



O Videoclipe Remix¹

Thiago Soares²
UFBA/Universo(PE)

Resumo

O artigo que apresentamos traça considerações acerca dos videoclipes remixados a partir de conceitos descritivos e categorizantes da semiótica (Luiz Tatit e Omar Calabrese) e de teóricos dos estudos da música popular massiva (Simon Frith, Roy Shuker, Jeder Janotti Jr). Dessa forma, apreendemos o videoclipe como um artefato componente das configurações imagéticas associadas à música pop. Propomos observar a remixagem (comum nas matrizes sonoras) no terreno da imagem no estudo de caso dos videoclipes *Hollywood* e *Hollywood Remix*, da cantora Madonna.

Palavras-chave

Gêneros audiovisuais; Significação nas Mídias Audiovisuais; Música Popular Massiva

Este artigo visa trazer escopos descritivos e teóricos para a discussão em torno do videoclipe a partir de tópicos ligados à música popular massiva. Parte de seu referencial bibliográfico é fruto de debates ocorridos no grupo de estudo Mídia & Música Popular Massiva do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Conforme já apresentado academicamente, o clipe trouxe uma série de análises: 1. via relações entre letra e construção de imagens (DURÁ-GRIMALT, 1988), 2. observações dos desdobramentos da linguagem do cinema musical na linguagem videoclíptica (DYER, 1981 e WEIBEL, 1987), 3. estratégias de produção formal e estruturação social (LEGUIZAMÓN, 1987), 4. definições acerca do que viria a ser uma ontologia da imagem em movimento no videoclipe (WYVER, 1992), 5. relações dos clipes com as imagens associadas à música pop (GOODWIN, 1992), 6. aberturas a leituras galgadas na psicanálise (KAPLAN, 1987 e 1988), 7. apreensões do clipe como expressão da cultura pós-moderna (CONNOR, 1999), 8. estruturações em torno das manifestações sinestésicas e de vanguarda (MACHADO, 1988, 1997 e 2001), 9. dos conteúdos de desvio, desarmonia e

¹ Trabalho apresentado ao NP 07 – Comunicação Audiovisual, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

² Doutorando em Comunicação e Cultura Contemporânea pela Universidade Federal da Bahia (UFBA); professor do curso de Comunicação Social da Universidade Salgado de Oliveira (Universo), Recife; autor do livro *Videoclipe – O Elogio da Desarmonia* (LivroRápido, 2004). E-mail: thikos@uol.com.br



polifonia apreendidos (SOARES, 2004), entre outros. Em grande parte destas análises, prevalece uma postura de compreensão do clipe a partir de referenciais teóricos da imagem, do cinema ou da relação entre clipe e música, entendendo tal relação como angariada no conceito de sinestesia, mais funcional como operador de análise, por exemplo, de produtos da vídeo-arte.

Andrew Goodwin (1992) alertou para o fato de que se os clipes não forem apreendidos a partir dos conceitos ligados à música pop³, estaremos tratando-os como “estruturas mudas” (GOODWIN, 1992: 4). Dessa forma, este artigo se apresenta na tentativa de: a) pontuar uma reflexão sobre o videoclipe tomando como ponto de partida o conceito de remix, disseminado na música eletrônica e na música pop, b) estabelecer uma matriz conceitual que possa empreender a análise de um clipe “remixado” e c) discutir, numa abordagem semiótica, o que seria o procedimento de remixar um videoclipe a partir da análise dos clipes *Hollywood* e *Hollywood Remix*, da cantora Madonna. Haveria relação entre remixar um clipe e uma canção popular massiva, por exemplo? Estas hipóteses tomaram corpo a partir da observação de uma série de versões de videoclipes chamadas de “remix” pelas instâncias produtora e divulgadora das gravadoras. Tais quais as canções da música pop, que ganhavam versões remix, em geral, para tocar em boates e pistas de dança, os videoclipes também estariam recebendo o tratamento de um remix e apresentando características de forma e conteúdo que nos permitem fazer uma série de inferências acerca de seus procedimentos de produção, disseminação e apreensão pelo público.

O lançamento de bens de consumo articulados à indústria fonográfica prevê a compreensão da existência de uma lógica de “alimentação” do público com fragmentos deste determinado produto lançado. É assim, por exemplo, com um álbum fonográfico⁴, onde podemos observar a delimitação de uma “faixa de trabalho” que será distribuída nas rádios, originará o videoclipe e será a “ponta de um iceberg” de todo o aparato de divulgação do CD em si. Mais recentemente, com o incremento da produção de DVDs, notamos que, neste formato em específico, temos, também, a escolha de um fragmento do show, do clipe ou de algum material contido no referido DVD como estratégia de divulgação de um produto em emissoras especializadas (MTV ou canais a cabo). Dessa

³ A música pop a que o autor e nós nos referimos não está ligada às manifestações da cultura popular. O conceito de música pop envolve uma relação entre música e circulação massiva.

⁴ O conceito de álbum, conforme descrito por Jeder Janotti Jr, se “remete ao conjunto de canções, da parte gráfica, das letras, da ficha técnica e dos agradecimentos lançados por um determinado intérprete com um título, uma espécie de obra fonográfica” e localizada dentro de determinados parâmetros de um determinado gênero musical. (JANOTTI JR., 2005: 9)



forma, percebemos uma perspectiva metonímica no caráter de circulação da música popular massiva: uma **parte** diz respeito ao **todo** e, toma-se esta parte, como uma forma de entendimento e apreensão/condução do todo. A criação de videoclipes integra esta cadeia na medida que incrementa e reforça os elos entre a imagética conceitual de um artista pop e o seu álbum lançado. Para Roy Shuker (1999), é fundamental começar a pensar o clipe entendendo-o enquanto integrante de uma dimensão comercial da chamada indústria dos vídeos musicais, seu posicionamento no fluxo da programação televisiva e as relações entre videoclipes, gêneros musicais e perspectivas de semiose entre a imagética do artista pop e o clipe enquanto um constituinte decisivo na formatação desta imagem posterior. (SHUKER, 1999: 289)

Observando o comportamento de certas “faixas de trabalho” de determinados artistas da música popular massiva, notamos que, além da veiculação em emissoras de rádios e da criação de videoclipes, tais faixas ganham uma sobrevida a partir não apenas de um, mas, às vezes, dois ou mais clipes se referindo a uma mesma canção. Os vídeos, na maioria das vezes, trazem versões-bônus, com cenas extras (que, em geral, são lançados em edições especiais de álbuns, faixas-extras destes mesmos CDs ou como “material inédito” em DVDs) ou até mesmo são classificados como remix de um clipe anterior. Dessa forma, nos deparamos com um problema na apreensão do videoclipe tanto do ponto de vista da sua apresentação formal e de conteúdo, como dentro do esquema de divulgação e circulação da música popular massiva: que implicações são evidenciadas no videoclipe remix?

Partes, todo, tempo: o remix

O termo remix configura-se da união do verbo “to mix”, que no inglês, significa “combinar partes que, a princípio, têm diferentes formas e tamanhos”, “estar na companhia de alguém” ou “referentes a ambos os sexos” com o prefixo “re”, que, também na língua original, dá idéia de repetição. No campo estritamente semântico, o remix traz, intrínseco, dois conceitos: o da **união** de unidades formais aparentemente não dotadas de um princípio de junção e da **repetição** desta estrutura como uma possibilidade de elaboração de sentido a partir do conteúdo repetido. Remetendo-nos a noções de espaço e de tempo, estamos lidando com estruturas que detêm espacialidades relacionadas à proximidade (união), bem como com uma certa dilatação ou compressão temporal oriunda da necessidade de repetição (tempo). No terreno das apreensões

relativas à cultura, o termo remix se aproxima do princípio de hibridismo⁵, já discutido por acadêmicos como Peter Burke, Nestor García-Canclini, entre outros. O conceito de remix que nos interessa, no entanto, diz respeito à sua utilização no campo da música popular massiva. Bruce Gerrish, remetendo-nos a procedimentos de elaboração do que poderíamos considerar o remix de uma canção, nos dá uma definição de que

usando trechos ou fragmentos (*samples*) como identidade musical, a remixagem se desenvolveu como a arte de justapor, colocar em sintonia colagens musicais. Selecionando batidas percussivas e eletrônicas de trabalhos musicais pré-existentes, o remix combina idéias novas ou alternadas e se desenvolveu com uma dominante nova de produção que permite múltiplas variações melódicas sobre um mesmo tema. (GERRISH, 2004: 25)

Os conceitos apontados por Gerrish nos situam em consonância com a apreensão semântica que fizemos do termo. Para o autor, remixar está ligado à arte de colocar lado-a-lado, colagens musicais, combinando idéias, princípios e sonoridades numa produção que pressupõe **variações sobre um mesmo tema**. Além de trabalharmos com variáveis de espacialidade e temporalidade (numa leitura mais imamente do que viria a ser o remix musical), temos, também, delineada uma máxima articulada à própria indústria fonográfica que é a de pressupor “falar sobre um mesmo tema”. Em outras palavras, temos aberta, então, a possibilidade de que, se uma determinada faixa de um álbum está inserida numa codificação de boa execução nas rádios, de igualmente bem sucedida execução em emissoras como a MTV e levando em consideração seu potencial tanto estrutural (ser uma canção dançante⁶) ou para que público está endereçada (ligado à cultura dos clubes noturnos), esta mesma faixa poderá ganhar uma versão remix.

A leitura que Simon Frith (1996) faz do remix e do que o autor considera como cultura *disco* está ligada a uma apreensão da música popular massiva a partir dos conceitos de ritmo e tempo. Para o autor, a questão “ajuda a explicar a obsessão da cultura *disco* com a tecnologia do tempo, com aqueles artefatos (o *double-deck*, o *extended mix*, o *single* de 12 polegadas, a medida das batidas por minuto) que permite o tempo ser alongado de maneira não-linear” (FRITH, 1996: 149). Empreendendo o

⁵ A autora Erica Carter faz uma espécie de cartografia do que viria ser o “remix cultural” em seu livro “Cultural Remix: Theories of Politics and The Popular”. Para mais informações: CARTER, Erica. *Cultural Remix: Theories of Politics and The Popular*. Lawrence & Wishart: London, 1995.

⁶ Embora não seja obrigatório, observamos que a maioria das canções remixadas são, originalmente, articuladas a gêneros musicais peculiares ora à dança, ora à cultura dos clubes noturnos. Mas, baladas ou canções românticas também podem ganhar versão remixada, sobretudo, se conseguem ter boa execução nas rádios ou estão inseridas na determinada cultura de um público-alvo específico.



remix como uma das expressões máximas da cultura *disco*, podemos entendê-lo como uma espécie de “presente contínuo”, a partir do que Frith chama de “tempo alongado”, com uma ênfase no agora e a não-evocação da memória e, sim, da dança⁷. Estaríamos, diante, portanto, de uma experiência musical em que temos a coordenada “homem-tempo” (FRITH, 1996: 150) e onde a música, propriamente, confrontaria o referido tempo. Nos moldes propostos por Jonanthan Kramer e por uma série de DJs, o remix trabalharia com a idéia de “tempo passando”, constância musical e rítmica.

A apreensão do remix como uma deriva das variáveis de **tempo** e **espaço**, a partir do que viemos apresentando até então, adquire status de sensações ora contínuas, ora descontínuas, proporcionando relações participativas e energias envolvidas nos processos de produção e audição. Para tentar vislumbrar estas manifestações no âmbito da música popular massiva, Luiz Tatit (1998) apresentou conceitos concebidos por Hjelmslev de **intenso** e **extenso**, e que percebemos como funcionais na apreensão de materialidades e características que poderão ser observadas tanto na música quanto no videoclipe remixado. O **intenso** “tem valor de concentração da tensividade, de nominalização, de localização, de interrupção, ou se quisermos, de saliência tensiva” (TATIT, 1998: 132). Já o **extenso** adquire “valor de expansão da tensividade, de desdobramento, de verbalização, de continuidade e permite relações à distância” (TATIT, 1998: 132). Em linhas gerais, seria a continuação (*extenso*) *versus* o parado (*intenso*). Os valores extensos correspondem, segundo Tatit, a uma temporalidade corrente, ao tempo que passa, se distende e se difunde ou, num sentido mais figurativo, se narravitiza; enquanto que os valores intensos são referentes a uma temporalidade suspensa, remissiva, erigida como um ponto tenso. “Do mesmo modo, o espaço se fecha quando sobrevêm os limites impostos pela parada (*intensa*) e se abre quando o fluxo de continuação excede as barreiras” (TATIT, 1998: 132). O remix operaria com unidades de sentido inseridas numa dinâmica da espacialidade (colagem, fusão, justaposição) e da temporalidade (conceitos de intenso e extenso), como formas rítmicas de organização de sua estrutura.

Os desafios de ouvir/ver o remix

⁷ É preciso reforçarmos que estamos tratando de balizas genéricas, uma vez que notamos a existência de uma série de remixes, sobretudo da chamada *lounge music*, que não trabalhariam com a idéia de “música para pista de dança”. O remix que nos interessa descrever, no entanto, é o articulado à cultura dos clubes noturnos.

O termo remix, no seu senso mais amplo, detém uma série de significados que muitas vezes ampliam ou tornam nebulosos os conceitos acerca dele. De acordo com Marcus Bastos (2005), mais do que um termo técnico de produção, o remix engloba a cultura do DJ, o estilo de vida da *dance music* e o que se convencionou chamar de eletrônica⁸. A *dance music* não pode ser entendida apenas como um suporte na criação de novos sons. Mas também, e sobretudo, a partir da referência de um novo modelo de ouvir música. A música popular massiva é angariada no formato da canção, onde uma estrutura musical familiar de introdução>estrofe>ponte>refrão>solo>estrofe>refrão é lembrada e reconhecida pelo ouvinte e as letras revelam sobre o que a canção trata, convencionando o ponto de vista do cantor/compositor. A canção popular seria uma extensão da nossa tradição de contar-histórias. Canções também são formatadas em invólucros de três ou quatro minutos que as tornam mais fáceis de serem ouvidas e comercializadas e exibidas em horários específicos no rádio ou na televisão. Já a *dance music*, na modelização do remix,

nos desafia a desenvolver novos alicerces para ouvi-la. Com uma canção convencional, nós ouvimos a forma e seguimos a letra, mas no caso do eletrônico – e do remix – pode não haver começo nem fim. A música é cíclica e continua a agir mais como uma catarse para uma viagem bastante pessoal ou um “sistema de transporte” que se encerra nele mesmo. As idas e vindas das estruturas musicas têm como intenção promover uma reação física. (BASTOS, 2005: 2).

A experiência de ouvir música eletrônica é quase idêntica à de criar música eletrônica, pois requer concentração e foco para encarar música como um processo. E requer, portanto, uma perspectiva um tanto quanto mais pessoal para as formas de corporificação da música. As relações de espaço e tempo entendidas como imanentes da estrutura do produto remixado ganham, então, uma variável (o processo) capaz de

⁸ Mesmo que a história do remix esteja articulada à era *disco*, foi no período de disseminação da *house* que ele adquiriu um status mais reconhecido valorativamente. Na época da *disco music*, o remix era encarado como um “sub-produto” da canção, pois de ainda trazia a idéia de que não era “original” (BREWSTER, BROUGHTON; 1999: 183). A evolução do remix perpassa pelos usos de tecnologias ligadas à produção da música popular massiva como o *vocoder* (sintetizador da voz humana), o *theremin*, o sintetizador Yamaha DX7, o Roland TB303 *bass line* e o sintetizador de bateria TR 808. Mais recentemente, o MIDI (*musical instrument digital interface*) e o DigiTech Talker foram novos incrementos tecnológicos para a produção de remixes. Para mais informações sobre artefatos de produção de remix, ver GERRISH, Bruce. *Remix: The Eletronic Music Explosion*. EM Books: San Francisco, 2004. Para informações sobre história do remix, seus usos e da passagem dos usos do remix na *disco music* para a era *house*, ver BREWSTER, Bill e BROUGHTON, Frank. *Last Night a DJ Saved My Life*. Headline: London, 1999).



articular (de maneira mais intensa ou extensa) as unidades componentes. Estamos nos referindo ao fato de que é preciso levar em consideração o processo de produção do remix para o entendimento e observação de como suas unidades constituintes compõem um todo. Dessa forma, observar o processo de remixagem de uma obra é perceber tanto unidades intensivas e extensivas, suas manifestações na própria estrutura do objeto remixado, comparando-o com o não-remixado, e também apontando compreender de que forma o processo de produção interfere sobre o resultado.

Remixar é, assim, repetir, muitas vezes, de maneira rítmica, cadenciando unidades e entendendo-as como integrantes de uma máxima harmônica da música popular massiva. Sobre a perspectiva da cultura contemporânea de se ater à repetição, Omar Calabrese (1999) elencou três perspectivas para a apreensão dos bens de consumo “repetidos”: 1) a repetitividade como modo de produção de uma série a partir de uma matriz única, segundo a filosofia da industrialização; 2) a repetitividade como mecanismo estrutural de generalização de textos; 3) a repetitividade como condição de consumo por parte do público dos produtos comunicativos. (CALABRESE, 1999: 43) Sobre o primeiro aspecto, temos desenhada a categoria da standardização, que requer “não só a produção e difusão de réplicas de um protótipo, como também a individualização dos componentes de um todo que sejam produzidos separadamente e em seguida aglomerados segundo um programa de trabalho”. (CALABRESE, 1999: 43) Para o autor, o exame das características instauradas entre um e vários textos é a relação “entre aquilo que se pode perceber como idêntico e aquilo que se pode perceber como diferente”. Ou, em síntese, teríamos dois operadores repetitivos opostos: variação de um idêntico e identidade dos mais diferentes. Essa categorização abre margem para que pensemos num foco de análise que se preocupe tanto na investigação das unidades estruturais localizadas na “superfície” dos objetos, quanto sua configuração mais “profunda”⁹ e que possibilita explorar qual o significado da repetição¹⁰. A partir dos instrumentais apresentados e descritos, partiremos para uma análise dos videoclipes *Hollywood* e *Hollywood Remix*, da cantora Madonna.

⁹ Usamos os termos nos referindo aos níveis de estruturação da narrativa, segundo Greimas, citado por CALABRESE, Omar. *A Idade NeoBarroca*. Lisboa: Edições 70, 1999.

¹⁰ Calabrese elenca uma série de modalidades de repetição: 1. de modo icônico restrito (elementos pontuais na narrativa, como uma forma de reforço de uma máxima vingente); 2. de modo temático (a tematização como uma recorrência narrativa); 3. de modo narrativo (entendimento de uma forma de expressar de semelhança partilhada); 4. de natureza dinâmica (a encenação-modelo). Para mais detalhes: CALABRESE, Omar. *A Idade NeoBarroca*. Lisboa: Edições 70, 1999.



“Music stations always play the same songs”

A canção *Hollywood*, composta por Madonna e Mirwais Ahmadzaï, integra o álbum *American Life*. Foi a segunda “faixa de trabalho” do disco e teve o lançamento do *single*¹¹ antecipado em função da má execução nas rádios e nas paradas da Billboard americana da primeira canção do disco homônima ao título do CD, *American Life*. *Hollywood* teve a “difícil missão” de “resgatar” a “má impressão” que acarretou em baixas vendas do álbum¹² e de fazer com que o discurso político anti-Bush instaurado por Madonna na primeira “faixa de trabalho” (e que fez a opinião pública ir de encontro à postura da cantora) fosse “atenuado”. Em *Hollywood*, Madonna utiliza-se da metáfora do glamour da “meca do cinema” para questionar os valores de estrelato e da ânsia por sucesso que ela mesmo representa. Nos versos, mostra contradições: “Você despenca e se sente bem”, “como pode te ferir quando você achava que te faria melhor?”, “eu tentei sair, mas nunca consegui”¹³ (em referências ao estilo de vida de falso glamour de Hollywood). A tônica da ironia presente nos versos é acentuada pela ênfase em expressões como “yeah” ao final do refrão: ‘Shine your light now/ This time it's got to be good/ You get it right now **yeah**/ Cause you're in Hollywood’. *Hollywood* foi produzida por Mirwais Ahmadzaï, o que significa que a identidade sonora da canção foi angariada pelos conceitos e instrumentos designados por ele. Como em praticamente todas as faixas do CD *American Life*, temos um privilégio das batidas eletrônicas secas, com efeitos de sintetizadores, gerando o que podemos reconhecer como uma leve “sujeira” sonora¹⁴. Identificamos através da análise dos créditos da faixa, a existência de

¹¹ Nos mercados americano, japonês e europeu, sobretudo, há uma tradição do lançamento de CDs-*single*, que seriam álbuns com versões de uma canção que está sendo executada nos circuitos da música popular massiva. De maneira geral, esses *singles* contam com, além da canção propriamente dita, versões editadas ou remixadas da mesma música. Para “movimentar” o mercado de *singles*, alguns produtores colocam canções inéditas ou “sobras de estúdios” nos CDs, que, em média, não ultrapassam o número de cinco faixas. O primeiro *single* do CD *American Life*, de Madonna, foi o referente à música homônima.

Hollywood foi o segundo *single*. Outros dois *singles* seriam lançados posteriormente: *Nothing Fails* e *Love Profusion*. Muitas vezes, o encerramento do lançamento de *singles* diz respeito ao “fim de tempo de vida útil” de um álbum pop.

¹² Dados do site Madonnaonline (www.madonnaonline.com.br) dão conta de que *American Life* é um dos CDs de Madonna que menos venderam nos Estados Unidos. Até 2004, o disco teria vendido 652.150 cópias – um número baixo se comparado à venda do CD anterior, *Music*, com 2.895.410 cópias comercializadas só em território norte-americano.

¹³ Traduções dos versos da canção: “You got the top down and it feels so good”, “How could it hurt you when you look so good?” e “I tried to leave it but I never could”.

¹⁴ Esta ideia de “sujeira” nas batidas eletrônicas, assemelhando a sonoridade à experiência de audição de uma canção num vinil, por exemplo, foi bastante disseminada na cultura eletrônica através de vertentes como o *trip hop*, de onde emergiram grupos como Portishead, Massive Attack, Sneaker Pimps e artistas como Tricky, entre outros.

bases de guitarra (na introdução) e de teclados e programadores (ao longo de todo o arranjo), o que gera um efeito de camadas sonoras recorrente na produção de faixas da música pop.

O clipe da canção¹⁵ foi dirigido pelo francês Jean-Baptiste Mondino, que já havia rodado vídeos com Madonna referentes às faixas *Open Your Heart*, *Justify My Love* e *Human Nature*, entre outros. Madonna, famosa pela instabilidade de sua imagem (sempre aparece em visuais diferentes: loira, ruiva, morena), parece tornar esta peculiaridade o argumento do clipe. Aparecendo loira, morena e ruiva, a cantora, no vídeo, realiza ações cotidianas como atender o telefone, fazer balé ou se olhar no espelho. Tais situações seriam “banais” não fosse o cenário, a maquiagem e a edição usados para, assim como a letra da canção, evidenciar uma certa ironia no que poderíamos supor que seria a “glamourização do cotidiano” de uma estrela (cantora, atriz) do *show business*. A maquiagem, em tons berrantes, evidencia cores que, muitas vezes, não combinam entre si (batom, *rouge*, sombra), gerando um tom exagerado e propositadamente caricato. A maquiagem integra, junto ao figurino e à direção de arte, um universo de cores fortes, com tendência à evidência de tonalidades primárias, lembrando apontamentos visuais disseminados na *Pop Art* ou na cinematografia kitsch, por exemplo, do espanhol Pedro Almodóvar.

O “ridículo” das ações realizadas por Madonna, além das características visuais expostas, ganha dimensões expressivas através da montagem. A edição utiliza de recursos como o “corte seco”, o efeito de aumentar a velocidade da cena pré-gravada e as sucessivas repetições de alguns atos como uma espécie de tradução do sentido contraditório exposto na própria letra da música: estar em Hollywood, é lutar para ser uma estrela, mas, ao se conseguir isso, tudo parece virar um jogo de banalidades. A evidência da banalidade contraditória da canção *Hollywood* se expressa no clipe também através do momento em que uma das *personas* interpretadas por Madonna recebe uma injeção de botox¹⁶ e apresenta uma expressão de prazer. Num momento seguinte, vemos Madonna, em trajes íntimos, sendo acariciada pelo médico/enfermeiro que teria lhe aplicado o “medicamento”.

¹⁵ Madonna e o diretor Jean-Baptiste Mondino foram acusados pelo filho do fotógrafo francês Guy Bourdin de terem “copiado” planos idênticos aos fotografados pelo seu pai no clipe de *Hollywood*.

¹⁶ Tratamento anti-envelhecimento, bastante caro, que virou uma espécie de síntese da busca pela juventude pelas mulheres mais velhas. Madonna, apesar de já ter declarado nunca ter usado botox, parece querer, de maneira irônica, dar uma resposta aos críticos que dizem que ela já está “velha demais” para cantar suas músicas.

Uma das imagens intrigantes do videoclipe é a que abre e encerra o audiovisual, a de Madonna, loira, sentada sobre uma televisão, onde são exibidas cenas, em preto-e-branco, da cidade de Los Angeles. Tal imagem tem um constituinte indicial nos versos da canção (“Push the button/ Don't push the button/ Trip the station/ Change the channel” ou “Aperte o botão/ Não aperte o botão/ Mude de emissora/ Mude de canal”), em que notamos o uso de uma expressão do ato de ver televisão (o *zapping*) como metáfora da necessidade de mudança, de atualização, de reinvenção¹⁷. A imagem exibida na televisão em que Madonna está sentada, por sua vez, remete às pistas visuais deixadas pela cantora no clipe da canção *Erotica*¹⁸, dirigido por Fabien Baron.

Do ponto de vista dos planos, articularemos os conceitos visuais a sonoros, tentando integrar uma máxima sinestésica aplicada à música pop. No clipe *Hollywood*, há uma predominância nos planos fechados, entre *closes* e *super closes*, de forma a que somos apresentados às inúmeras “paisagens dos rostos” de Madonna. A câmera, em constante oscilação, parece não estar fixa: movimenta-se incessantemente de forma que percebemos uma certa “sujeira” sonora “traduzida” numa “sujeira” do movimento da câmera¹⁹. Tais movimentos de câmera desenharam circularidades que se articulam, também, aos movimentos corporais realizados por Madonna em sua dança – jogos de braços e pernas em formas circulares. A mesma “sujeira” do movimento de plano parece se articular à direção de fotografia, em que o planejamento de iluminação evidencia falhas (sombras ao fundo) e somos surpreendidos por luzes brancas (numa referência estroboscópica) ao longo do vídeo. Os versos finais da letra de *Hollywood* lançam luz sobre considerações acerca dos juízos de valores na música pop (“emissoras de música sempre tocam as mesmas músicas/ Estou cansada do conceito de certo e errado”) e abrem um leque de permissividade de “erros” visuais (câmera instável, iluminação “falha”, direção de arte *kitsch*) que são aproveitados como referência imagética no videoclipe.

¹⁷ Não à toa, o clipe *Hollywood* antecipa o conceito da turnê “The Re-invention Tour” (“A Turnê da Reinvenção”), que a cantora realizaria, imediatamente a seguir, no ano de 2004.

¹⁸ No videoclipe *Erotica*, Madonna havia exibido cenas de bastidores do livro *Sex*, lançado por ela, em conjunto com o CD *Erotica*. A cena final do clipe traz a cantora, nua (com tarjas em locais estratégicos), pedindo carona. Em *Hollywood*, temos a *persona* de Madonna também pedindo carona, só que vestida, e sem que nenhum carro pare para ela.

¹⁹ Nesta nossa concepção, um movimento “limpo” seria uma derivada sem oscilação, um *travelling*, um uso de grua, etc. Sem oscilações ou tremulâncias.



Hollywood Remix

Os conceitos e operadores de análise que viemos descrevendo ao longo deste artigo (via Frith, Tatit e Calabrese), bem como a descrição do objeto que iremos nos ater, servem como evidência dos procedimentos de análise do videoclipe a partir de matrizes conceituais oriundas dos estudos da música popular massiva. Dessa forma, tentaremos perceber como há certas evidências no tecido sonoro da canção remixada que aparecem no videoclipe remix, bem como, considerar que há especificidades em cada um dos tecidos sonoro e visual em questão. Começemos pelo fato de que o clipe *Hollywood Remix* é realizado a partir da própria canção *Hollywood* remixada²⁰. Assim, teríamos a matriz da canção sendo “retrabalhada”. O mesmo conceito abarca o videoclipe remixado. As imagens do clipe “original” são “retrabalhadas” com efeitos que deixam claro as variáveis de tempo e espaço diluídos. Quando nos referimos às “imagens” no clipe “original”, entendemos que é interessante a apreensão deste referencial, a partir de uma noção de processo²¹. Ou seja, ao atribuirmos o fato de que as imagens do clipe “original” de *Hollywood* foram retrabalhadas, propomos relativizar a idéia de que tais imagens podem aparecer no clipe remixado estendidas, dilatadas, sem cortes ou ainda com cortes mais bruscos – como particularidade do processo de edição de um videoclipe. No clipe *Hollywood Remix*, por exemplo, vemos a imagem de abertura do “original” (Madonna sentada na televisão), a partir de vários ângulos (um deles o visor da câmera que registrava a cena), deixando pistas de que parte das motivações sinestésicas na elaboração da remixagem de um clipe articula conceitos como reciclagem e reaproveitamento de imagens “mortas” (que não iriam ser exibidas), entendendo o processo de edição como decisivo na dinâmica de criação do produto.

Noções apresentadas por Bruce Gerrish para o remix sonoro, como a idéia de união e repetição, se apresentam no clipe *Hollywood Remix* a partir de referências e duplicações das imagens expostas. A tela, no clipe remixado, é “povoada” por uma mesma imagem que se multiplica, gerando um efeito caleidoscópico e psicodélico. Tal

²⁰ Apesar de ser menos comum, é possível ter uma mesma canção com versões diferentes de videoclipes (e alguns desses clipes serem chamados de remix). Tal fato aconteceu com a faixa *Together Again*, de Janet Jackson, que na coletânea *From Janet to Damita Jo – The Videos*, possui uma versão “original” e outra chamada “deeper remix”. Reforçando: a partir da mesma versão da canção.

²¹ Esta noção de processo que apresentamos está próxima do termo montagem expressiva, apreendido por Yvana Fechine. Segundo a autora, “sob a designação de montagem expressiva podem ser reunidos todos os procedimentos e elementos responsáveis pela construção do discurso na ilha de edição, explorando os recursos técnico-expressivos disponíveis inicialmente nos sistemas lineares (...) e somados, hoje, ao processo digital da imagem nos sistemas não-lineares”. (FECHINE, 2003: 104)

referencial de imagem, por exemplo, pode estar articulada aos princípios de “presente contínuo”, descrito por Frith, como sendo uma das peculiaridades do remix sonoro. Recortar uma mesma imagem, multiplicá-la ao lado da tela, povoar a tela com uma mesma referência imagética é a síntese da tentativa de criar a paisagem de um presente (muitas vezes o rosto de Madonna) a partir de uma noção de continuidade (os muitos quadrados que se formam na tela). A canção remixada de *Hollywood* apresenta, também, uma redução do texto cantado de Madonna, com a predominância da simulação de uma voz com efeito *vocoder*, apresentando um tratamento “robótico” ao som na canção, tendo, assim, também uma redução dos temas em que Madonna se encontra “interpretando” suas *personas* e uma maior concentração nas possibilidades sinestésicas que os movimentos da dança da cantora fornecem como recurso de edição.

A aceleração da própria canção remixada e a visualidade desta relação que se estabelece entre o que se vê originalmente e como se apresenta a imagem no clipe remixado, pode dialogar com os conceitos de intenso e extenso propostos por Luiz Tatit. Se a aceleração no ritmo da canção, bem como os efeitos de produção e as superfícies sonoras podem ser apreendidos como uma especificidade do remix sonoro da canção *Hollywood*, as matrizes imagéticas do clipe remixado também obedecem a uma máxima de aceleração, efeitos de edição e de concentração na imagem. O conceito de extenso proposto de Tatit, permite-nos perceber as diluições da imagem, as acelerações via efeitos de edição ou pelo não corte do ato desenvolvido pela cantora no quadro, como também os cortes gerando uma idéia rítmica que desprende, solta, faz a imagem “saltar” como se houvesse algo que, de forma sincopada, vai fazendo esta imagem “pular”. A proposição de extensividade de Luiz Tatit também nos fornece pistas para ver como certos efeitos de edição (os *fades in* ou *out*) são funcionais na geração de uma visualidade na tela que se assemelha, por exemplo, ao universo das boates e pistas de dança – não à toa, local onde os remixes são, costumeiramente, mostrados. Algo que pode ser traduzido como uma visualidade estroboscópica²² gerada pelos efeitos de iluminação de grande parte das boates. A relação entre a intensividade e a extensividade cria uma perspectiva dialética na imagem: a concentração de uma determinada imagem (um rosto) e a sua “explosão” em diversas matrizes na tela, gerando uma síntese que

²² Sobre a visualidade estroboscópica, Rudolf Arnheim faz a seguinte consideração: “o movimento estroboscópico na visão encontra um paralelo direto na seqüência de tons da música, como demonstrou Victor Zuckerkandl. A progressão de uma melodia é construída com tons, cada um dos quais permanece sem movimento a um nível de altura; não há nenhum equivalente físico para as ascensões e declínios do movimento quando um tom substitui outro” (ARNHEIM, 2000: 384). Efeito semelhante ao que ocorre na imagem.



pode ser traduzida a partir das próprias “explosões” promovidas pelos DJs na elaboração de seus *sets*. Neste sentido, temos uma concentração das ações (no clipe remixado as ações de Madonna praticamente não “acontecem”, são quase sempre interrompidas por um efeito de edição ou de pós-produção), o que gera uma perspectiva de percepção do clipe remixado como gerador de um efeito cíclico, que parece não ter começo nem fim. *Hollywood Remix* age “como um ‘sistema de transporte’ que se encerra nele mesmo”. As idas e vindas de suas estruturas têm como intenção promover uma espécie de reação física, indicial no espectador.

Considerações sobre uma estética da repetição

Ao propormos a observação do clipe *Hollywood Remix*, de Madonna, tentando articulá-lo a seu “original” e, a partir de um modelo descritivo de análise do videoclipe gerado por conceitos da música popular massiva, evidenciamos considerações sobre a estruturação formal do clipe remixado, bem como sua presença numa lógica de circulação da música. O videoclipe remixado é a expressão da repetitividade como modo de produção de uma série a partir de uma matriz única, como apontou Calabrese, na medida em que evidencia a necessidade da indústria fonográfica em “alongar” o tempo de “vida útil” de uma faixa de um álbum, muitas vezes, levando esta faixa a ocupar espaços e absorver referências da cultura eletrônica em sua configuração formal. Ou seja, o “alongar” estrutural do clipe é também um “alongar” contextual. A remixagem de clipes apresenta uma trajetória que, conforme também apontou Calabrese, traduz esta especificidade como mecanismo estrutural de generalização de textos, entendendo a generalização como um dado recorrente que permite a identificação de certas características relativamente estáveis de enunciados. Ao remixar um videoclipe estamos, também, percebendo a repetitividade como condição de consumo por parte do público dos produtos comunicativos, fazendo com que certas características do público receptor estejam evidenciadas na superfície textual.

Referências bibliográficas

ARNHEIM, Rudolf. *Arte e Percepção Visual*. 13.ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

BASTOS, Marcus. *Cultura Sampler*. Trópico. Disponível em: <http://www.uol.com.br/tropico/html/textos/1626,1.shl> Acesso em 12/02/2005.



BREWSTER, B.; BROUGHTON, F. *Last night a DJ saved my life*. Londres: Headline Book Publishing, 1999.

CALABRESE, Omar. *A idade neobarroca*. 3.ed. Lisboa: Edições 70, 1999.

CARTER, Erica. *Cultural Remix: Theories of Politics and The Popular*. Lawrence & Wishart: London, 1995.

CONNOR, Steven. *Cultura pós-moderna. Introdução às teorias do contemporâneo*. São Paulo: Loyola, 1993.

DURÁ-GRIMALT, Raul. *Los videoclips – Precedentes, orígenes y características*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 1988.

FECHINE, Yvana. *O Vídeo como Projeto Utópico de Televisão*. In: MACHADO, Arlindo (org.). *Made in Brasil – Três décadas do vídeo brasileiro*. São Paulo: Itaú Cultural, 2003.

FRITH, Simon. *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Cambridge/Massachusetts: Harvard University Press, 1998.

GERRISH, Bruce. *Remix: The Electronic Music Explosion*. EM Books: San Francisco, 2004.

GOODWIN, Andrew. *Dancing in the Distraction Factory – Music Television and Popular Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.

JANOTTI JR, Jeder. *Dos Gêneros Textuais, dos Discursos e das Canções: Uma Proposta de Análise da Música Popular Massiva a Partir da Noção de Gêneros Midiáticos*. Salvador, 2005. Inédito. 12f.

KAPLAN, E. Ann. *Rocking Around the Clock – Music Television, postmodernism & consumer culture*. Nova Iorque/Londres: Methuen, 1987.

_____. *Feminismo/Édipo/Pós-modernismo: O Caso da MTV*. In: _____. *O Mal-Estar no Pós-Modernismo – Teorias, práticas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1988. p. 45-63.

LANDI, Oscar. *Devórame otra vez – Qué hizo la television con la gente, qué hace la gente con la televisión*. Buenos Aires: Planeta, 1992.

LEGUIZAMÓN, Juan Anselmo. *Videoclips – Una exploración en torno a su estructuración formal y funcionamiento socio-cultural*. Santiago del Estero, 1997. 117 f. Tese. Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Santiago del Estero.

MACHADO, Arlindo. *A Arte do Vídeo*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

_____. *Pré-cinemas & pós-cinemas*. Campinas: Papyrus, 1997.

_____. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2001.

PALOMBINI, Carlos. *Idéias para uma musicologia das músicas digitais: notas a uma leitura de Landy*. Eunomios. Disponível em: <http://www.eunomios.org/contrib/palombini1/palombini1.html> Acesso em 12/02/2005.

SHUKER, Roy. *Vocabulário de Música Pop*. São Paulo: Hedra, 1999.

SOARES, Thiago. *Videoclipe – O Elogio da Desarmonia*. Recife: Livro Rápido, 2004.

TATIT, Luiz. *Musicando a semiótica*. São Paulo: Annablume, 1998.



WEIBEL, Peter. *Videos musicales: Del Vaudeville al Videoville*. Madrid: Telos, 1987.

WYVER, J. *La imagen en movimiento*. Valencia: Filmoteca Generalitat Valenciana: 1992.