

ESTUDO COMPARATIVO DO VIDEOCLÍPE NA MÚSICA POP

Camila Barreto Reis*
Débora Araujo Goes de Medeiros**
Rafael Oliveira Freaza Garcia***

Resumo: *Este artigo faz um levantamento do histórico do videoclipe desde o seu surgimento até a atualidade. Em seguida, analisa retoricamente a estrutura dessa modalidade audiovisual, exemplificando através do estudo comparativo entre dois videoclipes da década de 1990.*

Palavras-chave: Videoclipe; História; Retórica.

INTRODUÇÃO

O videoclipe surgiu do sistema de vídeo com a proposta de um trabalho experimental. Em seu início apresentava características amadoras e com traços da vídeo arte. Com o passar do tempo e a chegada de novos equipamentos que permitiam uma melhor manipulação das imagens, ele acabou conquistando o mercado midiático e unindo-se definitivamente à música pop.

De trabalhos meramente publicitários (relacionados apenas à estratégia de divulgação de um disco), o clipe passou a fazer parte de projetos que visavam transformar uma forma de comunicar massiva em meio de transmissão e expressão de arte.

De acordo com Pedro Pontes (2003, p. 47), a influência do videoclipe é vista hoje em diversas esferas como telenovelas, videogames, desenhos animados, cinema, telejornalismo, publicidade e internet. Ainda hoje há os que fazem os tipos comerciais, mas a tendência é a produção de obras mais livres e dispostas a experimentar o novo.

O INÍCIO DO VIDEOCLÍPE

O videoclipe é uma modalidade de comunicação relativamente nova: ele advém da invenção do videoteipe e do videocassete, que deram a diversos artistas e *videomakers* a possibilidade de transformar imagens eletrônicas em expressão característica da cultura moderna. “Os videoclipes surgiram em um período em que se contestava uma série de valores, antes muito sólidos” (PONTES, 2003, p. 48): a década de 60. Experiências que levassem à libertação, como o uso de drogas, a utilização da psicodelia nas artes gráficas e na música, e a reinvenção do cinema com a *Nouvelle Vague* (que abolia a linearidade) eram valorizadas em detrimento de expressões conservadoras, como a família, o ensino e a atrelação do sexo ao casamento.

É difícil estabelecer o marco de nascimento do videoclipe, entretanto, conforme Pedro Pontes:

* Graduanda em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica do Salvador, quinto semestre. camila.reis3@uol.com.br (autora)

** Graduanda em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica do Salvador, quinto semestre. deboraagm@yahoo.com.br (autora)

*** Graduando em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica do Salvador, sexto semestre. refaelfreaza@yahoo.com.br (autor).

Este trabalho foi orientado pela prof. do curso de Comunicação Social da UCSAL e doutoranda em Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa, Regina Lúcia Gomes Souza e Silva. E-mail: reginagomesbr@yahoo.com.br

São considerados por muitos os primeiros videoclipes os vídeos das músicas “Strawberry Fields Forever” e “Penny Lane”, dos Beatles. Na verdade, trata-se de um único vídeo para as duas músicas, uma vez que foram lançadas juntas, num compacto, e o vídeo era uma forma adicional de promoção do disco (PONTES, 2003, p. 48).

Foram os videoartistas (como Nam June Paik) quem primeiro mesclaram música, vídeo e televisão a partir da introdução do computador para produzir efeitos. O videoclipe acabou difundindo essa linha de trabalho conhecida como *television art*.

Dessa forma, por depender de tais aparatos tecnológicos, o videoclipe aparece como um gênero tipicamente televisivo. Em pouco tempo o videoclipe ganhou espaço em vários âmbitos, até mesmo na própria televisão, e conquistando de vez a indústria fonográfica, pois tratava-se de um formato barato, curto, concentrado e com boa capacidade de distribuição.

Porém, houve os resistentes que ainda preferiam a montagem narrativa clássica e diziam que o videoclipe manchava a mídia com seu artificialismo. Afirmavam também que era um fenômeno causado pela moda e que logo acabaria¹.

O videoclipe despontou como uma nova modalidade que quebrava os padrões tradicionais de narração e que acabou por usar a TV como um espaço propício à experimentação. Seu público era propenso a imagens sem pronto significado desde que a música estivesse em concomitância com o movimento. A real intenção não era necessariamente contar uma história e sim transmitir sensações.

Com o surgimento da MTV nos Estados Unidos, os anos 80 caracterizaram-se como a década de explosão do videoclipe. O sucesso da MTV foi notório, demonstrando que os videoclipes ajudavam a vender discos. Conquistadas, então, pelo sucesso do videoclipe, as gravadoras incluíram-no no itinerário da música pop, lançando a música e, mais tarde, o clipe como peça publicitária. “O domínio da imagem musical – e não mais a música convertida em imagem – se iniciava” (PONTES, 2003, p. 49).

PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

Segundo Arlindo Machado (1998, p.190), não é possível designar uma linguagem específica do videoclipe tal qual é feito com o cinema. O videoclipe, por se tratar de um sistema híbrido (como foi dito, advém do vídeo e acaba por herdar dele tal característica) não possui definição exata de montagem, ângulo de filmagem ou uma narrativa clássica: nele há abundância de cortes, planos de curta duração e montagens rápidas para que as imagens sigam o ritmo da música à qual está associado. Estes recursos estilísticos são, para Pedro Pontes (2003, p. 47), características inerentes ao videoclipe, mas não necessariamente encerradas a ele, ou seja, estende-se a outras esferas: “Para ser considerado videoclipe, este curta-metragem não pode ser jornalístico, não é a simples filmagem da apresentação de um ou mais músicos. Ele é a ilustração, a versão filmada, de uma canção” (PONTES, p. 48). Seu estilo fragmentado impede uma maior absorção e retenção de conteúdo, o que o caracteriza como um sistema efêmero.

Machado (1998, p. 190) afirma que o primeiro plano ou o primeiríssimo plano não são as únicas opções passíveis de serem usados no videoclipe, pois um plano geral, que a priori seria descartado por não identificar bem as imagens, poderia ser utilizado com valor intencional sem fazer o trabalho perder a característica de videoclipe. Não há uma gramática normativa para o videoclipe.

Além disso, não precisa necessariamente de um suporte narrativo e por isso pode ter estrutura circular e reiterativa. O videoclipe, pelo seu próprio formato, tem um enorme poder de

¹ Para Pontes (2003), os mais famosos videoclipes com montagem narrativa são *Thriller* e *Bad* ambos estrelados por Michael Jackson e dirigidos, respectivamente, por John Landis e Martin Scorsese.

síntese e economia, podendo agrupar no mesmo quadrado várias imagens ao mesmo tempo (elas acabam por ficar sobrepostas umas às outras). Tem também baixo custo de produção e fácil distribuição.

O VIDEOCLÍPE HOJE

O videoclipe cresceu enquanto expressão artística e hoje não mais constitui uma mera peça publicitária feita para divulgar a música: o clipe hoje é feito e distribuído em concomitância com a música. A tendência atual dá continuidade ao caráter experimental do início, fazendo com que boa parte dos produtores de videoclipe migre para o circuito de produção mais artístico. Pelo fato de estar relacionado à música pop, o videoclipe leva às massas novas invenções no plano audiovisual e acaba prospectando recursos para investir neste campo experimental da imagem.

A imagem dos artistas, antes amplamente explorada, hoje cede espaço a uma liberdade maior da iconografia: é cada vez mais comum a ausência dos intérpretes nos clipes ou seu uso muito discreto. Isso gera mais espaço para manipulação plástica da obra e aparecem resultados mais ousados, rejeitando formatos esteticamente comercializáveis.

Esses resultados, que podem parecer fruto de displicência, são na verdade obra de cálculos, produções caras e trabalhosas e capacidade de abstração poética suficiente para produzir arte a partir do que é visto como defeito ou amadorismo. Uma das tendências é a utilização de animação em lugar de imagens naturais. As animações podem ser em objetos, massas de modelar ou imagens geradas em computador e priorizam mais o gráfico e rítmico que o fotográfico. Essas inovações estão geralmente ligadas à bandas com atitudes independentes e pouco ligadas ao circuito comercial.

Um dos motivos para essa inovação é o fato de nem sempre o clipe estar destinado a um espectador passivo: ele tomou lugares como shoppings, lojas e até em *shows* e *raves*, espaços onde o estilo estourou em popularidade.

Nas *raves* as imagens são de estimulação retiniana e não convencionais como em outros lugares e, cabe mencionar, aproximam-se da arte produzida por Nam June Paik. Assim também é para os *clubbers*, que usam o clipe dentro do conceito de vídeo ambiente produzido por Andy Warhol e Brian Eno. Nesses estilos citados quase não há o que se ver com elos narrativos lineares: as imagens são apenas estímulos visuais. De acordo com Machado (2003, p. 180), no videoclipe atual há a predominância também da descontinuidade – mudança do figurino, da luz, do suporte, e do ambiente – e os planos, que são cada vez mais flexíveis. Quanto à estrutura narrativa, encontra-se uma sugestão de narração em algumas cenas do clipe e não nele completo. Outra descontinuidade experimentada está na combinação de imagens com sons: o clipe tem mais liberdade em relação à música e as imagens não precisam ter sincronia perfeita com o som, que também pode ser atingido por interferências, ruídos e vozes.

Arlindo Machado (2003, p.182) identifica três grupos de vídeos e seus realizadores: os clipes feitos somente para ilustrar uma música, os oriundos do cinema e do vídeo experimental, compostos por cantores e compositores ousados que visam transformar a TV em um campo aberto para experiências e, o último, que trata o clipe como sendo auto-suficiente e tem não somente a tarefa de compor e interpretar as músicas como também de produzir os clipes.

O auge da produção de vídeos auto-suficientes deu-se nos anos 70, com o surgimento do grupo *The Residents*, que era classificado como apto a realizar todo tipo de ação como música, performance e outras manifestações. Esses novos profissionais inauguram mudanças fundamentais no conceito de videoclipe: ele passa a ser parte de um processo integrado de autoria que vai desde a música até a iconografia: o clipe faz parte do processo geral da criação.

CÂNONES RETÓRICOS

Após este painel contextual sobre o videoclipe e suas principais características como sistema de expressão, destacaremos, ainda que sumariamente, algumas categorias canônicas da retórica que operam como sistema conceitual-metodológico da análise logo a seguir apresentada e que foi proposta por Joan Leach (2002) em *Análise retórica*.

O cânone retórico da *Invenção*, ou o modo *como* se constrói o discurso para captar a atenção do auditório, se divide em duas instâncias: a intelectual e a afetiva. A instância intelectual corresponde ao *logos* enquanto a afetiva engloba o *ethos* e o *pathos*.

O *logos* tenta atingir o lado racional e, para tanto, se vale de argumentos lógicos para convencer o interlocutor.

O *pathos* tem argumentação forte pelo fato de mexer com as paixões dos interlocutores. Essa argumentação afetiva se vale de argumentos emocionais para persuadir.

O *ethos* tem argumento suave, pois trabalha com a benevolência do auditório para com quem transmite a mensagem (o orador). Ele pode ser positivo ou negativo, sendo positivo quando de fato há a benevolência, e negativo quando esta não acontece.

As instâncias intelectual e afetiva sempre sofreram mútuas influências, pois entre elas há um contrato intelectual. Numa análise retórica é imprescindível o papel do contexto do e no discurso que, conforme Leach (2002, p. 299), diz respeito à exigência da dimensão de tempo, da conveniência e do tipo discurso adequado ao perfil do público-alvo.

ANÁLISE DOS CLIPES

1-*There she goes (Sixpence None the Richer)*: A banda *Sixpence None the Richer* surgiu nos anos 90 - época de surgimento de várias bandas e artistas que caíram no gosto adolescente - cantando pop rock para um grupo mais alternativo. Em 2004 as atividades do grupo foram encerradas, mas a vocalista - Leigh Nash - continuou com carreira solo. O clipe escolhido é de 1998, quando a banda ainda existia.

Tal videoclipe é uma produção que foge dos padrões publicitários esteticamente comercializáveis da época. Há clara manipulação plástica com predominância de imagens escurecidas e por vezes borradas, e o cenário e a equipe de produção são mostrados - o que em outras produções seria um erro nesta é um elemento trabalhado. A montagem segue o estilo padrão transparente, ocultando os cortes e dando idéia de continuidade entre as cenas: a vocalista aparece na maioria das vezes em primeiro e primeiríssimo planos, embora tenha uma participação discreta nas cenas e não seja onipresente. A descontinuidade não aparece visto que os figurinos e cenários são os mesmos, apenas o *takes* variam.

Apesar disso, este clipe apresenta um caráter mais experimental e podemos dizer que pertence ao segundo grupo, classificado por Arlindo Machado (2003, p.182) como aqueles oriundos do cinema e do vídeo que não tratam o videoclipe como mera peça publicitária. Pode-se identificar na peça cenas escuras e sujas e com interferências plásticas, vocalista em papel secundário, figurino em tons escuros e cenário mostrando os bastidores da produção.

Dentre os mecanismos persuasivos utilizados para captar a atenção do espectador, que, neste caso específico, presume-se um público jovem, urbano e alternativo, podemos verificar que o *logos* é identificado em uma sugestão de narrativa aristotélica (início, meio e fim dados com o decorrer de um personagem que anda por uma festa em busca de alguém e não a encontra), reforçadas pela imagens realistas dos cenários e personagens (a banda), naturalizando a cena. O *pathos* aparece durante todo o clipe: seja na letra (em anexo) e na melodia da música (uma balada romântica), na “interpretação” dos personagens ou nos planos utilizados (primeiro ou primeiríssimo plano no cantor-ator) que mobilizam afetivamente o espectador do clipe. O *ethos* é identificado no nome e imagem da banda, podendo ser positivo ou negativo, a depender de quem

seja o público no momento. Caso o público seja o alocutário, o *ethos* será positivo, pois haverá uma credibilidade por conta do estilo musical e o próprio nome da banda. Caso seja o não-alocutário, o *ethos* será negativo pelo fato de não haver interesse por parte deste público no estilo e na banda e por isso não haver benevolência. Neste caso, também o próprio canal de divulgação do videoclipe, a MTV, opera como fiador da credibilidade da banda junto ao público.

2- *Sometimes* (Britney Spears): A cantora Britney Spears surgiu no fim da década de 90 cantando no estilo pop, assim como as demais personalidades aparecidas na mesma época². Seus fãs eram na maioria adolescentes, inseridos no sistema comercial de massa – o que pode ser comprovado em seus clipes. No início da carreira mantinha linha “boa moça”, percebida nos figurinos, clipes e músicas; com o passar do tempo, na tentativa frustrada de modernizar a sua imagem, ela assumiu uma postura mais adulta, que acabou mal trabalhada e a deixou com reflexo vulgar. O clipe escolhido foi de 1999, quando a imagem da cantora ainda era positiva para a maioria do público.

Nesse videoclipe, o padrão publicitário comercial que visa propagar um disco através do clipe é claramente identificado. As imagens são limpas e claras e não há manipulação plástica. A imagem da vocalista é muito mais explorada, glamourizada e esta aparece na grande maioria das vezes em primeiro ou primeiríssimo planos, além de ela mesma fazer a personagem cantada na música. A descontinuidade surge de forma pouco acentuada, visto que a mudança de cenário e figurino é sutil e sempre estão inter-relacionadas.

No cenário - assim como no restante do clipe - não há qualquer elemento transgressor que identifique essa obra como experimental: ela faz parte do primeiro grupo, aquele que produz clipes para vender álbuns e se resume a isso.

O *logos* também aparece em sugestão de estrutura aristotélica (narrativa com início, meio e fim dados pela personagem representada pela própria cantora e por um personagem masculino que, durante toda a peça, buscam um pelo outro e culminam num encontro), assim como no primeiro caso, e também reforçada pelo realismo do cenário, figurino, personagens (cuja protagonista é essencialmente Britney) e história de aparência real. O clipe é basicamente *pathetico*, desde a letra (em anexo), o ritmo e a melodia da música, até o ambiente (uma praia paradisíaca), figurino (roupas leves e claras) e coreografia (marcada por passos fáceis e passíveis de imitação). Os excessos de *closes* evidenciando a expressão da vocalista/atriz também colaboram para a imagem *pathetica*. O *ethos*, assim como no primeiro caso, pode ser positivo ou negativo. Na época em que foi lançado o clipe, a cantora tinha imagem bem aceita entre a maioria do público adolescente (benevolência) e por isso o *ethos* era positivo; hoje, pelas mudanças ocorridas em sua imagem, o *ethos* – ainda que deste clipe, feito há sete anos – é negativo, pois a benevolência foi perdida em função da mudança do posicionamento da cantora³.

CONCLUSÃO

Após o estudo do videoclipe como sistema de expressão e a elaboração de um estudo retórico-comparativo acerca de dois clipes do mesmo gênero, pode-se perceber que hoje o videoclipe conquistou seu espaço dentro do mercado midiático e suas técnicas foram sendo aprimoradas em função da nova demanda de artistas, que cada vez mais solicitam idéias diferentes para cada trabalho, não só como forma de chamar atenção para a venda de discos, mas também agregar valor a trabalhos que, mais que uma divulgação de um disco, também transmitam um pouco de arte àqueles que se dispõem a assisti-los e fruí-los como obras estéticas.

Porém, como foi visto, nem todas as bandas e artistas estão voltados para o novo. Aliás, a maioria das bandas representantes da cultura de massa produz clipes meramente comerciais e

² Como, por exemplo, Backstreet Boys, N’Sync, Five e Spice Girls.

³ Hoje a cantora não se apresenta mais como uma adolescente, e sim como uma mulher sensual e, por vezes, vulgar.

com quase nenhuma profundidade artística. Ainda assim, o videoclipe é um sistema ideal para a divulgação de novos trabalhos, sejam eles alternativos ou não.

REFERÊNCIAS

LEACH, J. Análise retórica. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Editora Petrópolis: Vozes, 2002, p. 302.

MACHADO, A. Reinvenção do Videoclipe. In: **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2003, p. 173.

MACHADO, A. O vídeo e sua linguagem. In: **Pré-cinemas e pós-cinemas**. São Paulo: Editora Papyrus, 1998, p. 188.

MACHADO, A. Preliminares. In: **A arte do vídeo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1995, p. 7

MACHADO, A. *The bit generation*. In: **A arte do vídeo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1995, p. 157

PONTES, P. Linguagens dos videoclipes e as questões do indivíduo na pós-modernidade. **Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, n. 10, p.47 dez de 2003

ANEXOS - TRADUÇÕES

There She Goes

Sixpence None The Richer

Lá vai ela

Lá vai ela outra vez

Correndo pelo meu cérebro

E eu só não posso conter

Esse sentimento que nós fizemos

Lá vai ela

Lá vai ela outra vez

Pulsando pelas minha veias

E eu só não posso conter

Esse sentimento que nós fizemos

Lá vai ela (lá vai ela outra vez)

Lá vai ela outra vez (Lá vai ela outra vez)

Correndo pelo meu cérebro (Lá vai ela outra vez)

E eu só não posso conter

Esse sentimento que nós fizemos

Lá vai ela (ela chama meu nome)

Lá vai ela outra vez(ela chama meu nome)

Pulsando pelas minha veias(ela chama meu nome)

E eu só não posso conter

Esse sentimento que nós fizemos

Lá vai ela (lá vai ela outra vez)
Lá vai ela outra vez (Lá vai ela outra vez)
Lá vai ela outra vez

Sometimes (Às vezes)

Britney Spears

Você diz que está apaixonado por mim
Que não consegue tirar seus lindos olhos de mim
Não que eu não queira ficar
Mas toda vez que você chega muito perto eu me escondo

Eu quero acreditar em tudo que você diz
Porque soa tão bem
Mas se você realmente me quer, vá com calma
Há algumas coisas sobre mim que você precisa saber

Refrão:

Às vezes eu corro
Às vezes eu me escondo
Às vezes eu tenho medo de você
Mas tudo que eu quero de verdade, é te abraçar forte
Te tratar bem, ficar com você dia e noite
Baby, tudo o que eu preciso é de tempo

Eu não quero ser tão tímida
Sempre que estou sozinha fico querendo saber porque
torcendo para que você esteja esperando por mim
Você vera que é o único para mim

Eu quero acreditar em tudo que você diz
Porque soa tão bem
Mas se você realmente me quer, vá com calma
Há algumas coisas sobre mim que você precisa saber

Refrão

Fique por perto e você verá
Não há outro lugar que eu queria estar
Se você me ama, confie em mim
Do jeito que eu confio em você