



AS RELAÇÕES ENTRE CANÇÃO, IMAGEM E NARRATIVA NOS VIDEOCLIPES

Lilian Reichert Coelho

UFBA

Doutoranda em Comunicação e Cultura Contemporâneas, na Universidade Federal da Bahia

Mestre em Letras pela Universidade Estadual Paulista (2000)

Graduada em Jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina (1998)

Se narrar é contar uma história e se, ao longo do tempo, foi possível contar tantas e tão diferentes histórias de tão diversas maneiras, talvez não seja porque há muito a se contar, isto é, uma diversidade de infinita de temas. O que há e deve ser levado em consideração é a diversidade sobretudo dos modos de contar, que variam enormemente, fazendo parecer especial e novo aquilo que de há muito se conhece. “Contar o quê?” divide a cena com um problema mais difícil, que é: “como contar?”, revelando, portanto, a importância do trabalho com as formas materiais, com o seu arranjo e com os mecanismos utilizados, tão importantes quanto aquilo que se diz.

O costume com certas formas de narrar (a chamada narrativa clássica) e o estranhamento que outras formas causam não deveriam fazer com que as variações no modo de contar histórias fossem tomadas como desprezíveis ou irrelevantes porque não tradicionais. É preciso adotar um olhar mais brando e atento para as formas de narrar contemporâneas, principalmente para aquelas que, ousadas na composição, oferecem novas possibilidades de contar histórias.

Tomado frequentemente como um fenômeno exemplar da fragmentação, do anti-realismo, da transgressão esvaziada das regras familiares, o videoclipe é comumente reduzido a um disparatado arranjo de imagens desconexas cuja razão de ser reside exclusivamente no apelo sensorial. Não é isso, entretanto, o que se pode observar na maioria dos videoclipes, em que construções narrativas são amplamente convocadas, ainda que possam diferir enormemente do que tradicionalmente se entende por discurso narrativo linear.



As imagens que transcorrem frenética, alucinadamente frente aos nossos olhos nos videoclipes não podem ser condenadas ao terreno da desconexão e da apresentação gratuita de imagens aleatoriamente depositadas na tela. É necessário levar em consideração a diversidade com que o videoclipe se nos apresenta, mas também não podemos permitir que sejam empacotados todos juntos e lançados numa mesma gaveta.

Qualquer proposta de criação de categorias para enquadrar os videoclipes, sejam elas amplas ou mais restritas, resulta insuficiente devido à impureza do fenômeno, à freqüente interseção entre tais possíveis categorias, o que poderia ser amplamente observado no confronto com o fenômeno. Um exemplo, entre outros que se poderia citar, é o videoclipe *Cherub Rock*, de *Smashing Pumpkins*, em que se pode ouvir e ver a banda tocando, o que poderia enquadrá-lo na classificação de “registro da performance”, revelar-se-ia prontamente estranho pelo fato de a constituição plástica das imagens (aprimoradamente trabalhadas, registradas mas manipuladas) demonstrar um parentesco com o que certamente seria típico de outra classe de videoclipes. Apesar de toda diversidade, é necessário citar que existem várias propostas de classificação, que não convém enumerar aqui.

Nossa perspectiva norteia-se pela observação de que, na maioria dos videoclipes, é acionada alguma forma de narrativa, seja ela mais próxima da estrutura convencional, seja mais distante, ao revelar apenas uma presença mínima por meio do encadeamento de figuras, por exemplo, ou por qualquer outro procedimento.

É necessário dizer, ainda, que consideramos alguns videoclipes não-narrativos como os portadores de maior poder encantatório, os videoclipes mais “plásticos”, se assim podemos denominar. Aqueles em que o cuidado com os procedimentos formais excede as exigências da indústria. Sabemos também que os apreciadores de videoclipes já estão acostumados com a possibilidade de ausência de narrativa em detrimento das soluções mais plásticas, mais interessadas no apelo sensorial do que na apresentação de uma história. E que alguns artistas confeccionam simultaneamente música e vídeo, como mostra Machado (2000) a respeito de artistas de bandas como Sonic Youth, por exemplo. Apesar disso, optamos, neste texto, por tentar explorar um pouco mais detidamente a questão da narrativa e sua relação com a letra da canção.

Letra da canção e narrativa visual

O papel da canção é fundamental na maioria dos videoclipes, tanto naqueles em que se pode observar a efetiva “tradução” da letra da canção em imagens quanto nos que primam pela independência entre a letra e a narrativa visual ativada. A ausência da expressão verbal também tem conseqüências na dimensão visual dos videoclipes. Concentremo-nos, por ora, no problema da relação entre a letra e a dimensão visual.

É possível observar algumas características comumente encontradas nas letras das canções *pop*, além do emprego especial que fazem de propriedades típicas do estilo lírico tal como concebido pela Poética, guardadas, evidentemente, as devidas particularidades do chamado universo *pop* e, no caso dos videoclipes, a coexistência com uma narrativa visual.

Uma das características mais facilmente encontradas é a polissemia resultante do não compromisso com um encadeamento linear, causal entre as partes que, não por isso, podem ser consideradas autônomas. Isso ocorre pelo fato de a canção *pop* emprestar elementos da poesia e, de acordo com Hennion (1996: 188), ela “conta uma história e comenta sobre ela a fim de provocar nos ouvintes os sentimentos apropriados para aquela canção¹” [tradução nossa]. A poesia não é, no entanto, a única fonte da canção *pop*.

A polissemia e o caráter insinuativo das letras permitem a adaptação do conteúdo a situações as mais diversas. As canções *pop* apelam mais diretamente a estados de alma do que contam acontecimentos concretos. É por isso que o apreciador pode sentir –se identificado com quem canta, o que resulta num efeito de autoria, isto é, ele próprio poderia ter sido o compositor daquela canção.

No que se refere ao conteúdo, isto é, à mensagem lingüística, é possível observar que, em alguns casos, tem importância menor do que os elementos musicais propriamente, como em *Elektrobank*, do duo *Chemical Brothers*, em que o que se diz quase não tem expressão devido à presença enérgica da dimensão musical, que consegue sustentar-se por si mesma. Em outros casos não, pois é a letra que efetivamente garante a força da canção, como nas canções de *rap*, por exemplo, cujas “mensagens” são muito mais importantes do que a própria música, que é, na maioria das vezes, bastante repetitiva, sem variações, importando mais a canção falada do que o que musicalmente se apresenta. Para a elaboração de seu conteúdo, a canção

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Comunicação Audiovisual**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

pop tem como referência, em geral, o universo romanesco “no sentido de que, invariavelmente, conta uma história em poucas palavras a respeito do relacionamento entre dois ou três indivíduos²” (Hennion: 1996: 188).

A maioria das canções é elaborada na primeira pessoa do singular, mas esse *eu* apresenta contornos próximos da indefinição, o que permite um grau maior de criatividade no momento da criação da narrativa visual. “O apelo do cantor em direção à audiência para compartilhar sentimentos na primeira pessoa³” resulta, no entendimento de Hennion (1996: 188), do empréstimo que a canção *pop* faz ao teatro lírico. É comum o eu-lírico dirigir-se a um *tu* que, na narrativa visual, pode estar ausente (opção pela fixação na “confissão” que o artista faz para o apreciador) ou presente por meio de um ator. Pode haver também uma simulação de diálogo, como revelam algumas canções de *rap*, principalmente. Também podem coexistir, na mesma letra, a primeira e a terceira pessoas, como em *Pagan Poetry*, de *Björk*, em que ela declama seus sentimentos em primeira pessoa e, em alguns trechos, um coro de vozes femininas algo infantis reiteram, em terceira pessoa, o que ela já havia dito.

Goodwin (1992: 78) destaca a natureza íntima da canção *pop* pelo fato de o artista dirigir-se diretamente ao apreciador. O *tu* da canção seria, portanto, aquele que assiste ao videoclipe. Não parece ser esse o mecanismo, no entanto. O eu-lírico da canção refere-se a um *tu* que não se confunde com o apreciador. O artista sim, este se dirige, em geral, ao apreciador, o que pode ser atestado pelo fato de seu olhar estar direcionado diretamente com a câmera. Com isso queremos dizer que há um jogo entre o *tu* a quem se refere a canção e o *tu* a quem se refere o artista no videoclipe, e não uma confusão entre ambos, como sugere Goodwin.

Quanto ao tempo verbal, o mais comumente empregado nas canções *pop* é o presente, o que também facilita na elaboração da narrativa visual, que não precisa, obrigatoriamente, lançar mão de artificios desenvolvidos pelo cinema, como *flashbacks* e *flashforwards*, por exemplo. Dependendo da opção na dimensão visual, esses recursos podem ser utilizados, como o são, por exemplo, no videoclipe *Behind the closet*, do rapper *Eminem*, em que o

¹ No original: “The pop song tells a story and comments on it in order to provoke in listeners the feelings appropriate to that song”.

² “(...) in the way that it almost invariably tells a story, set out in a few words, concerning the relationship between two or three individuals”.

³ No original: “(...) the singer’s direct appeal to the audience to share feelings expressed in the first person (...)”.

protagonista, simultaneamente, canta a canção, dirigindo-se diretamente ao apreciador, e recorda fatos passados na infância. Tem-se, portanto, o próprio artista contando a história assumindo-se como um *eu* e, ao mesmo tempo, uma história sendo contada visualmente na terceira pessoa, em que se vê um garoto sendo repetidas vezes desprezado pela mãe. Por meio de uma elipse, o apreciador pode ver o agora agora adulto, interpretado pelo próprio Eminem, fazendo uma cova para enterrar a mãe, senão fisicamente, pelo menos simbolicamente. Isso quer dizer que o artista é tanto narrador como personagem.

O não encerramento em marcos espaço-temporais concretos também colabora para a liberdade e a diversidade de narrativas visuais que se pode encontrar nos videoclipes, independentemente das letras. Pode-se ambientar no passado ou no futuro uma canção cujos verbos estejam no presente, como ocorre em *Amor I love you*, de Marisa Monte. O videoclipe é ambientado no passado, o que se percebe pelos figurinos e pela construção do espaço em que se passa a narrativa (ainda que, na recepção, a história seja percebida como presente, isto é, ocorrendo no momento em que se assiste ao videoclipe). Na letra da canção, no entanto, não há nada que remeta a um passado, seja ele longínquo ou recente. Justamente o não encerramento a espaços e tempos concretos além do presente dos verbos é que permite a elaboração de uma história hipoteticamente ocorrida no passado.

O emprego de rimas e as freqüentes repetições de refrões e de estrofes (também emprestadas da poesia, como observa Hennion⁴) e, às vezes, da música inteira, permite que, pela recorrência do mesmo som, possa ser evocada reiteradas vezes a mesma disposição afetiva, justificando, portanto, na dimensão visual, a repetição de figuras ou de motivos visuais. A esse respeito, Goodwin (1992) constata que, em alguns casos, a letra tem um papel central no estabelecimento do clima (*mood*) da canção. Isso não ocorre, entretanto, pela correspondência do significado das palavras mas para estabelecer a ambiência emocional da canção, como podemos observar em *The zephyr song*, de *Red Hot Chili Peppers*, cujo tema é de difícil definição, mas uma aposta pode ser feita a partir da constatação da presença de determinado campo semântico, de um grupo de palavras que inclui o título e persiste até o final da canção, como: *zephyr* (vento suave, brisa), *kite* (pipa), *propeller* (hélice), (to) *fly* (voar), (to) *levitate* (levitar), *aviator* (aviador) que, associadas com outras palavras e com a figura de uma pomba com suas grandes asas no plano visual, abre uma rede de significação

1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Comunicação Audiovisual**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

que pode ativar a associação, ainda que sutil, com um certo sentimento de evasão - um convite explícito para a fuga rumo a um outro mundo - corroborado pelo endereçamento direto a um *tu* que, distante e desconhecido, ajuda na doação à canção de fantasia, reforçada ainda mais pela ludicidade empregada na composição visual.

No que diz respeito à escolha temática, parece haver um predomínio da exploração do tema do amor, seja para celebrar uma conquista, para desqualificar um(a) ex-amante, para desabafar uma perda ou para rememorar momentos felizes, entre outras possibilidades. Em alguns videoclipes, a história visualmente narrada é elaborada com extrema preocupação com a constituição plástica da imagem. É que se pode observar no videoclipe de *Fell in love with a girl*, de *White Stripes*, em que um universo construído em lego apresenta, simultaneamente, o duo tocando e cantando, num espaço que não se reconhece, e a história de duas figuras perambulando por espaços ora indefinidos ora definidos. Às vezes se percebe uma figura como masculina e a outra como feminina mas, em alguns momentos, a distinção é impossível. No entanto, uma história de amor está sendo contada, de um amor que nem o próprio eu-lírico parece levar muito em consideração, pois é ainda uma tentativa de conquistar alguém que não quer viver uma história de amor. É uma história de amor contada de maneira cínica, não importando a quem canta se alcançará seu intento ou não.

Os conflitos sofridos pelas personagens são tanto internos quanto externos, com predomínio dos últimos. Ocorre com frequência, em diferentes graus, é verdade, uma relação conflituosa entre amantes, entre mãe e filho, entre pai e filho ou entre indivíduo e sociedade.

Tipos de narrativas nos videoclipes

Durá-Grimalt (1988) aponta a existência de três grandes grupos de relato presentes dos videoclipes. O primeiro deles é justamente a apresentação de uma estrutura clássica, em que uma história seria desenvolvida a partir do esquema apresentação-conflito-solução e as personagens adaptar-se-iam a tipos de fácil identificação devendo, para isso, estar claramente caracterizados tanto física quanto psicologicamente.

É o que se pode ver em *Papo Reto*, da banda *Charlie Brown Jr.* Os artistas desempenham um papel na narrativa enquanto cantam a canção: a banda anima o baile onde a

⁴ (1996: 188)

ação se desenrola. Eles aparecem caracterizados em coerência com as outras personagens, com o clima evocado e com um tempo mais ou menos definido: os anos 80. As personagens parecem compor uma galeria de *freaks*, assim como os integrantes da banda. Obedecendo à ordem cronológica, primeiro há a apresentação da personagem masculina: um ator pornô na cena final da gravação de um filme. Prosseguindo a apresentação das personagens, um casal prestes a entrar em um salão de baile. Devidamente apresentados os protagonistas, há uma introdução ambiental mostrando o baile e os figurantes. O casal entra no baile ao qual se dirige também um ator pornô. O homem abandona a mulher para jogar sinuca com os amigos. Enquanto isso, a mulher cede aos galanteios do ator pornô. Uma briga no jogo traz à tona a verdade: a traição. A briga continua, o baile também, e, no final, o casal recém-formado deixa o baile. A história tem um único fio condutor desenvolvido seqüencialmente sem complicações ou desvios no caminho. Outros videoclipes da mesma banda seguem o mesmo princípio como *Rubão, o dono do mundo*.

O segundo tipo de relato presente nos videoclipes seria o denominado “não-linear”, cuja estrutura apresentaria a introdução de uma história sem final ou entrecortada, com personagens psicologicamente borrados. O artista encarnaria vários papéis ou dividiria o palco com um ator.

Sobre a questão de o artista apresentar-se como ele mesmo ou como personagem depende, em larga medida, do “papel” que ele costuma representar perante o público. Isto é, anteriormente ao lançamento do videoclipe, é comum haver um conjunto de informações pulverizadas sobre o artista, sobre sua vida, sua carreira, trabalhos anteriores, informações que serão articuladas com o que se vê no videoclipe no momento da apreciação. É o procedimento típico do *star-system*, criado a fim de poder prever as reações do público. Por isso é que há, em geral, extremo cuidado no momento de elaboração do videoclipe, pois o artista não pode deixar de ser coerente aos olhos e anseios de seu público.

Em alguns casos, o artista canta olhando diretamente para a câmera enquanto uma ação vivida por outros (por atores) desenrola-se paralelamente. Performance e encenação podem ocorrer tanto no mesmo espaço quanto em espaços e tempos diferentes. Neste caso, portanto, o artista não atua como uma personagem, ele apenas exerce sua função primária, que é a de cantor e/ou instrumentista.



Em outros videoclipes, o artista desempenha concomitantemente as duas funções, ou seja, tanto canta quanto atua, alternada ou simultaneamente. Um exemplo é *Take a bow*, de *Madonna*, em que a história de um rompimento amoroso ambientado na Espanha traz consigo todos os estereótipos que o tema e o lugar podem convocar, apresentando uma Madonna cantora e uma Madonna atriz. Outro exemplo é *Protection*, de *Massive Attack*, em que a cantora é uma personagem entre várias, não sendo a única, inclusive, que dirige o olhar diretamente para câmera.

Em alguns casos os artistas desaparecem exceto pela voz, como em *I'll take the rain*, de *REM*, por exemplo, em que a história é contada visualmente em terceira pessoa apresentando como personagem principal um cachorro amarelo. Há, ainda casos, não exclusivos de videoclipes mas do universo *pop* em geral, que é a criação de uma personagem fixa para determinado artista, que sempre aparece caracterizado, como *Marilyn Manson*, por exemplo. O que ocorre nesses casos é o que Goodwin (1992) chama de exceder o personagem, isto é, a personalidade do narrador (que já é uma personagem) extrapole a caracterização elaborada para aquela história particular. Isso provoca uma ultrapassagem da narrativa, criando uma rede intertextual entre os videoclipes do artista e também algumas garantias para o apreciador. No caso de *Madonna*, por exemplo, consegue-se formar essa rede mas há sempre a preocupação de manter as expectativas pela surpresa, ou seja, o apreciador está sempre curioso para saber “como ela aparecerá desta vez”. Ele não espera que ela venha caracterizada no novo videoclipe da mesma forma como apareceu no anterior.

Alguns videoclipes apresentam uma construção narrativa fortemente marcada pela alternância de ações, que acontecem em espaços diferentes ao mesmo tempo, criando tensão no apreciador. É o caso de *By the way*, de *Red Hot Chili Peppers*, (inspirado no filme mexicano *Amores Brutos*) em que os artistas não aparecem cantando ou tocando seus instrumentos, mas somente como as personagens de uma história. A canção tem lugar, pois, apenas na dimensão auditiva. O vocalista da banda é seqüestrado por um taxista e, ao perceber, tenta entrar em contato com os amigos, que estão numa mesa de bar. Primeiro, os amigos desconfiam e, pensando ser brincadeira, continuam a conversa, que o apreciador apenas vê enquanto ouve a canção. Com a insistência os amigos decidem investigar e tem início uma perseguição típica dos filmes de ação. Depois da perseguição, resolvido o problema, o baterista da banda acena o braço para um táxi e, para a surpresa do apreciador,

trata-se do mesmo taxista. O fim retoma, portanto, o início, anunciando a repetição da história.

O relato baseado na “ruptura com os parâmetros tradicionais” é o terceiro tipo apresentado por Durá-Grimalt. (1988: 119) Tal ruptura é elaborada de acordo com diferentes modos de “evidenciar a narratividade pela negação explícita do que ela tem de convencional⁵”. [tradução nossa]

Um exemplo bastante interessante é *Star Guitar*, de *Chemical Brothers*. Uma viagem de trem é narrada em perfeita sincronia com a música, sem letra. Não se tem informações sobre quem narra, apenas se vê o que a câmera, fixa dentro de um trem, pode ver. É um caso de associação audiovisual, mais de exercício criativo do que de trabalho com a narrativa. A configuração predominantemente geométrica dos elementos que compõem a paisagem, quase desprovida de seres humanos que, quando aparecem, não passam de silhuetas, alia-se à ausência de voz, o que auxilia na criação de um clima extremamente frio.

Embora englobe, de maneira geral, a maioria dos videoclipes, alguns problemas se impõem ao confrontarmos a tipologia de Durá-Grimalt com os fenômenos concretos. A chamada estrutura clássica é explicitamente convocada em alguns videoclipes, como vimos acima, mas lida diferentemente com parâmetros tradicionais, como o tempo e a construção espacial, além da criação de personagens (que segue o regime do *star-system*), o que acaba por criar um tipo de estrutura específica dos videoclipes. Isso se deve ao fato de que, ainda que procure seguir os padrões tradicionais, os videoclipes devem lidar com certas restrições proporcionadas pela dimensão dominante: a musical. Isso demonstra que, mesmo em videoclipes conhecidos pela ousadia na composição, em que se extrapola o tempo da música a fim de inserir uma narrativa visual, o tempo de duração da música não pode ser ultrapassado indefinidamente, ao sabor do que se planeja para a dimensão visual, pois que, para manter sua integridade como videoclipe, é necessário que, de alguma maneira, as duas dimensões estejam ambas presentes e relacionadas. Tal relação, no entanto, nem sempre é facilmente observável devido à criatividade e ao engenho aplicados no momento de articulação imagem-som.

Um exemplo que se pode invocar para enfatizar a necessidade da conexão entre a narrativa visual e a dimensão musical do videoclipe é *Elektrobank* (1994), de *Chemical*

⁵ No original: “Una de las formas de evidenciar la narratividade es negar explícitamente todo cuanto en ella hay de convencional”.

Brothers, dirigido por *Spike Jonze*. A música é uma composição eletrônica e, na dimensão visual, tem-se uma história sobre uma competição de GRD. Uma ginasta (Sofia Coppola) prepara-se no vestiário para a sua apresentação. Do vestiário, o apreciador passa a ver o final da apresentação de outra garota, e ouve uma música tradicional (bastante diferente da que virá depois – *Elektrobank*) que funciona como elemento de oposição, isto é, como reforço para o que vem depois: uma música nova, diferente que, pelo menos na época, não fazia parte do que a maioria das pessoas estava acostumada a ouvir. Terminada a apresentação da primeira garota, a que estava no vestiário surge, conversa rapidamente com seu treinador em um trecho dialogado e sem música. Após o breve diálogo, tem início a apresentação com a introdução da “verdadeira” música do videoclipe.

Houve, pois, uma introdução, com a apresentação das personagens: duas garotas competindo numa prova de ginástica rítmica, o treinador, as amigas das competidoras e a platéia, composta por poucos figurantes. Elas são fisicamente bastante distintas, uma é loura, vestida de preto e outra morena, vestida de branco e azul. O cenário é composto pelo vestiário, no início e, principalmente, por um ginásio, com uma quadra destinada às apresentações e uma arquibancada que abriga a platéia.

Segue a prova normalmente, com essa música algo deslocada, descontextualizada, até o momento crucial, em que a ginasta demonstra um problema no tornozelo. O apreciador é levado a crer que ela imediatamente abandonará a prova, visto a expressão facial de dor e a expressão de derrota do treinador mas, repentinamente, vê, juntamente com a própria ginasta, uma mulher que entra no ginásio com um rapaz e, apenas visualmente, pode ler nos lábios da garota a palavra *Mom* (mãe), dita com certa surpresa, pois parece não esperar a presença da recém-chegada. A ginasta respira fundo, prepara-se para prosseguir a apresentação (para o enfurecimento de sua concorrente) e a música torna-se mais acelerada, assim como os movimentos corporais da garota que, no final, vence a prova e comemora com o treinador e as colegas de equipe.

Embora brevemente descrito, pode-se observar que, neste videoclipe, há a construção de uma narrativa simples e linear em que, pelo modelo de Propp, é possível observar a ocorrência das seguintes funções: a heroína (ginasta que dança a música de videoclipe), a antagonista ou rival (a outra ginasta, sua concorrente), o adjuvante (o treinador), o obstáculo a ser vencido (problema no tornozelo), a prova propriamente dita (competição de GRD), o desejo

da heroína (de vencer a prova e mostrar à mãe, que parece distante), o sancionamento positivo ou coroamento da ação (a heroína vence a prova e comemora).

Um elemento de relevância é o fato de se jogar, de forma paródica, com o valor da determinação (bastante arraigado na cultura norte-americana) pois à garota parece restar, em determinado momento, apenas a desistência da prova, tanto pela dor física quanto pela instabilidade emocional visivelmente ocasionada pela presença repentina da mãe. A persistência e conseqüente vitória da personagem demonstra um outro triunfo subjacente (e talvez ainda mais importante): o da música inovadora e ousada, que também parece lutar para vencer em um terreno já marcado por cristalizações e onde é difícil penetrar.

Esta é a discussão que fundamenta o videoclipe, apresentada, porém, de uma forma que, pela combinação inusitada e pela simplicidade da narrativa, resulta cômica, senão algo irônica. O que pode ser justificado pela tomada final, em que a fotografia da comemoração da vitória pela ginasta e seu treinador aparece exposta numa vitrine, juntamente com vários troféus e outras fotografias de outros atletas, enquanto sombras de transeuntes passam sem prestar atenção alguma.

O final provoca uma confusão temporal no apreciador pois, enquanto a ação parecia desenrolar-se no presente, descobre-se, por um procedimento elíptico, que faz parte de um passado, talvez bastante distante. Além da confusão relativa ao tempo, a ironia parece bastante evidente, parecendo trazer à tona a questão: por que todo esse esforço? Para uma fotografia que ninguém vê? Aí reside a riqueza do videoclipe em questão: na apresentação de uma narrativa que, ligada a uma música cuja iconografia (a dos elementos que geralmente compõem o universo da música eletrônica) não corresponde à que se visualiza no videoclipe, causa um efeito de comicidade, além de oferecer senão uma reflexão, um comentário sarcástico sobre a própria necessidade do videoclipe.

O exemplo acima é sintomático do fato de que o processo de acionamento de uma narrativa visual em estreita relação com a música, não ocorre de modo aleatório, como afirma Chion (1990), para quem o visual que se acrescenta à canção não importa, já que é possível encontrar de tudo. Percebemos pelo exemplo acima e por inúmeros outros que poderíamos comentar, que a articulação entre as dimensões musical e visual, pelo menos no que concerne aos videoclipes narrativos, é realizada de maneira regrada, senão ilustrativa (tradução da letra



da canção em discurso visual), pelo menos coerente com uma lei que fundamenta o videoclipe perpassando-o em sua totalidade.

Conclusão

Com o exposto não queremos dizer que só existam videoclipes narrativos ou que esta seja a sua característica mais importante. A intenção é apenas chamar a atenção para o fato de que não se trata, pelo menos no que se pode verificar no grosso da produção, de um fenômeno pautado pela esquizofrenia, pela colagem gratuita de imagens desconexas entre si, enfim, pela falta de leis internas capazes de reger a articulação música e imagem.

A narrativa está constantemente presente e, por isso, deve ser mais atentamente explorada por aqueles que se curvam sobre os videoclipes. Não é só a narrativa que carece de atenção e esforço de compreensão, mas também, e principalmente, a relação letra-música-imagem. Resta desenvolver uma metodologia adequada para a análise do fenômeno, deixar de utilizá-lo apenas como ilustração e passar ao confronto com os videoclipes particulares.

Bibliografía

CHION, M. **L'audiovision au cinéma**. Paris: Nathan, 1990.

DURÁ-GRIMALT, R. **Los video-clips – precentes, origenes y carcateristicas**. Valencia: Servicio de Publicaciones de la Universidad Politecnica de Valencia, 1988.

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

HENNION, A. The production of success – an antimusicology os the pop songs. in: FRITH, S & GOODWIN, A. (eds) **On record – rock, pop and the written word**. London and New York: Routledge, 1996.

MACHADO, A. **El paisaje mediático – sobre el desafío de las poéticas tecnológicas**. Universidad de Buenos Aires: Libros del Rojas, 2000.