com o intuito de despertar no enunciatário, tanto da canção quanto do videoclipe, o interesse pela obra de Eça de Queirós, ou então seja para mostrar que esta obra do século XIX pode ser atual.

Portanto, a canção mostra um pequeno trecho da obra realista portuguesa que o videoclipe amplia, semelhante a um filme. Cabe também ressaltar que, n' *O Primo Basílio*, as personagens eram planas, deste modo, eram classificadas de maneira simplista: Luísa era superficial e seu marido, virtuoso. No videoclipe, porém, as personagens não podem ser classificadas de forma maniqueísta, ou seja, elas não são totalmente boas ou más. E esta complexidade das personagens é representada pelo jogo de luz e sombra presente no videoclipe: todas as personagens têm nuances e são incapazes de ser rotuladas como “más”, “coitadas” etc. Neste sentido, pode-se afirmar que os diretores deste videoclipe fazem uma crítica ao moralismo presente na obra de Eça de Queirós, concluindo a narrativa com uma ironia e surpreendendo o enunciatário.

Este videoclipe, portanto, atualiza a obra portuguesa, uma vez que a complexidade das personagens é uma característica da contemporaneidade, como pode ser confirmado com a ineficiência de rótulos como “personagem plana” ou “personagem redonda”. Além disso, mesmo sendo uma narrativa que se desenvolve em um tempo passado (*flashback*), as personagens tomam atitudes com as quais o enunciatário se identifica, ou seja, atitudes que podem ocorrer no nosso universo e tampouco há qualquer indício de que essa narrativa se passe em Portugal, como a obra literária. Pelo contrário, ao interpretar o trecho da obra, Arnaldo Antunes o faz com sotaque brasileiro e não português.



## VI. Segue o seco

A intenção deste capítulo é examinar comparativamente a canção “Segue o Seco” e a sua tradução para a linguagem do videoclipe. A proposta é pertinente na medida em que, hoje, a multiplicidade de meios de comunicação gera, como consequência, uma diversidade de códigos e, por extensão, uma diversidade de traduções de uma mesma realidade para esses respectivos códigos. “Se, conforme o postulador instaurador de Peirce – ‘o significado de um signo é um outro signo’ - , a proliferação incalculável dos signos, com a segunda revolução industrial - a automação-, promoveu uma circularidade sógnica jamais vista, crescente com a tecnologia avassaladora.”, afirma Latuf Isaías Mucci para explicar o conceito de intersemioticidade (online). Este mesmo autor não consegue deixar de mencionar, paralelamente a esse cotejo de códigos diferentes, a prática da tradução, não mais concebida exclusivamente como passagem de um língua para outra. Paulo Leminski (2001, p. 81) também cita Peirce para dizer que “a possibilidade da tradução está na própria raiz da natureza do signo”, pois este se caracteriza como sendo ‘qualquer coisa que possa ser entendida através de outros signos’. Leminski sintetiza a concepção de tradução aproximando-a de um tipo de paródia (com intenções burlescas ou não), da adaptação ou da diluição de uma mensagem original em (quase)-similares, mais ou menos afastados do seu protótipo. (Id, p. 82).

No caso desta canção interpretada por Marisa Monte, é importante saber em que medida o videoclipe mantém o conteúdo semântico do texto original ou afasta-se dele; que acréscimos, se é que eles existem, os diretores do clipe fazem ao texto matricial. Havendo poucas ou muitas aproximações ou divergências, de qualquer modo o que se procurará fazer aqui é uma leitura intersemiótica, ou seja, uma verificação de como o código imagético traduz ou complementa o verbal (isto sem falar nos outros códigos que coexistem no *corpus* deste trabalho, como o gestual, o facial, o plástico etc.)

Nesse sentido, o interesse inicial é analisar o texto poético criado por Carlinhos Brown para a interpretação de Marisa Monte. Esta canção integra o álbum *Barulhinho Bom, uma viagem musical*, produzido pela própria cantora

em 1995. É relevante assinalar também que a temática da canção, relacionada a um grave problema da região Nordeste, é peculiar ao compositor da letra, Carlinhos Brown, também reconhecido por seu engajamento social: ele criou projetos em Salvador para jovens carentes e, inclusive ganhou prêmios como reconhecimento. Um exemplo é a associação Pracatum.<sup>8</sup>

O videoclipe, do mesmo ano, dirigido por Cláudio Torres e José Henrique Fonseca<sup>9</sup>, foi agraciado, no VMB de 1995, com numerosos prêmios, entre os quais o de melhor direção, melhor fotografia e melhor edição, que são os quesitos mais relevantes para este estudo.

A partir do título, já é possível inferir que essa canção trata da seca nordestina que, aliás, é um dos temas fortes do cancionário popular brasileiro.

<sup>8</sup> A Associação Pracatum Ação Social – APAS, foi criada por Carlinhos Brown com o objetivo de desenvolver um trabalho fundamentado no tripé “educação e cultura, mobilização social e urbanização”. Organização da sociedade civil de direito privado, sem fins lucrativos, a missão da APAS é a melhoria da qualidade de vida dos moradores através do desenvolvimento comunitário e de programas educacionais e culturais. As iniciativas sociais da APAS caracterizam a preocupação de Carlinhos Brown com as questões da responsabilidade social e da inserção dos jovens da comunidade do Candeal no mercado de trabalho e no mundo. <http://www.carlinhosbrown.com.br/mosaico/trabalho-social/associacao-pracatum/> acessado em 13 de abril de 2009.

<sup>9</sup> José Henrique Fonseca – Diretor de comerciais e videoclipes da Conspiração Filmes, produtora que fundou junto com Lula Buarque de Hollanda, Cláudio Torres e Arthur Fontes, estreou em longa-metragem em *O homem do ano* (2003). Filho do escritor Rubem Fonseca, formou-se em direito na Faculdade Cândido Mendes, mas escolheu o cinema e o audiovisual como seu meio de trabalho. Dirigiu uma série para televisão, *Agosto* (codirigida com Paulo José), antes de estreiar no cinema, com o episódio *Cachorro!*, do longa-metragem *Traição* (1998). Com *O homem do ano*, um policial inspirado em romance de Patrícia Melo, com roteiro escrito em parceria com Rubem Fonseca e Patrícia Melo, uma co-produção da Conspiração Filmes com a Warner, participou do Festival de Berlim de 2003 e recebeu o prêmio de melhor primeiro filme no Festival de São Francisco de 2003. Em 2005, dirigiu e produziu em parceria com a HBO a série *Mandrake*, baseada no livro *A grande arte*, escrito por seu pai. [http://www.filmeb.com.br/quemequem/html/QEQ\\_profissional.php?get\\_cd\\_profissional=PE225](http://www.filmeb.com.br/quemequem/html/QEQ_profissional.php?get_cd_profissional=PE225) acessado em 08 de abril de 2009.

Cláudio Torres – Diretor de publicidade, videoclipes e musicais para televisão que, ao lado de Lula Buarque de Hollanda, José Henrique Fonseca e Arthur Fontes, foi um dos sócios-fundadores da Conspiração Filmes, uma das mais conceituadas produtoras de comerciais e videoclipes do país. Estreou no cinema com o episódio *Diabólica*, do longa-metragem *Traição* (1998), prêmio de melhor direção e de melhor filme segundo o júri popular no Festival de Brasília e melhor filme no Festival de Huelva, Espanha. Carioca, de 1962, filho dos atores Fernando Torres e Fernanda Montenegro, e irmão da atriz Fernanda Torres, formou-se em belas artes na Universidade Federal do Rio de Janeiro, antes de começar a trabalhar como diretor. Na Conspiração, além de comerciais e videoclipes, trabalhou em programas musicais especiais, como *Marisa Monte – memórias, crônicas e declarações de amor*, que ele dirigiu ao lado de Lula Buarque, e *Tudo ao mesmo tempo agora*, dos Titãs, que escreveu e produziu. Em 2004, lançou seu primeiro longa-metragem, *Redentor*, com roteiro escrito em parceria com sua irmã Fernanda Torres e com a roteirista Elena Soárez. Com esse filme, ganhou o Grande Prêmio de Cinema Brasileiro de melhor diretor.

[http://www.filmeb.com.br/quemequem/html/QEQ\\_profissional.php?get\\_cd\\_profissional=PE77](http://www.filmeb.com.br/quemequem/html/QEQ_profissional.php?get_cd_profissional=PE77) acessado em 08 de abril de 2009.

Este tema promove uma identificação com o povo brasileiro de modo geral, uma vez que, mesmo aqueles que nunca viveram essa situação, a conhecem, nem que seja somente pela televisão.

Além disso, a letra da canção também apresenta poeticidade e um cuidado na sua composição, como se verá na análise a seguir:

1)A boiada seca

Na enxurrada seca

A trovoada seca

Na enxada seca

5)Segue o seco sem sacar que o caminho é seco

Sem sacar que o espinho é seco

Sem sacar que seco é o Ser Sol

Sem sacar que algum espinho seco secará

E a água que sacar será um tiro seco

10)E secará o seu destino seca – estrutura composição medieval

Ô chuva vem me dizer

Se posso ir lá em cima prá derramar você

Ó chuva preste atenção

Se o povo lá de cima vive na solidão

15)Se acabar não acostumando

Se acabar parado e calado

Se acabar baixinho chorando

E se acabar meio abandonado

Pode ser lágrimas de São Pedro

20)Ou talvez um grande amor chorando

Pode ser o desabotoar do céu

22)Pode ser um coco derramado

A canção é dividida em duas estrofes: a primeira apresenta dez versos e a segunda, doze. Há uma pequena pausa na interpretação. Os versos apresentam um paralelismo sintático e semântico, ou seja, a ordem dos termos sintáticos se repete e pode-se notar a escolha de um léxico que remete à realidade nordestina brasileira, como por exemplo, “boiada”, “enxada”; além de paradoxos, ou seja, elementos que se opõem, como “A enxurrada seca”, “A trovoada seca”.

O uso do recurso paralelístico também tem a função de marcar o ritmo da letra, que se trata de um poema. Desse modo, logo no início da canção o compositor já cria uma atmosfera de aridez, confirmado pelo resto da estrofe, onde até o destino é seco, ou seja, não há um fim para essa situação.

Jacques Lambert, em *Os dois brasis*, ressalta a importância das chuvas nestas regiões:

Do ponto de vista da lavoura tal regime de chuvas expõe as culturas e o solo a graves perigos; um atraso das chuvas pode comprometer as plantações e sobretudo a violência das chuvas tropicais aumenta grandemente o risco de erosão. (LAMBERT: 1973, p. 132)

Cabe ressaltar também que a obra de Lambert foi publicada há mais de trinta anos, entretanto, esta realidade permanece atual, e o videoclipe procura mostrar essa trágica situação que parece não ter fim. Voltando ao poema, os primeiros versos remetem à cena de aridez provocada pela falta de chuva: em “A boiada seca” tem-se a imagem do gado vitimado pela falta de água, o que, no videoclipe, aparece representado pelos ossos desses animais. – está representada metonimicamente a dramática relação (de causa e consequência) entre o fenômeno natural da seca e seus reflexos sobre o sertão em geral e, particularmente, sobre os animais. Na verdade, a expressão “boiada seca” traduz, iconicamente, o complexo fenômeno social que singulariza o sertão nordestino. É interessante observar também que o adjetivo “seca” qualifica tanto a boiada, reduzida a apenas ossos, quanto a terra esturricada que agora lhe serve de sepultura. O mesmo procedimento pode ser visto no sintagma “A enxurrada seca” e depois em “A trovoada seca”.

“A enxurrada seca” é uma desautomatização da linguagem popular, ou seja, é criado um estranhamento no que se refere ao uso deste vocábulo, uma vez que o vocábulo “enxurrada” só é utilizado para descrever o que se encontra no estado líquido. Assim, a imagem de uma “enxurrada seca” cria uma figura de linguagem chamada catacrese. Portanto, essa enxurrada é seca, ou seja, o sol e o calor são excessivos, assim como uma enxurrada, apesar de opostos.

Cabe ressaltar também que o termo “enxurrada” é utilizado no nordeste brasileiro e refere-se às chuvas que quando ocorrem depois de um período de seca, acabam provocando inundações. Essa “enxurrada” também aparece em obras literárias, como por exemplo, *Menino de Engenho*, no qual há uma passagem em que depois de um período de seca, quando a chuva ocorre, ela promove uma inundação. Segundo Jacques Lambert, “a natureza torrencial das chuvas, no Brasil, obriga a descobrir o solo o menos possível e, por esse motivo, a adotar a lavoura de enxada como método normal de cultura” (LAMBERT: 1973, p. 133) Entretanto, devido aos longos períodos sem chuva, o solo acaba descoberto, seco e, quando ocorre a chuva, ocorre também a inundação.

Mais adiante, o autor procura justificar a razão pela qual os métodos de lavoura mais modernos, como o trator, por exemplo, não são empregados:

Sem dúvida a natureza primitiva da lavoura de enxada é devida em parte à falta de capitais, à falta de iniciativa de certos grandes proprietários e à falta de educação da população rural. (Ibidem, p, 133)

No videoclipe também é possível encontrar a representação imagética dessa figura de linguagem:



Enquanto na parte inferior da imagem tem-se o solo seco e rachado, característico do sertão nordestino, resultante da falta de chuva; na parte

superior têm-se mescladas com a claridade do sol, nuvens escuras, ou seja, indício de chuva.

“A trovoada seca”, por sua vez, pode indicar uma expectativa que acaba em frustração, pois a trovoada é um indício de chuva, entretanto isso não significa que as trovoadas necessariamente a tragam, ou seja, não é porque há trovões que haverá chuva. Assim, a trovoada cria uma expectativa que pode ou não ser concretizada, gerando, neste caso, frustração e desapontamento. Esta situação é confirmada em livros de geografia, como na obra de Melhem Adas, *Geografia da América*:

[O Sertão nordestino] Trata-se de uma área de clima semi-árido quente, caracterizada pela irregularidade das chuvas e por variações do índice pluviométrico anual de uma área para outra. [...] A cobertura vegetal do Nordeste semi-árido é a caatinga. É uma vegetação espinhenta, de troncos retorcidos e que seca no período da longa estiagem, retratando, desse modo as condições climáticas da região. (ADAS: 1985, p. 40-41)

E, ao final dessa primeira parte, tem-se, possivelmente, uma construção apresentando, de forma sintética, a relação de causa e efeito: “Na enxada seca”. Esse verso pode indicar que, devido à falta de chuva, a partir do segundo e terceiro versos, o resultado é a aridez da terra. Assim, o cancionero já deixa evidente, logo no início de sua canção, que a seca causada pela falta de chuva gera este grande problema que é a tragédia da seca nordestina.

Pode-se afirmar que esta imagem constitui também uma metonímia, ou seja, há uma relação entre a enxada, concebida como ferramenta de trabalho, e a terra, sendo a primeira contaminada pelo principal atributo da terra. No caso, “enxada”, que é um vocábulo que retoma o ambiente rural, ao receber o adjetivo “seca”, retoma todo este contexto dramático causado pela falta de água. Será possível ver, mais tarde, que até mesmo o homem que utiliza esta enxada é dominado pela aridez.

Sobre o nível sonoro, há também a repetição dos fonemas oclusivos /s/ e /k/, como, por exemplo, nos vocábulos “seco”, “sacar”, “secará”. Assim, cria-se o efeito de sentido de aridez também na musicalidade da canção, ou seja, forma e conteúdo convergem para o tema da seca. A repetição desse

fonema também pode indicar o estalar do sol, ou seja, o calor excessivo e o vento, além dessa repetição marcar o ritmo da canção, juntamente com o paralelismo sintático. E esta aridez também está presente no significado destas palavras: “seco” retoma toda a tragédia e “sem” indica a falta.

Nos quatro primeiros versos, existe uma rima interna entre “boiada” e “trovoada”, e “enxurrada” e “enxada”, o que confere ênfase aos termos correlacionados; boiada e trovoada, além disso, apresentam um hiato (/ia/ e /oa/) em que o fonema /a/, significativamente, parece expandir o conteúdo semântico dos dois vocábulos. Isto é, há um grande número de bois sofrendo as consequências fatais do nocivo efeito atmosférico das trovoadas que não se transformam em chuva. Efeito semelhante é gerado pela sucessão de sons oclusivos: /b/; /d/; /t/; /d/, culminando com a oclusiva final /k/ em “seca”, palavra cujo conteúdo semântico, de conotação negativa e contundente, também se expande por conta da vogal aberta /a/.

No caso de “enxurrada” e “enxada”, no segundo e quarto versos, parece também haver entre ambos os vocábulos uma relação de sentido, na medida em que se pode pensar que a enxurrada seria decorrente da chuva (fenômeno natural que atinge beneficemente o solo), gerando a possibilidade de trabalho humano (lavoura representada metonimicamente pela enxada). As expectativas produzidas pelo efeito de sentido destes vocábulos podem ser consideradas, de algum modo, positivas, se atentarmos para os sons nasais do dígrafo inicial /ẽ/ (expandindo o conteúdo semântico), da palatal /ẽ/ (de enxurrada e enxada) e da vibrante /R/ de enxurrada. No entanto, este efeito positivo logo se anula em contato com o adjetivo “seca”, que modifica os dois vocábulos.

Plasticamente a menção aos quatros elementos fundamentais da paisagem nordestina assolada pela seca parece estabelecer uma relação intertextual com o movimento cubista na sua fase sintética. Francis Frascina, em seu estudo “Realismo, ideologia e o ‘discursivo’ no cubismo”, utiliza o estudo de Jakobson sobre a metáfora e a metonímia para esclarecer a relação entre metonímia, realismo e cubismo. Diz ela:

Jakobson escreve que o romantismo e o simbolismo (e depois o surrealismo) são geralmente associados com o processo metafórico. Mas ele associa os processos metonímicos ao realismo; ele “subjaz e na realidade predetermina a chamada tendência

‘realista’... Um exemplo saliente da história da pintura é a orientação manifestamente metonímica do cubismo, no qual o objeto é transformado num conjunto de sinédoque” (Jakobson, p. 69-70) Portanto, segundo Jakobson, o cubismo pertence à tendência realista; ele é um sistema de signos no qual o uso da sinédoque predomina. Na sinédoque a semelhança posicional e a contiguidade semântica são combinadas e contrastadas. (FRASCINA: 1998, p. 146)

A segunda parte da primeira estrofe, que se inicia com o verso “Segue o seco sem sacar que o caminho é seco”, tem um verbo na terceira pessoa do singular no presente do indicativo (“segue”). Chama a atenção o fato de o verbo estar no singular e não no plural, como seria de se esperar, na medida em que a ação se refere a dois núcleos: boiada e trovoadas. Porém a possível explicação para o uso do singular pode ser encontrada no último verso desta estrofe, “E secará o seu destino seca”, no qual o pronome “seu” refere-se aos dois termos (boiada e trovoadas), cujo conteúdo semântico envolve tanto o elemento animal (racional, inclusive), quanto o natural, respectivamente. De fato, ambos atuam de forma indissociável, constituindo-se como causa e efeito que formam uma unidade indecomponível: a seca e a tragédia natural e humana que dela decorrem.

Há também um paralelismo no quinto, sexto, sétimo e oitavo versos, com a repetição da estrutura “sem sacar que”. O uso do paralelismo não só confere maior sonoridade à letra da canção, como também mostra um indício de ciclo. Além disso, este sintagma reúne os sons /s/ e /k/, presentes no substantivo “SeCura”, e evocam o estalar da madeira ou da terra ou dos animais devido ao rigor do sol escaldante (semelhante ao estalar da madeira no contato com o fogo).

No oitavo verso, “Sem sacar que algum espinho seco secará”, tem-se uma maior dramaticidade sobre esta situação, uma vez que a seca é tão intensa que até o que já está seco se tornará mais seco ainda.

No campo imagético, por sua vez, o diretor opta por utilizar um recurso chamado *flash*, que é caracterizado por um clarão que aparece logo no começo do videoclipe, assemelhando-se a um raio. Além disso, esse tipo de corte, necessário para o efeito, não funde uma imagem na outra e é chamado de corte seco, conferindo, imageticamente, o efeito de sentido da trovoadas. O



espectador diante deste efeito tende a piscar, o que faz com que ele sua atenção à tela da televisão.

No videoclipe, por sua vez, para representar essa marcação no meio visual, o diretor utiliza o efeito *zapping*, ou seja, a mudança rápida de imagens, como se fossem cortes na narrativa. Assim, no campo imagético, o diretor procura representar o efeito do som com uma técnica que teve sua origem com o advento do controle remoto: Arlindo Machado define o *zapping* como “hábito de mudar de canal quando entram os comerciais” (MACHADO: 1997, p. 221)

Esse recurso é muito utilizado em videoclipes, uma vez que há um limite de tempo, ou seja, o tempo da canção, para que essa seja representada, uma vez que, como já mencionado anteriormente, o videoclipe é realizado a partir da canção. Além disso, uma característica marcante nas linguagens modernas, como a televisão, a internet e, é claro, o videoclipe, é a velocidade de transmissão das informações. Logo, esse efeito contribui para que mais informações sejam transmitidas em um menor espaço de tempo.

No início da segunda parte, têm-se os seguintes versos: “Ô chuva vem me dizer / Se posso ir lá em cima prá derramar você”, nos quais se estabelecem as relações de interlocutor e interlocutário. No primeiro verso é revelado ao enunciatário, no caso o ouvinte da canção, que o interlocutário é a chuva, a partir do uso do vocativo “Ô chuva”, que, juntamente com a interjeição, caracteriza um apelo; e em “me dizer” o interlocutor se revela a partir do pronome oblíquo de primeira pessoa do singular: “me”. Essa relação ocorre no mesmo nível hierárquico, uma vez que o interlocutor trata o interlocutário com o pronome informal “você”. Este apelo complementa a primeira estrofe, uma vez que esta procura criar a ambientação da realidade da seca nordestina. Há também o uso contínuo da conjunção “se”, que implica em uma condição: no 12º verso, que é o primeiro que utiliza esta conjunção, o interlocutor pede permissão para “derrubar a chuva”, ou seja, fazer a chuva acontecer. Assim, o interlocutor propõe-se a fazer alguma coisa para pôr fim à tragédia e ao sofrimento causados pela seca.

No verso seguinte, há, novamente, o uso da interjeição, mas dessa vez, o som é aberto (“Ó”), como se o interlocutor quisesse chamar a atenção do interlocutário, “Ó chuva preste atenção”. Em seguida, o interlocutor, com o

auxílio da conjunção “se”, enumera no que quer que a chuva, o interlocutário, preste atenção. Os versos 14, 15, 16, 17 iniciam, portanto, com essa conjunção, e o verso 18, apresenta a conjunção aditiva “e” seguida da conjunção “se”, para indicar que este é o último fator no qual o interlocutário deve “prestar atenção”.

E, ao final, o interlocutor apresenta sugestões de como a chuva pode aparecer: “lágrimas de São Pedro”, “grande amor chorando”, “coco derramado”. Isto pode ser concluído a partir da repetição da estrutura “pode ser” e do uso da palavra “talvez”, representando uma incerteza. Além disso, o léxico escolhido também retoma a água e têm um caráter emocional, principalmente em “lágrimas” e “chorando”, uma vez que o choro e conseqüentemente, as lágrimas são diretamente ligadas às emoções do homem. E o coco é típico dos países tropicais, especialmente no litoral nordestino brasileiro, região na qual não há falta de chuva. Assim, o interlocutor utiliza um fruto característico do nordeste, mas da região em que chove, como parte do apelo e persuasão ao interlocutário.

Portanto, enquanto a primeira estrofe descreve a cena causada pela falta de chuva no nordeste brasileiro, na segunda estrofe, por sua vez, a voz do interlocutor é diretamente dirigida à chuva (interlocutária) em tom de apelo, com o intuito de atenuar este sofrimento.



Ao se analisar o videoclipe e a construção imagética da canção, pode-se verificar a presença da intérprete cantando, o que confere maior

verossimilhança à canção, e olhando para cima como se realmente estivesse fazendo um apelo à chuva, que aparece no final do videoclipe. Assim, esse apelo também tem sua representação imagética e o rosto da intérprete/personagem apresenta características que evocam o estilo barroco, criando um contraste com os rostos das outras personagens. Estas, por sua vez, representam as vítimas desta tragédia e possuem marcas de sofrimento, como pode ser verificado nas expressões faciais de tristeza e desamparo, pele queimada e rugas causadas pela exposição excessiva ao sol.

Além disso, há vários elementos que procuram retomar, imageticamente, a figurativização do sertão nordestino, como o chão rachado, característico da região e o uso de cores quentes, especialmente a cor laranja - junção do vermelho e do amarelo, ambas cores quentes.

As cenas dos ossos dos animais e das personagens – inclusive crianças - vítimas do fenômeno da seca, constituem a representação metonímica da tragédia nordestina e atingem o enunciatório de forma muito mais impactante. Isso é possível notar graças à caracterização dessas figuras, vestindo roupas simples e surradas; os rostos são marcados pelo sol excessivo e o olhar, de tristeza e sofrimento, está voltado para o céu, como se esperasse dali a solução de seu drama. – barroco.

Com relação ao cromatismo, a ambientação criada pelo uso excessivo das cores quentes – amarelo, vermelho e laranja – contribui para sugerir um quadro quente, abafado e empoeirado – resultante da falta de chuva. E as personagens, de roupas em tons pastéis, parecem constituir elementos inerentes a essa paisagem. Estas cores, juntamente com as personagens, parecem opacas, conotando a dramaticidade e a precariedade da vida que levam.

Como se não bastasse, na abertura do videoclipe, a imagem que aparece está em preto e branco e apresenta a realidade física da região: o solo seco encimado por um céu aberto. Esta imagem, em forma de *zapping*, assemelha-se a uma foto antiga, evocando a recorrência da tragédia da seca nordestina.



Este recurso do preto e branco é bastante significativo e pode indicar que esse ciclo ocorre há muitos anos. Assim, pode-se observar, aqui, um dêitico temporal que fortifica a abordagem do tema. De fato, é como se o enunciador se despisse de qualquer intenção de embelezar ou enobrecer a paisagem ou a situação existencial que será descrita. A cena, em preto e branco, é, portanto, de intenso realismo e contundência.

Em termos formais, como já foi dito, o vídeo em análise retoma traços do estilo barroco, uma vez que, no decorrer, constata-se a presença da claridade relativa (o preto e branco opondo-se ao vermelho, amarelo e laranja, os quais, por sua vez, também são percorridos pela luz e sombra) e da profundidade. Em termos temáticos também se observa o elemento barroco da tensão entre o terreno e o celestial, quando se opõem o céu aberto e o solo seco, na cena inicial, ou quando as personagens aparecem com seus olhos erguidos para o céu, procurando dali algum socorro, que viria em forma de chuva, como diz a letra da canção.

Em síntese, o elemento visual, que constitui o signo principal do videoclipe, contribui para completar a apreensão da realidade social retratada. Ele o faz pela intuição espiritual, que consiste na apreensão imediata dessa mesma realidade, sem a mediação dos conceitos. Desta forma, o conteúdo social da canção não é assimilado apenas racionalmente, mas é também vivenciado pelo leitor como um ser inteiro (e não fragmentariamente concebido apenas como um ser racional). Na verdade, o recurso, tal como é

utilizado neste videoclipe, apresenta uma nuance pedagógica semelhante à utilizada por Vieira nos seus sermões, em que as parábolas, as metáforas e as imagens contribuíam para falar ao espírito do ouvinte.

A intérprete não só canta a música como também participa dessa narrativa, caracterizando-se como uma das personagens e ainda interagindo com as crianças. Isto se pode notar na cena em que ela passa a mão no cabelo de uma das crianças que está brincando com os ossos de animais vitimados pela seca. Este gesto pode indicar empatia e solidariedade, como se a intérprete caracterizada se identificasse com essa situação, mas também de certa impotência, uma vez que o único meio que ela possui para acabar com essa falta de água é o apelo, ou seja, a maneira encontrada para acabar com este sofrimento causado pela falta de chuva, é tentar persuadir o interlocutor, no caso, a chuva, a “descer”.

Como já mencionado, no verso 12, o interlocutor pergunta à chuva se pode ir “lá em cima” para derramá-la. Deste modo, o interlocutor também se propõe a fazer algo para que a chuva ocorra, entretanto, ele é incapaz disto, como pode ser notado no dêitico espacial “lá em cima”. Este dêitico serve para separar espacialmente interlocutor e interlocutário e, o fato de o interlocutário se encontrar em uma posição superior ao interlocutor e às outras personagens, enfatiza a submissão e impotência destes.

Logo no início do videoclipe, tanto a intérprete quanto as outras pessoas, não aparecem claramente, só é possível visualizar suas silhuetas uma vez que eles parecem sombras, contrastando, assim, com o amarelo e o laranja. Há ainda as árvores secas que, também escuras, criam esse ambiente em que o foco é voltado para a falta de chuva, ou seja, a aridez. Assim todos esses elementos contribuem para o apelo do interlocutor, cujo objetivo é persuadir o interlocutário a aparecer, personificando, portanto, esse fenômeno da natureza. Essas sombras também podem indicar que perante a toda essa situação de falta, as pessoas são como sombras, ou seja, todas praticamente iguais, não seres humanos completos, mas apenas um resquício disso. Assim, a seca não leva somente a subsistência, mas também a vida dessas pessoas que vivem permanentemente nesse ciclo. As sombras, nesse contexto, representam a falta de vida, afinal essas pessoas lutam diariamente para sobreviver.

Outro aspecto interessante presente na canção é a religiosidade. Esse aspecto evidencia-se no verso “Pode ser lágrimas de São Pedro”, uma vez que São Pedro, segundo a cultura popular, é o guardião das chaves do céu e o responsável pela chuva. A religiosidade é uma característica muito importante do povo brasileiro de maneira geral e na região nordestina também é muito forte a influência da igreja, como por exemplo, a crença em Padre Cícero, que é considerado santo pela população local e leva milhares de romeiros a Juazeiro do Norte no estado do Ceará, onde foi erguida uma estátua enorme em homenagem a ele que, segundo muitos fiéis, é responsável por milagres.

No videoclipe a religiosidade já é representada logo no início por intermédio de uma cruz grande e com velas acesas, formando um altar, representando assim as orações pedindo chuva. Há ainda imagens de santos e pessoas olhando para o céu como se a chuva fosse um presente divino, reforçado pela figura da mulher segurando uma cruz, e essas pessoas também aparecem ajoelhadas. Essa religiosidade, mais especificamente o Catolicismo, que é a religião predominante no Brasil, demonstra também a esperança desse povo em ter a chuva que, nesse contexto, representa a sobrevivência. Há ainda cenas nas quais são utilizadas o *zoom*:

*Zoom* (ingl.): abertura ou fechamento do quadro obtidos através de um jogo de lentes no momento do registro (na codificação analógica) ou através de processamento posterior de um enquadramento fixo (na codificação digital). Se a *zoom* se abre do particular ao geral chama-se *zoom-out*, e se ela se fecha do geral ao particular chama-se *zoom-in*. (Ibidem, p. 221)

Assim, o diretor utiliza o *zoom-in* particularmente em duas cenas seguidas. Primeiramente na imagem de uma senhora nordestina, e a seguir na imagem de um dos santos.



Esse *zoom* é na face, tanto do Santo quanto da mulher, e fica bem evidente a oposição entre essas duas figuras. O Santo tem a tez alva e olhos azuis, enquanto a mulher tem os olhos castanhos e a pele queimada pelo sol e enrugada pelo sofrimento. O Santo é, portanto, belo, assim como a esperança da salvação que, nesse contexto, é a chuva; e a mulher simboliza esse sofrimento. Além disso, as rugas também podem indicar o quão antigo é esse problema da seca nordestina e, mais uma vez, tem-se a dicotomia vida e morte, sendo que a imagem do Santo representa a vida e a imagem da mulher, a iminência da morte.

Também há duas imagens seguidas que mostram uma progressão e reforça a religiosidade. Na primeira imagem, há uma mulher segurando um crucifixo e na segunda, há a imagem de uma cruz.



Tanto o crucifixo quanto a cruz retomam o Cristianismo, sendo que aquela é a representação desta. Além disso, há uma pessoa segurando o crucifixo, humanizando, ainda mais este apelo diretamente ligado à fé. E, mais adiante, uma das personagens aparece segurando dois latões nas costas, como é muito comum nessas regiões, onde as pessoas caminham quilômetros em busca de água.





No videoclipe verifica-se que o contorno criado tem a forma de uma cruz. Assim, juntamente com as sombras, tem-se uma cruz cuja vida vai se esvaindo. A ideia é a de que a fé é a única esperança destas pessoas e esta personagem representa todas as demais vítimas da seca, uma vez que ela aparece em sombras e seu rosto não está definido.

Além disso, esta imagem também lembra o espantalho. Neste caso tem-se uma contradição, uma vez que o espantalho é utilizado em plantações para que os animais não destruam as plantações. Neste contexto, o espantalho não tem qualquer funcionalidade, entretanto, o espantalho não tem vida, é passivo, assim como estas personagens se apresentam: sem meios de mudar esta realidade de forma definitiva.

E mais adiante, quase ao final do videoclipe, a chuva aparece e as pessoas demonstram felicidade, entretanto elas continuam olhando o céu, mas desta vez como sinal de agradecimento, uma das personagens inclusive, levanta as mãos para o céu, o que reforça essa intencionalidade. E, logo após a chuva, as cores quentes voltam junto com a seca, o que evidencia um caráter cíclico.

Esse caráter cíclico também aparece nos estados de conjunção e disjunção entre Sujeito e Objeto. No início tem-se a disjunção, uma vez que o interlocutor faz um apelo para a chuva e a aridez representada reforça ainda mais a falta dela, juntamente com os outros elementos já mencionados; na parte final do videoclipe tem-se, com a chuva, a conjunção, ou seja, o interlocutor “convenceu a chuva a descer”, entretanto, não por muito tempo e,

assim, tem-se novamente a disjunção representada pela seca. Pode-se afirmar, portanto que esse apelo é motivado pela falta, assim a falta de chuva gera essa disjunção que só pode ser transformada em conjunção uma vez que essa falta seja preenchida, no caso pela chuva.

Entretanto, na letra da canção esse movimento cíclico não ocorre. Tem-se, durante todo o tempo da canção, o apelo do interlocutor ao interlocutário, ou seja, o estado de disjunção permanece, ou seja, essa falta permanece, o que pode indicar como principal foco, o apelo. Sob esse ponto de vista, pode-se afirmar que o videoclipe procura, ao representar a canção, ir além dela própria.

Assim, nessa canção, a espera permanece, mas no videoclipe não. Além disso, a canção é inicialmente temática, entretanto no refrão ela torna-se passional, o que pode ser notado por intermédio do uso de interjeições e prolongamentos de vogais. E no videoclipe, é possível encontrar essas duas vertentes: a temática, com o som do berimbau, um instrumento musical típico do nordeste, no início, os ossos dos animais vitimados pela seca, o uso excessivo das cores quentes; e a passional, com o apelo tanto da intérprete caracterizada, quanto das outras pessoas, juntamente com a religiosidade, demonstrando a fé e a esperança de que a chuva apareça e resolva os problemas.

Todavia, essa caracterização da intérprete não faz com que ela realmente pareça uma mulher nordestina vitimada pela seca, uma vez que sua figura diferencia-se das demais, por suas roupas, seu cabelo e sua pele mais clara (e não queimada pelo sol). Na verdade a intérprete aparece no videoclipe de duas maneiras: primeiramente ela aparece à parte com os cabelos soltos e uma roupa azul, o que pode indicar o anseio pela chuva. E depois, ela aparece com um vestido escuro, de xale e com os cabelos trançados. Nessa segunda caracterização, ela contracena com os demais figurantes, que representam como já mencionados, vítimas da seca.

Porém, mesmo aparecendo na mesma cena e, inclusive, fazendo carinho em um menino, não é possível notar qualquer reação por parte das outras personagens, ou seja, elas não tomam conhecimento da presença da intérprete/personagem. Isto pode ser um sinal de resignação ou uma maneira de mostrar o deslocamento da intérprete/personagem.

Pode-se afirmar que, em um único videoclipe, têm-se duas caracterizações de uma mesma personagem, pois ela também é a intérprete. Portanto, no campo imagético, foi criada uma ambiguidade em relação à personagem/intérprete: Marisa Monte, a intérprete, representa dois papéis. Estas duas personagens cantam e contracenam com a câmera, enquanto as demais personagens não. Porém, enquanto uma personagem aparece de vestido azul e cabelos soltos, longe das outras personagens, sozinha no cenário árido; a outra aparece de cabelos presos, vestido escuro e procura se inserir entre as outras personagens, inclusive fazendo carinho em uma criança, como sinal de solidariedade ao sofrimento deles.

Portanto, é possível inferir que se trata de duas personagens distintas, que são interpretadas pela mesma pessoa, mesmo não contracenando juntas. Tem-se uma única intérprete e, como se está dentro do campo da enunciação, dois interlocutores que buscam, juntos, persuadir o interlocutário. Pode-se concluir que, no campo imagético é possível um único enunciador construir dois interlocutores que atuam com o mesmo objetivo.

Tanto na canção, quanto no videoclipe, pode-se encontrar a oposição morte e vida, sendo que a seca representa a morte, enquanto a chuva, ou melhor, a água, representa a vida. Isso pode ser percebido principalmente ao relacionarmos duas cenas do videoclipe: a primeira, logo no início em que a intérprete está sentada e pega um punhado de terra enquanto canta os primeiros versos da canção; e a segunda, na qual a intérprete, também sentada, pega um punhado de água de uma poça, já no final do videoclipe. Essas duas cenas são parecidas, o que não só reforça essa dicotomia vida e morte, mas também o caráter cíclico, já abordado.

Com base nessa análise realizada é possível concluir que a poeticidade da canção é transferida ao videoclipe, porém com recursos diferentes, como o efeito *zapping*. Além disso, a intérprete caracterizada confere um efeito de aproximação à realidade, o que na canção é representado pelo mesmo nível de hierarquia entre interlocutor e interlocutário, somados ao caráter apelativo daquele. O videoclipe acrescenta a canção enriquecendo-a ainda mais com a caracterização do cenário, o uso de coadjuvantes, incluindo crianças. Cabe também ressaltar que o tema retratado também facilita esse processo, uma vez que permite a identificação do enunciário, porém no videoclipe os diretores

procuram mostrar esta situação trágica com dramaticidade, assim, mesmo sendo dirigido inicialmente ao público brasileiro, o videoclipe também atinge outros públicos não familiarizados com este grave problema.

## VII. Considerações Finais

Ao longo de todo este trabalho, pretendeu-se não somente analisar o videoclipe, mas também compreender seu formato, composição e importância na atualidade. O videoclipe inicialmente surgiu como mais uma ferramenta na divulgação de bandas e cantores. Porém, a possibilidade de o enunciário apreciar a canção, não somente com a audição, mas também com a visão, gerou um novo olhar sobre a canção, além de uma nova linguagem que se propõe unir canção e imagem.

O cinema também se propõe fazer isso com o intuito de contar uma história. O videoclipe, porém, é mais contemporâneo, na medida em que as informações passadas devem ser rápidas, uma vez que o videoclipe é limitado pelo tempo da canção. Além disso, enquanto é esperada de um filme, por exemplo, uma sequência lógica, no videoclipe isto não ocorre: é mais comum encontrar videoclipes sem sequência lógica do que filmes. Além disso, o videoclipe não precisa representar exatamente o que está sendo cantado, ou seja, o enunciário não tem essa expectativa, o que confere maior liberdade de criação ao diretor.

Deste modo, o videoclipe dialoga com a canção representada, tendo ainda a possibilidade de dialogar com mais discursos e textos culturais, como o diálogo com o movimento surrealista, no videoclipe de Conrado Almada, por exemplo. E esta linguagem audiovisual também pode acrescentar, suprimir, inverter e deslocar elementos, como anteriormente mencionado. Além disso, ela pode ser considerada nova, já que os primeiros videoclipes foram realizados na segunda metade do século XX e a tecnologia favorece diretamente a produção.

Principalmente com a internet e as câmeras digitais, muitos internautas criam videoclipes de suas músicas favoritas, claro que sem muito requinte e recursos tecnológicos, e postam na internet, em *websites* como o *Youtube*, por exemplo. Deste modo, esta linguagem não só tornou-se mais acessível, uma vez que utiliza como meio de comunicação principal a televisão, mas também permite a interatividade com a internet. E estes videoclipes que podem ser considerados “amadores”, pois não tem uma função comercial e nem muitos

recursos tecnológicos disponíveis, não interferem em nada com a produção e distribuição dos videoclipes “oficiais”, ou seja, aqueles produzidos por diretores profissionais.

Com o intuito de analisar e compreender como o videoclipe (re)constrói a canção, três videoclipes foram realizados. Nas análises realizadas, pode-se afirmar que seus diretores acrescentaram elementos à representação audiovisual da canção. Em “Seus Passos”, tem-se os símbolos e desenhos surrealistas contrastando com o caminhar linear do interlocutor; em “Segue o seco” há uma representação da tragédia da seca nordestina, incluindo seu caráter cíclico e o sofrimento das pessoas; e em “Amor I Love you”, o diretor faz uma releitura da obra realista portuguesa *O Primo Basílio*.

Por ser uma linguagem mais recente, o público que assiste a videoclipes é formado, em sua maioria, por adolescentes e jovens adultos. Assim, nem todas as pessoas que ouvem Marisa Monte, assistem aos videoclipes de suas canções, uma vez que o gênero MPB tem um público um pouco mais elitizado, como já mencionado no capítulo sobre a indústria cultural, e o videoclipe, em seu formato, é destinado às massas. Assim, seus diretores demonstram nos videoclipes da cantora uma preocupação em realizar um videoclipe como uma obra de arte, o que pode ser uma maneira tanto de atrair um público mais jovem e menos elitizado para o gênero MPB, quanto uma maneira de atrair o público mais elitizado para o videoclipe.

A banda mineira Skank, por sua vez, apresenta-se para um público menos elitizado: suas músicas tocam nas principais rádios do país, eles se apresentam em programas populares etc. Entretanto, o diretor do videoclipe analisado neste trabalho realizou um videoclipe muito bem feito, como já verificado. Assim, pode-se afirmar que algumas bandas e seus diretores reconhecem o valor artístico que um videoclipe pode ter.

A maior parte dos videoclipes é norte-americana, assim como sua origem. Além disso, a música norte-americana, de maneira geral, é muito difundida no Brasil, desse modo, ao sintonizar a MTV, por exemplo, pode-se notar que a maior parte dos videoclipes é de bandas e cantores desse país. O que não significa, necessariamente, que os videoclipes brasileiros sejam, de modo algum, inferiores aos norte-americanos.

Portanto, pode-se afirmar que os videoclipes são a reconstrução da canção no meio audiovisual, ou seja, enquanto a canção é sentida pela audição, o videoclipe faz da visão o sentido principal. Logo, tem-se a possibilidade de ver a canção e apreendê-la também com este sentido.

O ponto de partida de todo o videoclipe é a canção. Porém, seus diretores possuem um vasto campo de possibilidades para a elaboração dele e, deste modo, há videoclipes muito diferentes entre si: alguns polemizam, outros são engajados e, infelizmente, há aqueles cuja única função é a publicidade.

Assim, pode-se concluir que são os meios de comunicação e tecnológicos que criam linguagens para as pessoas se expressarem artisticamente. O livro é considerado um meio de transmitir ideias e conhecimentos, entretanto, não se pode afirmar que todos os livros são obras de arte, assim como a pintura. O mesmo ocorre com o videoclipe: em seu início, ele era desvalorizado, considerado apenas como mais uma forma de publicidade e sem qualquer valor artístico-cultural. Porém, com a relativa liberdade de criação proporcionada por essa linguagem, que se identifica com a contemporaneidade por fatores como a velocidade, por exemplo, há cada vez mais videoclipes sendo produzidos e transmitidos. Assim, é essencial que esta linguagem, tão presente e difundida, seja objeto de reflexões e estudos sobre sua formação e importância na atual indústria cultural.

O videoclipe tornou possível “ver” a canção, portanto, ele não pode ser considerado uma mera representação imagética de uma determinada canção, mas uma nova construção em outra linguagem, composta também com recursos próprios do cinema e televisão, como o *zoom* e o *zapping*, além de toda a tecnologia recente.

## VIII. Bibliografia

- ADAS, Melhem. *Geografia da América. Aspectos da geografia física e social*. São Paulo: Moderna, 1985.
- ARMES, Roy. *On Vídeo: O significado do vídeo nos meios de comunicação*. São Paulo: Summus Editorial, 1999.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria Semiótica do texto*. São Paulo: Ática, 1999.
- \_\_\_\_\_ e FIORIN, José Luiz. *Dialogismo, Polifonia, Intertextualidade*. São Paulo: EDUSP, 1999.
- BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BRAIT, Beth. (Org.) *Bakhtin Conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2005.
- \_\_\_\_\_ *Bakhtin, Dialogismo e Construção do Sentido*. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.
- COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural*. São Paulo: Brasiliense, 2007.
- FIORIN, José Luiz. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2006.
- HARRISON, Charles; FRASCINA, Francis; PERRY, Gil. *Primitivismo, Cubismo, Abstração. Começo do século XX*. São Paulo: Cosac & Naify, 1998.



- HELENA, Lúcia. *Movimentos da vanguarda europeia*. São Paulo: Scipione, 1993.
- LAMBERT, Jacques. *Os dois brasis*. 3ª. ed. São Paulo: Cia. Editora Nacional, 1973.
- LEMINSKI, Paulo. trans/paralelas. In: *Anseios Crípticos*. Curitiba: Criar, 2001.
- LEXIKON, Herder. *Dicionário de símbolos*. São Paulo: Cultrix, 1998.
- MACHADO, Arlindo. *A Arte do Vídeo*. São Paulo: Brasiliense, 1997.
- \_\_\_\_\_ *Máquina e Imaginário*. São Paulo: EDUSP, 2001.
- \_\_\_\_\_ *Pré-cinemas & pós-cinemas*. 2ª ed. Campinas: Papyrus, 2002.
- MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. 3ª ed. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997
- MARCHEZAN, Renata Coelho. “Diálogo”. In: BRAIT, Beth (org.). *Bakhtin: outros conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2006.
- MOISÉS, Massaud. *A criação literária*. 13ª ed. São Paulo: Cultrix, 1997.
- \_\_\_\_\_ *A literatura portuguesa*. 34ª ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

- MUCCI, Latuf Isaías. “Intersemioticidade”. In: *E-Dicionário de Termos Literários*, coord. de Carlos Ceia, ISBN-98920-0088-9. Disponível em: <http://www.fcsh.unl.pt/edtl/verbetes/intersemioticidade.htm> Acessado em 17/04/09.
- PIGNATARI, Décio. “A TV encontra a sua poética”. In: PIGNATARI, Decio. *Letras, Artes e Mídia*. São Paulo: Globo, 1995.
- \_\_\_\_\_. “O Paleolhar da televisão”. In: NOVAES, Aduino. *O olhar*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.
- \_\_\_\_\_. *O que é comunicação poética*. 8ª. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2005.
- PLAZA, Julio. *Tradução intersemiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1994, Coleção Estudos.
- REBOUL, Olivier. *Introdução à retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- SINHORINI, Marina Castellan. “Os limites e as pretensões de um videoclipe”. In: <http://rabisco.com.br/23/videoclipe.htm>, acessado em 08 de setembro de 2008.
- TATIT, Luiz. *A canção, eficácia e encanto*. São Paulo: Atual Editora, 2ª edição, Série Lendo, 1987.
- \_\_\_\_\_. *Semiótica da canção: Melodia e Letra*. 2ª ed. São Paulo: Escuta, 1999.
- ZUCOLOTTO, Juliana. “O Paradigma da Imagem”, in: *Semiosfera*, nº 3, Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2002.

<http://www.eco.ufrj.br/semiosfera/anteriores/semiosfera01/representacao/txtsimb2.htm> acessado em 08 dezembro de 2008.

- ZUMTHOR, Paul. *Letra e voz: A “literatura” medieval*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.