

Apropriações da Linguagem Videoclíptica no Cinema¹

Andréia Regina BOTH²
Michele Kapp TREVISAN³
Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS

RESUMO

Esta pesquisa tem como finalidade observar a maneira como as diversas linguagens audiovisuais estão se mesclando e interferindo na estética uma das outras. Com isso, o objetivo deste trabalho é apontar as características da estética videoclíptica presentes no cinema. Para tanto foi realizada uma pesquisa bibliográfica onde serão abordados os conceitos da estética do videoclipe e os apontamentos do autor Ken Dancyger (2003) sobre o Estilo MTV presente nos filmes.

PALAVRAS-CHAVE: videoclipe; estética videoclíptica; Estilo MTV.

INTRODUÇÃO

Com a evolução das técnicas e os avanços tecnológicos, é possível ver nas produções audiovisuais um campo fértil para as experimentações. Nesse contexto, surge uma nova estética que vai da mistura da linguagem cinematográfica experimental à publicidade, segundo Pedroso e Martins (2006), para criar um universo simbólico que visa à expressão do sentido da canção e da personalidade do artista.

O videoclipe surge de diversas experimentações audiovisuais e união de linguagens que convergiram para a criação do formato que conhecemos hoje. De acordo com Soares (2004) e Machado (2000), as linguagens do cinema, do videoarte e de vanguardas artísticas foram fundamentais para a definição dos parâmetros estéticos em relação à montagem, enquadramentos, estética, etc. que servem de base para o gênero.

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Graduada no Curso de Comunicação Social – Hab. Publicidades e Propaganda do Centro Universitário Franciscano. E-mail: andreiaboth1@gmail.com.

³ Doutora pelo PPGCOM da PUCRS e professora do Centro Universitário Franciscano, Santa Maria, RS. Orientadora do projeto de iniciação científica PROBIC/Centro Universitário Franciscano. E-mail: myxakapp@gmail.com.

Dancyger (2003) afirma que é possível observar produções que adicionaram novos elementos estilísticos ao novo gênero, como os filmes musicais que carregam similaridades com o videoclipe contemporâneo, já que a base do formato é a música. É na década de 50 que o cinema exerceu um papel importante na disseminação dos números musicais acrescentando ainda mais à indústria fonográfica. Nessa década, o cantor Elvis Presley, conhecido como Rei do Rock, contracenou em produções hollywoodianas em que seu trabalho ia além da atuação, incluindo a realização de performances musicais.

De acordo com Trevisan (2011, p.9), “se nos remetermos aos anos 50, quando o *rock’n’roll* começava a revolucionar a cultura jovem, Elvis Presley aparecia em seus filmes fazendo performances de suas canções”. A autora ainda complementa que produções como o filme *Jailhouse Rock* (1957) marcavam o novo lugar central na cultura jovem, unindo sua energia à inovação musical e ao espírito antiautoritarista.

Atualmente, conforme afirma João (2010), os estudiosos do videoclipe musical identificam como o começo dessa linguagem, na década de 50, o filme *Jailhouse Rock* (1957) e as cenas do filme *Cantando na Chuva* (1952) com Gene Kelly. Ele afirma também que, “no entanto, estes são filmes musicais, isto é, a música era um complemento da história. Os filmes tinham um começo, meio e fim e se destinavam ao cinema” (JOÃO, p.15, 2010). A diferença é que no musical há uma sequência de músicas coreografadas que servem de apoio para a narrativa. No videoclipe, a música não tem a finalidade de ser um complemento da história como acontece no musical.



Figura 1: Cena do filme *Jailhouse Rock*. Fonte: Internet.

O estilo Elvis estava estampado em 33 filmes de sucesso que

[...] foram lançados em diversos países, enquanto várias emissoras de televisão apresentavam números musicais gravados pelos Beatles. Em ambos os casos, as imagens dos músicos reforçavam laços identitários entre a juventude da época e os artistas, o que contribuiu para a

solidificação de um novo tipo de audiência: os jovens fãs [...] (NERCOLINI; HOLZBACH, p. 51, 2009).

É no final da década de 50 que é lançado o programa “6,5 *Special*” na rede de televisão BBC, que, conforme Corrêa (2011) era um programa que mostrava apresentações musicais. Dessa forma, com o passar dos anos é possível perceber a possibilidade de ver o artista performando a sua música ao espectador, primeiramente no cinema com os musicais e posteriormente na TV e independentemente de onde esses vídeos eram exibidos “chamavam a atenção dos espectadores como uma forma de entretenimento. Eles estavam presentes tanto em programas de televisão, como em lugares frequentados pelos jovens, e que acabam por acostumar o público a visualizar música” (FELIX, p.22, 2014).

Na década de 60, surge um aparelho chamado *Scopitone*, que possuía na sua estrutura física um projetor de cinema 16mm acoplado e projetava imagens enquanto uma determinada música era reproduzida. Inicia-se assim um maior investimento por parte das gravadoras e artistas nas produções audiovisuais e a partir daí podemos observar o surgimento da ideia de realizar produções inteiramente dedicadas à música, como é o caso dos Beatles que, de acordo com João (2010), influenciados pelas produções do “Rei do Rock”, produziram mais materiais destinados à televisão e se preocupavam com a estética como um todo.

Os Beatles tiveram, no decorrer dessa década, participações fílmicas em que era possível observar que há inserções musicais semelhantes ao videoclipe, tanto nos seus princípios estéticos quanto na forma com que essas produções eram utilizadas para a divulgação do seu trabalho. Segundo Trevisan (2011), em 1964, o público teve o primeiro contato com o que seria a linguagem do videoclipe no cinema, quando o diretor de comercial britânico Richard Lester produz filmes para os Beatles. Foram longas com poucos diálogos e histórias inusitadas com sequências musicais desconexas. Para Nercolini e Holzbach (2009), estas produções não eram realizadas com a intenção de vender uma canção em particular, e sim para fazer propaganda da banda de maneira geral.

Sobre os filmes dirigidos por Lester como *Beatles – os reis do iê-iê-iê* (1964) e *Help!* (1965), Dancyger (2003) comenta que, em certo nível, eles são musicais porque os personagens principais são músicos, mas quando se trata da narrativa do filme ela tem objetivos mais simplicistas, assim no caso do filme de Lester, o mais importante é ressaltar os sentimentos ao invés de uma história. Dessa forma, para reforçar esse sentimento na

trama, usa-se os recursos da montagem, “isso traduz-se em fazer o *jump cut* mais importante do que o corte contínuo. Também implica na centralidade do ritmo. Dado o baixo quociente de envolvimento da narrativa, é o ritmo que está no papel da interpretação” (Dancyger, 2003, p.193). Nesse contexto, é possível observar os primeiros elementos estilísticos do videoclipe. Conforme o autor, a base do formato é a música. A narrativa é o menos importante, o sentimento é o mais importante.

É também no final dos anos 60 que fica cada vez mais frequente a disseminação do sistema portátil de captação de imagem e do uso nas emissoras de televisão do *videotape*. Com isso, o surgimento de uma nova técnica como a videoarte que “inspirada no cinema experimental, problematizou o conceito de televisão comercial (...) trabalhando, sobretudo, com o alicerce da manipulação de imagens” (SOARES, p.25, 2012). Nesse sentido, Trevisan (2011) afirma que a videoarte surgiu como uma nova forma de expressão artística, com seus princípios de denúncia ao uso comercial dos meios de comunicação de massa e pela utilização do vídeo enquanto técnica dentro dos parâmetros artísticos.

Barreto (2005 apud Trevisan, 2011, p.97) comenta sobre a contribuição estética da videoarte para o videoclipe:

[...] a influência do vídeo e do vídeo-arte sobre a estética de videoclipe foi, enfim, observada mais precisamente no que diz respeito à manipulação das imagens e, por consequência, na (não) linearidade narrativa. A mescla de imagens de diferentes origens exibidas ao mesmo tempo, recortes e colagens, cores alteradas, transformações de formas humanas ou inanimadas, o dinamismo nos quadros e as diferenças de velocidade proporcionadas por recursos de captação e edição permitem criar novos sentidos e significados. Esta concepção explorada pela vídeo-arte é herdada pelos videoclipes [...] (BARRETO, 2005 apud TREVISAN, 2011, p.97).

A metade da década de 70 é marcada pelo surgimento dos filmes promocionais, denominados *promos*, que eram audiovisuais veiculados em programas de televisão onde os artistas realizavam performances. Segundo Felix (2014), outros vídeos também eram filmados pelos artistas na mesma época das *promos* para serem expostos em lojas de discos, encontros de marketing ou conferência de músicos. Felix (2014) ainda destaca a importância do documentário sobre Bob Dylan *Don't Look Back*, no qual se encontra inserida uma sequência musical que contribuiu com a linguagem do videoclipe: é possível observar que, enquanto a melodia está tocando, o artista está segurando cartazes da letra da música que passa em sincronia com o que está sendo cantado.

A partir dos anos 80, é que o termo videoclipe é empregado ao audiovisual musical e torna-se uma ferramenta de divulgação dos artistas. Segundo Trevisan (2011), esse formato audiovisual videoclipe apareceu na TV e acabou se tornando um artefato ligado à cultura de consumo, utilizado por cantores/bandas como uma forma de divulgação de seu trabalho e, atualmente, o contrário também se observa: muitos artistas passam a ser conhecidos após a divulgação do videoclipe. Nesse sentido, Lipovetsky (1989) contextualiza que

O videoclipe não faz senão encarar a ponto extremo dessa cultura expressa, não se trata mais de evocar um universo irreal ou de ilustrar um texto musical: trata-se, antes, de superexcitar o desfile de imagens, mudar por mudar cada vez mais depressa com mais e mais imprevisibilidade e combinações arbitrarias e extravagantes: agora se está no índice de IPM (ideias por minuto) e na sedução que provoca, não há mais do que uma acumulação díspare e precipitada de impactos sensoriais desenhando um surrealismo *in* em technocolor. O clipe representa a expressão última da criação publicitária e de seu culto da superfície: a forma moda conquistou a imagem e o tempo midiático; a força de batida rítmica põe fim ao universo da profundidade e ao devaneio acordado; não resta senão uma estimulação pura, sem memória, uma recepção moda (LIPOVETSKY, 1989, p.212).

Nos anos 80, surge uma nova forma de consumir a música através do videoclipe, utilizado pela indústria fonográfica como uma ferramenta de divulgação de bandas e artistas. Partindo da necessidade de um canal voltado para a exibição dessas produções audiovisuais e para suprir a ausência de programas televisivos para os jovens, criou-se a MTV - Music Television.



Figura 2: Identidade visual da MTV. Fonte: Banco de imagens do Google.

De acordo com Pedroso (2006), a MTV representou um avanço muito grande, pois criou a química ideal entre o áudio e a imagem, alterando a estética da linguagem televisiva. Apresentou uma nova concepção estética da música e do consumo dela. A partir daí, a música deixou de ter apenas uma dimensão auditiva e passou a estimular outros sentidos

através da visão, tornando-se uma forma visual de apelo ao consumo vindo da indústria fonográfica.

O surgimento do canal também foi motivado pela necessidade de suprir a demanda de consumo de um grande público de jovens que assistiam à televisão, mas não se identificavam com a programação exibida. Conforme Austerlitz (2007, p.31)

desde o início dos anos 80, a Music Television vem construindo uma nova maneira de expressão, que mexeu nos limites da reação de linguagem entre som e imagem. Esta forma de assistir TV acabou influenciando todo um estilo de vida, de atitude e comportamento do público jovem (AUSTERLITZ, 2007, p.31).

A consolidação do canal deu-se através da sua exclusiva programação voltada para videoclipes de diferentes gêneros musicais. Segundo Felix (2014), o canal caracteriza-se por seu aspecto comercial onde seu conteúdo tem um formato utilizado para a divulgação do trabalho de músicos e gravadoras. Além disso, era possível perceber entre uma programação e outra o complemento de anunciantes publicitários com seus comerciais. Atualmente a emissora televisiva permanece com a sua programação mundial, “embora não possua o mesmo caráter de reproduzir somente videoclipes, vinte e quatro horas por dia” (FELIX, 2014, p.26).

Contudo, o videoclipe tornou-se uma nova apreciação estética da música associada a uma forma de consumo, sendo que sua composição une apuradas técnicas vindas do cinema e da publicidade, criando um universo que visa à expressão do sentido da canção e da personalidade do artista. Dessa forma, no capítulo a seguir, será possível identificar e observar a influência estética da MTV e de outras linguagens audiovisuais para a construção do que se conhece como videoclipe.

AS CARACTERÍSTICAS ESTÉTICAS DA LINGUAGEM DO VIDEOCLIFE

O videoclipe é uma produção audiovisual que se tornou um produto da indústria fonográfica para a divulgação de bandas e artistas. Oriundo da música, cinema e televisão, o videoclipe traz consigo elementos cinematográficos como planos e enquadramentos presentes em sua estética. Segundo Pedroso (2006 apud Felix, 2014, p. 29), “o videoclipe utiliza suportes fílmicos ou videográficos, com elementos visuais condicionantes de ordem artística, como direção de arte, a decoração do set, o uso de aparatos de fotografia, o figurino e a maquiagem”.

Assim, o videoclipe surge a partir do desenvolvimento dos avanços tecnológicos e da combinação entre formatos audiovisuais. Sendo criado através de tendências estilísticas e conceituais que contribuíram para uma nova estética. Trevisan (2011, p.9) afirma que o videoclipe “mostra-se como um amálgama de possibilidades audiovisuais, que mescla elementos das linguagens do cinema, TV e propaganda, além da música, é claro, aliados às possibilidades técnicas do vídeo e computação gráfica em plena expansão no momento”. Pedroso (2006, p.7) complementa que as técnicas de produção trazem consigo a referência dos padrões estéticos vindos dos vídeos publicitários como “corte rápido, mudanças frequentes de perspectiva, ângulos inusitados de câmera e todo o repertório de efeitos e técnicas dos filmes publicitários”.

Esses padrões videoclípticos não estão apenas relacionados à estética publicitária como também a maior parte de seus produtores e diretores são da área de publicidade, conforme afirma Pedroso (2006). A autora cita como exemplo o diretor Hugo Prata que produziu o videoclipe da música *Alma não tem cor* (1997) da banda Karnak.

É possível perceber também a referência de realizadores vindos do cinema e que se aventuraram no experimentalismo de produzir videoclipes. Conforme Machado (2009), existem três grandes grupos de realizadores e entre eles estão aqueles oriundos do cinema ou do vídeo experimental que, aliados a compositores e intérpretes mais ousados, transformam esse formato de televisão num campo vasto e aberto para a reinvenção do audiovisual. Um exemplo disso é o diretor americano Tim Burton que dirigiu o videoclipe da música *Here With Me* (2012), da banda The Killers.

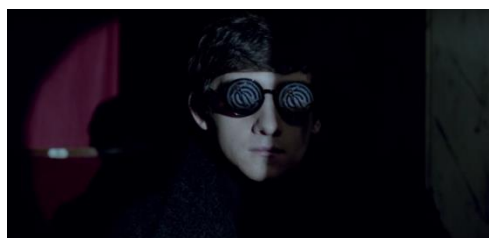


Figura 3: Frame do videoclipe *Here With Me*. Fonte: Youtube

Com o passar do tempo, o videoclipe passou a compor sua própria estética, que se diferenciava das demais, assim criou novos padrões audiovisuais. Contudo, Trevisan (2011) afirma que os seus elementos não possuem nada de novo, mas é o rearranjo que traz uma nova forma de assimilação do ponto de vista estético. Dessa forma, constrói-se uma nova estética a partir da união da música, televisão e cinema. Pedroso (2006) complementa que

da mesma forma como é possível ver uma apropriação estética do videoclipe em relação a outros formatos visuais, também é possível ver apropriações estéticas vindas do videoclipe ao cinema, tornando a estética uma referência para além do marketing da música.

Para Leote (2003), a linguagem do videoclipe se constrói a partir de uma combinação que vem do visual e do acústico. Não há como isolarem-se esses códigos, afinal, juntos criam a representação do audiovisual. Através dessa junção, desenvolve-se um novo signo conhecido como signo audiovisual.

Primeiramente, ao falar da sua estética, é necessário definir o significado dela, que se designa por ser uma palavra empregada para se referir às diversas concepções do belo e da arte. Segundo afirmam Aumont e Marie (2010), o termo empregado ao audiovisual significa a comparação com as artes reconhecidas como a música, a pintura, o teatro, valorizando cada vez mais as características como o ritmo, o enquadramento, a fala, a cenicidade da cena, etc.

O videoclipe, por sua vez, possui uma linguagem fluida, efêmera, mutante, que se renova constantemente e é oriunda de uma mistura dos elementos do cinema experimental, da TV e dos filmes publicitários. Dessa maneira, Taveira (2006, p.53) complementa que o videoclipe “rompe com os objetivos clássicos da montagem, evita a narrativa linear e a concentração exclusiva em um único personagem mostrando o enfoque multilateral”.

Contudo, é possível afirmar que, apesar do rompimento com a linearidade e o enfraquecimento da trama, isso não exclui a possibilidade de contar uma história e que nela haja apenas um único personagem. Trevisan (2011) acrescenta que a diferença está nos “princípios fundadores, que são guiados pelo sentimento, emoção que se pode manifestar na forma de imagens, sejam elas fragmentadas, como sonhos, autorreflexivas ou de referências a outros meios de comunicação, onde se desencadeiam concentradas no ritmo da música”. Dessa forma, o ritmo e dinâmica presentes nos videoclipes tornam-se elementos essenciais, criadores de uma ênfase dramática através das imagens que, em constante movimento, acabam criando um ritmo.

Nesse caso, segundo Soares (2006), o ritmo das imagens é caracterizado por uma desarmonia de elementos visuais e cortes rápidos. Para ele, é como se as diferentes imagens utilizadas em um ritmo rápido e de pouca duração dançassem ao ritmo da música e estivessem em sintonia com as batidas ouvidas, provocando ou não uma sinestesia⁴.

⁴ É a sensação provocada no espectador ao juntar os sentidos da visão e audição. “É o processo intrapessoal, por meio do qual as impressões sensoriais são conduzidas de um sentido para o outro” (GOODWIN apud CARVALHO, 2005, p. 7).

Ao tratar da montagem fragmentada que se caracteriza por ser um dos princípios do videoclipe, Pedroso (2006) afirma que o choque de imagens fragmentadas obedecendo a uma dinâmica através da qual os fragmentos são extraídos de um referencial simbólico despertam as sensações e tornam a música expressiva, favorecendo que seu efeito torne-se instantaneamente assimilável e decodificável. Sendo assim, é possível observar a liberdade no estilo da montagem dos videoclipes, onde a variação e a duração da imagem ditam o ritmo.

Nessa forma de contar visualmente uma história, o *jump-cut*, isto é, o cortar a descontinuidade da cena e assim juntar dois planos descontínuos, se torna tão importante quanto o corte em continuidade. Conforme Pedroso (2006, p.53), “o tempo e o espaço, em função disso, entram em colapso. O tempo real e o contexto são substituídos por grandes lapsos de tempo e de espaço”, o que, de certa forma, caracteriza o espectador, um jovem rebelde, irreverente e propício a aceitar essas inovações. O autor afirma ainda que os movimentos de câmera aliados a uma montagem ágil de planos com curta duração geram empolgação e intensidade nas cenas ou sequências de imagens.

Segundo Trevisan (2010 apud Felix, 2014, p. 31), “a montagem acelerada, a câmera lenta, a exibição do negativo, a sobreposição, a sobreimpressão, as trucagens visuais, o corte descontínuo, o ritmo frenético, a abstração visual, entre outros, fazem parte da linguagem vista nos videoclipes atuais”. Conforme a autora, observa-se que estes elementos estão presentes tanto no cinema como na televisão e que, unidos com novas possibilidades tecnológicas, permitem o surgimento de novas formas de utilização das imagens, como o videoclipe.

Dancyger (2003) considera o videoclipe uma nova forma visual de contar história. Para ele, sua fórmula definida como parte narrativa, parte atmosfera, som intenso e imagem rica serve como referência a uma nova geração de realizadores de filmes. Nesse contexto, o capítulo a seguir mostra, segundo o referido autor, o estilo MTV proposto pelos videoclipes e empregado no cinema.

O ESTILO MTV NO CINEMA

O videoclipe caracteriza-se pelo formato audiovisual que combina e incorpora linguagens e relaciona diversas formas de expressão. Sendo assim, Trevisan (2011) contextualiza que é natural que muitas referências a sua estética remetam aos

procedimentos utilizados no âmbito cinematográfico. Contudo, o movimento contrário também é observado. Desde a década de 90, é possível perceber características da linguagem de videoclipe em alguns filmes. Nesse sentido, Dancyger (2003) postula o estilo MTV.

[...] associado principalmente à televisão, embora sua influência tenha superado a televisão. Evitando os objetivos tradicionais da montagem, inclusive a narrativa linear e a concentração na trama e no personagem, o estilo MTV tem recolocado a questão com um enfoque multilateral. Pode haver uma história. Pode haver apenas um personagem. Mas a semelhança é que lugar, sentimento e tom serão os princípios da obra. É também como o tradicional sentido de tempo e lugar das convenções que são usadas como referência do tempo fílmico com o tempo real, que serão substituídas por uma correlação bem menos direta [...] (DANCYGER, 2003, p.191).

O esclarecimento de Dancyger (2003) em seu livro é de suma importância, pois demonstra de maneira mais técnica do que outros, as características constituintes dos videoclipes, a partir de comparações feitas em relação a procedimentos utilizados em filmes que, conforme o autor, seguem padrões de um estilo, o qual ele denomina de estilo MTV. Diante disso, destacam-se algumas características-chave para o estilo MTV de Dancyger (2003) (TREVISAN, 2011, p.127).

Primeiramente, ressalta-se a importância do sentimento. De acordo com o escritor, um dos objetos centrais do estilo MTV é a ênfase dada à criação de um sentimento mais enfático, “não é uma necessidade de desafiar a primazia da trama. Mais do que isso, é uma relação próxima do estilo MTV com a música” (DANCYGER, 2003, p.195). A música/trilha potencializa a sensação, o sentimento, a emoção da personagem em detrimento da lógica do diálogo. Conforme Dancyger (2003), a música sintetiza o sentimento humano e a mente processa o som. Sendo assim, o propósito da música é dar um estado emocional definido ao sentimento que é criado.

O sentimento pode ser aguçado e profundo ou pode ser crescente e onírico. Em ambos os casos, Dancyger (2003) afirma que o estado cria um sentimento desconectado para a narrativa. Devido à profundidade do sentimento, uma simples sequência associada a um trecho musical dificulta a criação de uma continuidade narrativa. É possível encontrar nos longas-metragens do estilo MTV sequências descontínuas, organizadas de forma crescente na ação, que podem valer por ela mesma, sem diminuir a totalidade do filme.

Conforme o filme foca mais no sentimento, ele requer um público que esteja acostumado a isso.

O público que assiste e diverte-se com uma série de vídeos musicais um depois do outro, sem nenhuma conexão narrativa, mas onde cada um fornece distintas sensações e sentimentos. Esse público não se importa com a fragmentação nem com o ritmo ou a brevidade de experiência. Para ele, o sentimento é uma experiência audiovisual desejável (DANCYGER, 2003, p.195).

Outra característica desse estilo é conhecida como declínio da trama. De acordo com Dancyger (2003), acontece quando o personagem se destaca em relação à trama e acaba se tornando mais importante, criando assim a sua própria história. Nesse estilo, a lógica de progressão da trama é menos fundamental, mais importante são as ações, reações, expressões, emoções da personagem, ou seja, na verdade, a trama se dá a partir de como o personagem vê a história. Dessa maneira, pode-se observar que

[...] quando a trama é menos importante, incidente, adquire-se um sentido diferente e o personagem transforma-se no mais importante. Quando a lógica da progressão da trama é menos fundamental, a fragmentação pode ser mais frequente. O tom, a intercalação de humores, a fantasia, as brincadeiras, o pesadelo [...] (DANCYGER, 2003, p. 196).

Em uma narrativa fragmentada do estilo MTV, “o personagem é um herói em um mundo fragmentado, um herói que pode recitar poesia e matar ao mesmo momento, um herói que não pode sustentar uma resposta. Foi seu mundo que o fez assim” (DANCYGER, 2003, p.196). Trevisan (2011) contextualiza que não é possível afirmar que “a trama seja totalmente desprezada, entretanto, pode-se dizer que menos trama facilita a entrada do público no mundo da MTV”. Diminuindo-se a incidência da trama, a transformação do personagem torna-se o mais importante.

Outra peculiaridade que compõe o estilo MTV é a montagem descontínua da trama, técnica que provoca a obliteração do tempo e do espaço. Para criar o sentimento de redução da trama e assim traçar a sua importância, Dancyger (2003) afirma que o realizador deverá reduzir o impulso da forma, ou seja, o espectador organizará o padrão de sons e imagens em uma progressão de pensamento, uma linearidade adaptada, mesmo que esta não seja disponível na superfície. Trevisan (2011) resumiu as indicações de Dancyger (2003) de como a filmagem e a montagem podem ser empregadas na hora de transmitir tal ideia, como:

[...] utilizar muitos *close-ups* em vez de planos abertos, o que retira o contexto que poderia dar credibilidade à sequência; enfatizar o primeiro plano sobre o fundo do quadro, utilizando lentes teleobjetivas ou posicionando o personagem na frente do enquadramento; tipos de iluminação como o sépia ou filtros de cores fortes e ainda, o jump-cut e o ritmo de cortes acelerado. Tudo isso auxilia para a sensação de obliteração de tempo e espaço [...] (TREVISAN, 2011, p.132).

Dancyger (2003) aponta algumas experiências já realizadas por cineastas que representam esta obliteração, como no trabalho de Resnais⁵ onde o passado e sua intervenção colocam questões sobre o tempo e sua continuidade, mostrando que se um personagem é tomado pelos eventos do passado, isso pode significar na sua conduta no presente e na sua percepção. Já Fellini⁶ sugeriu não simplesmente o passado, mas as fantasias do personagem sobre o passado encoberto pelo presente. Peter Brook⁷ coloca a questão sobre a realidade através da exploração da interpretação e sua compreensão na história, assim tempo e lugar são reconfigurados, tornando-se relativos e menos importantes. Juntos, esses e outros realizadores têm modificado as noções convencionais de tempo e espaço nos seus trabalhos. Tudo isso com o intuito de levar o espectador para dentro de uma experiência narrativa menor e uma experiência sensitiva maior.

Outra característica identificada no estilo MTV é o estado auto reflexivo do sonho que implica em criar um estado em que o espectador se perca, sugerindo outro nível. Segundo Dancyger (2003), o espectador é capaz de assistir ou refletir sobre os seus próprios sonhos e pode estar simultaneamente muito envolvido ou nada envolvido. Sendo assim, é possível observar que o público não encara o filme como uma realidade e essa liberdade “permite alterações de sentimentos, narrativa, fantasia, etc., sem a necessidade de fazer essas alterações plausíveis” (DANCYGER, 2003, p.198). Além de tudo, o público sabe que está diante de um acontecimento midiático e “acaba se tornando tolerante a alterações de tom, tempo, lugar, etc. que são realizados” (DANCYGER, 2003, p.198). Como, por exemplo, na cena (figura 23) do último capítulo da novela das 23h, “Verdades Secretas” (2015), onde a personagem Fanny (Marieta Severo) pede ao personagem Léo (Raphael Sander) que tire a roupa para que ela possa analisá-lo. Concluída a ação, ela pede a ele que

⁵ Segundo Bergan (2011), Alain Resnais foi um cineasta nascido em 1922 que participou de movimentos como o Documentarismo, Naturalismo, Nouvelle Vague e Surrealismo.

⁶ Segundo Bergan (2011), Federico Fellini foi um cineasta nascido em 1920, com influência estética oriunda do Neorealismo Italiano.

⁷ Segundo o *site* Cidade das Artes, Peter Brook nasceu em Londres em 1925 e, ao longo da sua carreira, distinguiu-se em vários gêneros como o teatro, a ópera, o cinema e a escrita. Disponível em: < <http://www.cidadedasartes.org/programacao/interna/335> >. Acesso: 26 out. 2015.

se vire, na sequência, olha para a câmera e comenta: “serve”. Ou seja, acontece quando “o personagem está fazendo seu papel dentro da história e, repentinamente, sai dele, olha para a câmera, ou seja, para o espectador e faz comentários ou questionamentos lembrando que o que ele está vendo não é real” (TREVISAN, 2011, p.133).



Figura 4: Cena do último capítulo de Verdades Secretas. Fonte: Site da Globo.

Por fim, a última característica mencionada pelo autor diz respeito ao recurso de que dispõe o meio de comunicação de olhar para si mesmo. Segundo Dancyger (2003), assim como o personagem se afasta e comenta sobre si mesmo no filme, o meio de comunicação também o faz. No estilo MTV há uma aceitação para a autorreflexividade de forma particular, tornando-se uma técnica manipuladora. Dancyger (2003) complementa que esse estilo também aceita a inclusão de outro meio como, por exemplo, no filme “Tudo sobre minha mãe” (1999), quando a personagem principal está assistindo ao filme “A Malvada” (1951).



Figura 5 e 6: Cenas dos filmes *Tudo sobre minha mãe* (1999) e *A Malvada* (1951). Fonte: Netflix

Um videoclipe também pode incluir outras situações vindas das novelas, filmes, eventos jornalísticos. Dancyger (2003) afirma que, ao utilizar o estilo,

[...] é possível criticar tudo, inclusive a crítica à crítica, confirmando ou superando uma visão reducionista. O estilo MTV vai imitar e comentar sobre as apresentações em outros formatos como uma chave para os eventos e assuntos [...] (DANCYGER, 2003, p.199).

É interessante, ao ressaltar os apontamentos do autor, levar em consideração a definição de *set piece*⁸, que, conforme Dancyger (2003, p.201), pode ser compreendido como “um fragmento que tem autonomia estética, narrativa ou de sentido dentro da obra. Esse fragmento é, em si, uma sequência ou uma cena brilhantemente executada com autonomia de obra”. Empregado à obra como uma forma de causar a identificação entre o espectador e o personagem principal através do ritmo e da subjetividade. Ambos também são utilizados para intensificar o efeito *set pieces*. Segundo Dancyger (2003), o estilo MTV é compreendido por não estabelecer uma narrativa linear e, ao contrário disso, apresentar *set pieces*, que, conforme se observa, parecem pequenos filmes independentes dentro do próprio filme, usados como uma forma de personificar o arco dramático. Alteram o foco do personagem e a sua estrutura narrativa, subvertendo a experiência linear e valorizando a cena sobre a sequência, um ato ou todo o filme. Inserem sentimento na trama.

Contudo, é possível observar que a linguagem videoclíptica evita os objetivos mais tradicionais da montagem como narrativa linear e a concentração na trama e no personagem. Segundo Trevisan (2011, p.134), “ainda que exista uma história ou apenas um personagem, o que impera é que lugar, sentimento e tom serão os princípios do videoclipe.” Assim, o sentido de tempo e lugar é substituído por correlações menos diretas. Nesse contexto, Dancyger (2003) destaca que há nos videoclipes uma tentativa de estabelecer pontos de referência entre realidade e tempo fílmico através de grandes lapsos de tempo e espaço e a vivacidade do resultado imagístico que permite uma nova correlação.

Complementando, a obra do autor Dancyger (2003) apresenta o sentido e a compreensão do estilo MTV como um recurso que possibilita conquistar o público-alvo. Dessa forma, o estilo MTV, ou a estética videoclíptica, apresenta uma nova maneira de contar histórias visualmente e combina “elemento narrativo, atmosfera, som intenso e imagem opulenta, onde a experiência visual é superior à televisão ou ao filme” (TREVISAN, 2011, p. 135).

Apresentado as características do Estilo MTV e apresentando exemplos a cerca do capítulo, é possível observar que tais características estéticas do videoclipe estão presentes no cinema.

⁸ “Na linguagem de videoclipe, ritmo, subjetividade e *close-ups* são escolhidos para intensificar o efeito *set piece*, que pode ou não servir para o arco dramático da história. Os *set pieces* equivalem a vários curtas-metragens, unidos por um fio condutor fraco, o que implica em modificar o foco do personagem e da estrutura narrativa como um todo para o *set piece*, subvertendo a experiência linear e valorizando a cena sobre sequência, um ato ou o filme todo” (TREVISAN, 2011, p.134).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa tem importância para o campo audiovisual, pois ressalta a constante mudança da linguagem audiovisual e dessa mistura de estéticas que se tem atualmente. Além disso, é sempre importante manter atualizado o estudo sobre as inovações na linguagem cinematográfica, pois isso torna possível novas experimentações, proporcionando o surgimento de novas estéticas, como, por exemplo, o videoclipe.

REFERÊNCIAS

- AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **Dicionário teórico e crítico de cinema**. 4. ed. São Paulo: Papirus, 2010.
- DANCYGER, Ken. **Técnicas de Edição para Cinema e Vídeo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- FELIX, Gabriel. **A estética videoclíptica na música eletrônica *mainstream***. Santa Maria: Centro Universitário Franciscano, 2014.
- LEOTE, Rosangella. Come to mommy: criação e sinestesia no videoclipe. 2003. Disponível https://www.academia.edu/5489551/Texto_Rosangella_com_resumo. Acesso em: 16 de junho de 2014.
- LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MACHADO, Arlindo. A televisão levada a sério. São Paulo: SENAC, 2009.
- NERCOLINI, Marildo, José; HOLZBACH, Ariane, Diniz. **Videoclipe em tempos de reconfiguração**. 2009. Disponível <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/5841/4235>. Acesso em: 16 de outubro de 2015.
- PEDROSO, Maria, Goretti; MARTINS, Rosana (Org.) **Admirável mundo MTV**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- TREVISAN, M. K. **A era MTV, análise da estética de videoclipes (1984-2009)**. Porto Alegre: PUCRS, 2011.