



Espelhos do contemporâneo: o videoclipe como narrativa da pós-modernidade nas obras de Michel Gondry¹

Iris de Fátima Guerreiro BASTOS²

Leylla Raissa Sampaio MELO³

Juliana Pinheiro MAUÉS⁴

Rodrigo Rodrigues da CRUZ⁵

Shamara Christian Alves Fragoso da SILVA⁶

Rosalyn de Seixas Brito⁷

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

Este artigo pretende mostrar como videoclipe é uma das expressões narrativas mais exemplares da pós-modernidade. Partindo do pressuposto de que as grandes narrativas da modernidade decaíram juntamente com o declínio da experiência, propõe-se que novas formas de narrar ascenderam, já que toda atividade humana traz marcas de sua cultura e identidade, definidas em um determinado espaço-tempo. A pós-modernidade subverte a lógica narrativa bem definida da modernidade e, em seu lugar, instaura uma forma de narrar fragmentada, ao tornar patentes elementos como o pastiche e a hibridização cultural. O videoclipe, para Néstor Canclini, é o produto mais bem acabado das chamadas culturas híbridas e o que melhor representa a época contemporânea. Este artigo abordará o histórico e a linguagem dessa manifestação cultural, e a análise de cinco videoclipes, dirigidos pelo diretor francês Michel Gondry.

PALAVRAS-CHAVE:

videoclipe; narrativa; pós-modernidade; Michel Gondry.

“A relação da narração com a identidade é constitutiva: não há identidade cultural que não seja contada” (Jesús Martín Barbero)

A frase do estudioso espanhol Jesús Martín-Barbero é bem ilustrativa dos objetivos que pretendemos atingir com este texto. Apesar de, em 1936, Walter

¹ Trabalho apresentado na Sessão Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social da FACOM-UFPA, email: irisgbastos@hotmail.com

³ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social da FACOM-UFPA, email: leylla_melo@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social da FACOM-UFPA, email: ju_maues@hotmail.com

⁵ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social da FACOM-UFPA, email: rodrigorc15@hotmail.com

⁶ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social da FACOM-UFPA, email: shamarafragoso@yahoo.com.br

⁷ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação da FACOM - UFPA, email: rosaly@ufpa.br.



Benjamin, outro grande pensador, haver declarado, no célebre artigo *O Narrador*, a morte das formas tradicionais de narrativa, partimos do pressuposto de que toda identidade cultural é, de alguma forma, narrada. Por mais que, hoje, os relatos orais, a que se referia Benjamin, sejam escassos, em virtude principalmente do declínio da experiência, novas formas de contar a história de uma época ascenderam. No período atual, elas são muito mais icônicas e imagéticas do que orais e se manifestam de modo bem mais indireto, tendo ainda em comum com aquelas antigas formas de contar o fato de evitar explicações. Ou seja, ocupam-se de produzir um conjunto de significados que serão apropriados de forma diversa pelo leitor/ouvinte/interlocutor.

Dentre as formas de narrar que melhor representam a contemporaneidade, está uma manifestação de advento recente e polêmico, que traz em si o ritmo acelerado das grandes metrópoles, a fixação pelo olhar digna da *pop-art*, a fragmentação refletida nas identidades pós-modernas e a desarmonia de uma obra de arte que já nasce sem aura. Ou, mais simplesmente: o videoclipe. O marco inicial desse produto híbrido de som, imagem e linguagem verbal é até hoje ponto de discussão: alguns estudiosos acreditam ser o primeiro filme falado da história, *O Cantor de Jazz*, de 1927; outros, o filme *Romance Sentimentale*, de 1929, do cineasta russo Sergei Eisenstein; há ainda quem aponte o curta-metragem *Um Cão Andaluz*, do espanhol Luís Buñuel, e por aí vai, passando pela famosa seqüência de Gene Kelly em *Dançando na Chuva* (1952), de Elvis Presley em *Jailhouse Rock* (1957) e ainda as filmagens realizadas por D.A. Pennbaker em um dos segmentos do documentário *Don't Look Back* (1966), sobre a primeira digressão do músico norte-americano Bob Dylan em Londres, às quais seria acrescentada a música *Subterranean Homesick Blues*. Preferimos, por uma questão meramente metodológica, adotar a orientação histórica apresentada por SOARES (2004) em seu artigo *Videoclipe: O elogio da desarmonia*.

Produto cultural do século XX

A ponta do fio de Ariadne não será, entretanto, o primeiro videoclipe. A história começa bem antes, com as primeiras tentativas de sincronizar música e imagem, promovidas desde o início do século XX, em que as projeções de cinema eram acompanhadas por orquestras – configurando um caminho inverso do que os videoclipes fazem hoje: era a música quem tinha que acompanhar a imagem e não o contrário. Nos anos 1920 e 1930, muitos artistas de *Jazz*, como Duke Ellington e Woody Herman, passaram a ter suas apresentações filmadas. Mas é das vanguardas artísticas européias que surgem as contribuições mais importantes em termos estéticos,



com as experimentações de Walther Ruttmann e Dziga Vertov, que tentaram criar, a partir do meio audiovisual, uma nova forma de narrativa, livre da noção de linearidade. De fato, suas respectivas obras-primas – *Berlim: Sinfonia da Metrópole* e *O Homem com a Câmera* – romperam com os paradigmas do cinema desenvolvido até então.

A década de 1940 trouxe as chamadas vitrolas de fichas visuais, máquinas semelhantes às jukeboxes, que, além do som, proporcionavam a visualização de imagens acompanhando a música escolhida. Entretanto, é apenas a partir de 1949, que a linguagem precursora do videoclipe insere-se no seu ambiente mais prolífico: a televisão (concepção que tem sido substituída nos últimos anos pela emergência dos sites de compartilhamento de vídeos, como o *Youtube*). A invasão ocorre a partir do programa *Paul Whiteman's Teen Club*, da rede norte-americana ABC. Paralelamente, ela continua se desenvolvendo no cinema, durante a Era de Ouro dos musicais (dos anos 30 aos 50), em filmes como os já citados *Dançando na Chuva*, *Jailhouse Rock* e ainda *Blackboard Jungle*, que traz Bill Haley and The Comets cantando *Rock Around The Clock* (inclusive, esses dois últimos foram responsáveis pela popularização do rock'n'roll, demonstrando, desde então, a importância que o vídeo tem como divulgador musical).

Na Europa, os anos 1950 foram responsáveis por outras inovações. No campo da tecnologia, surgiu o *Scopitone*, um projetor de 16mm utilizado em casas noturnas francesas. Já no campo simbólico, são essenciais as novas estéticas e linguagens introduzidas pela *Nouvelle Vague* francesa, pelo Neo-Realismo italiano e ainda pelo cinema soviético de Andrei Tarkovski, principalmente no que concerne às noções de edição, montagem e fotografia.

Em 1964, o filme *A Hard Day's Night* constitui-se um antecedente próximo do videoclipe, principalmente pela articulação entre canção e edição, o sistema de fotomontagem, a mistura de elementos ficcionais e documentais, a fragmentação e o dinamismo. No fim dos anos 60, houve o desenvolvimento de um forte movimento artístico relacionado à possibilidade de captação da imagem proporcionado pelo *videotape*: o videoarte, que encontrou seguidores dispostos a promover experimentações e debates sobre o conceito de televisão comercial. A maioria deles era adepta da *Pop Art*⁸ e tinha ligações com artistas de vanguarda da época, principalmente ligados ao rock.

⁸ A “arte popular” surgiu nos Estados Unidos na década de 1960 e tem como fonte de criação o dia-a-dia das metrópoles, sugerindo a quebra de barreiras entre a arte e a vida comum. Utiliza recursos expressivos



Alguns videoclipes são fundamentais para compreender a dinâmica que os levaram ao formato que conhecemos hoje. *Bohemian Rhapsody*, do Queen, de 1975, é, segundo alguns estudiosos, o primeiro vídeo que pode ser denominado clipe. A sua importância está não apenas na estética, mas principalmente em seu uso como divulgador comercial, tendo sido lançado na televisão antes mesmo que a música fosse para as rádios. Outro vídeo essencial, dessa vez, pela inserção de uma trama interna, foi *Thriller*, de Michael Jackson. A superprodução foi filmada em estúdios e locações cinematográficas, reforçando o diálogo existente entre as mídias, e é, até hoje, o clipe mais vendido em *homevideo* da história.

A ficção também está presente em *Hello*, de Lionel Ritchie, mas o seu trunfo está no fato de, nesse caso, a duração do clipe ter ultrapassado o tempo da música, fornecendo maior autonomia aos diretores frente à canção. Em *Material Girl*, Madonna reproduz a clássica cena do musical *Diamonds Are Girl's Best Friends*, executada por Marilyn Monroe no filme *Os Homens Preferem as Louras*. Aparece aí, pela primeira vez, um recurso que é ainda hoje marca do videoclipe: a intertextualidade com o cinema. Já *Sledgehammer*, de Peter Gabriel, foi a primeira experiência com animação em videoclipes, deflagrando outra parceria bem sucedida. *Take On Me*, do A-Há, inovou com a linguagem híbrida entre animação e personagens de “carne e osso”. A estética rock pode considerar seu advento, com câmera trêmula e aspecto de obra por terminar, no clipe *I Love Rock'n'Roll*, de Joan Jet and The Blackhearts.

Os brasileiros também acrescentaram elementos à linguagem do videoclipe, principalmente no que tange à estética de documentário (também muito presente no cinema nacional) de *A Minha Alma*, do O Rappa, e *Diário de um Detento*, dos Racionais MC's. Em um campo oposto, com um ambiente artisticamente estilizado, o cineasta Wong Kar-Wai dirigiu o videoclipe *Six Days*, do DJ Shadow, trazendo contribuições preciosas, como a referencialidade sinestésica; maior liberdade em relação às regras de montagem e linearidade; o hibridismo e a utilização de referências universais. Finalmente, quando o videoclipe parecia já ter assumido uma lógica narrativa (mesmo que não cronologicamente ou visualmente linear), de sempre contar uma história no seu curto período de exibição, o clipe *Around The World*, do Daft Punk, subverte as regras e constrói um vídeo centrado unicamente nas imagens e na dança.

típicos aos dos meios de comunicação de massa, tendo como principais temas os símbolos e produtos industriais dirigidos às massas urbanas.



A partir dos anos 1990, a relação entre videoclipe e cinema tem-se tornado mais intensa, fazendo o caminho inverso do traçado até a consolidação da linguagem do videoclipe. Cada vez mais, é o clipe que se faz presente através de diretores que migraram de um meio para o outro (como Spike Jonze, Michel Gondry, David Fincher, Roman Coppola, dentre outros), responsáveis pela nova safra do cinema independente norte-americano. Ao mesmo tempo, surgem filmes que exploram a chamada *estética do videoclipe* ou *estética MTV*, a exemplo de *Corra, Lola, Corra*, *Clube da Luta*, *Amores Brutos*, *O Fabuloso Destino de Amélie Poulain* e *Cidade de Deus*.

Após todas as revoluções internas da linguagem do videoclipe, a revolução em andamento hoje é muito mais presente na forma de se assistir aos vídeos. Graças à velocidade da banda larga, sites como o *Youtube* surgem como espaço ideal tanto para o consumo quanto para a divulgação de vídeos. Exemplos bem sucedidos são os *blips* (pequenos vídeos de animação com duração de 30 segundos) utilizados pela banda Radiohead para promover o álbum *Kid A* em 2000, feitos especialmente para a transmissão via internet. Mais recentemente, o clipe de *Sheena is a Parasite*, dos The Horrors, produzido por Chris Cunningham, foi vetado na MTV (Music Television), devido à utilização de luzes estroboscópicas que podem induzir ataques epiléticos. Apesar disso, foi um dos maiores sucessos do *Youtube*. Fenômenos como esse fazem do site um ponto estratégico para a promoção de músicos. O maior exemplo é do grupo OK Go, de Chicago. Para promover um de seus álbuns, a banda lançou no site um vídeo para a música *Here It Goes Again* em julho de 2006, que, em pouco mais de um ano, já foi visto quase 26 milhões de vezes.

Estética do videoclipe: herdeira de Eisenstein

Romance Sentimentale pode não ser considerado por todos os estudiosos como o primeiro videoclipe, mas há o consenso de que este filme, cuja autoria foi negada por Eisenstein durante muitos anos, iniciou a linguagem experimental típica do clipe, principalmente na sua montagem inovadora, em que a estrutura narrativa clássica se encontrava substituída por uma sucessão de paisagens e enquadramentos abstratos, intermediados por procedimentos como o choque, a associação e a fusão de imagens e a subversão semântica, tudo ao som da canção tradicional russa *Sonata da Primavera*.

A estética do videoclipe é herdeira da montagem revolucionária feita pelo diretor russo, mas a profusão de imagens aparentemente desconexas em ritmo acelerado também é muito pertinente à época em que o meio se desenvolveu e se consolidou: a pós-modernidade. A relação com o período histórico citado começa já na própria



duração do clipe, geralmente menos de dez minutos. De acordo com SARLO (2004), as leis da televisão atual têm como pressuposto as maiores acumulação e repetição possíveis de imagens por unidade de tempo, organizadas em planos muito breves, de forma que a velocidade do meio torna-se superior à nossa capacidade de reter os conteúdos. LASH (apud FEATHERSTONE, 1995, p.102) também afirma a hegemonia da imagem no mundo contemporâneo, ao apontar a cultura pós-moderna como uma cultura figurada, que enfatiza mais o desejo (sob a forma de fetiche) do que o ego e as imagens mais do que as palavras. Para BAUDRILLARD,

a concentração, a densidade, a extensão inconsútil e abrangente da produção de imagens na sociedade contemporânea nos empurram para uma sociedade qualitativamente nova, o mundo simulacional ou a cultura pós-moderna, na qual se aboliu a distinção entre realidade e imagem, estetizando-se a vida cotidiana (apud FEATHERSTONE, 1995, p.100).

A aceleração dos ritmos do cotidiano, a invasão da tecnologia e a ampliação do papel da visão estão presentes na estética do videoclipe, em manifestações como o vídeo de *Hard to Explain*, dos Strokes, e mais ainda *Daft Punk is Playing at My House*, do LCD Soundsystem. Essa supervalorização da imagem exige uma maior sensibilidade da visão, que deve estar pronta para captar movimentos cada vez mais frenéticos, fazendo da era pós-moderna um período de verdadeira hegemonia do olhar. Nas palavras de SEVCENKO,

o [...] advento das técnicas eletro-eletrônicas reformulou esse contexto ao atribuir um novo papel ao olhar, não mais estático.[...], mas um olhar agora onipotente e onipresente, dinâmico, versátil, intrusivo, capaz de se desprender dos limites do tempo e do espaço (SEVCENKO, 2001, p.80).

Para alimentar toda a indústria do espetáculo que surge a partir do desenvolvimento do cinema, os produtores culturais buscam as imagens guardadas no reservatório sógnico da sociedade, principalmente no que diz respeito às referências artístico-culturais, a saber: a pintura, a literatura, o cinema, a música. O videoclipe, que já é um produto híbrido em sua constituição (pela junção das linguagens musical, visual e verbal), torna-se ainda mais impuro por ter nessas referências a diversos tempos



estilísticos sua maior fonte de inspiração, trabalhando com dois conceitos muito caros à pós-modernidade: paródia e pastiche.

Tanto um quanto o outro estão pautados na mímica (do grego *mimeses*: imitação) de aspectos de outros estilos, mas a paródia tende a resultar numa sátira – mesmo que esse não seja o objetivo principal de seu produtor –, o que não se percebe no pastiche. Vídeos como *Sabotage*, dos Beastie Boys (dirigido por Spike Jonze) e *I Believe in a Thing Called Love*, do The Darkness, são exemplos nítidos da paródia, pois constituem-se, respectivamente, em zombaria dos antigos seriados policiais norte-americanos e do estilo de música conhecido como *Hard Rock*. Já o pastiche é notabilizado por conter referências estilísticas, mas sem o senso de humor da paródia.

De acordo com JAMESON (1993, p.29), o pastiche é a paródia sem “aquele sentimento [...] de que existe algo normal, comparado ao qual aquilo que está sendo imitado é muito cômico” (aqui talvez valesse a pena ver outra passagem do texto de Jameson em que fica mais claro o conceito de pastiche). A evocação da fotografia típica do cinema *noir* no clipe *Linger*, da banda The Cranberries, e as múltiplas referências ao filme mudo *Viagem à Lua*, de George Mèliés, no vídeo de *Tonight Tonight*, dos Smashing Pumpkins, mostram que o pastiche está presente no videoclipe em diferentes graus de explicitude – às vezes, ele será facilmente percebido, em outras, a mistura de signos será tão grande que não será fácil descobrir a que eles fazem referência. MARTÍN-BARBERO (2006) explica que a febre de memória na época pós-moderna,

é a expressão da necessidade de ancoragem temporária de algumas sociedades cuja temporalidade é sacudida brutalmente pela revolução informacional que dissolve as coordenadas espaço-territoriais de nossas vidas. E no que se faz manifesta a transformação profunda da ‘estrutura de temporalidade’ que nos legou a modernidade: aquela que, diante da conservadora visão romântica, legitimou já desde o século XVIII a destruição do passado como lastro e fez da novidade a fonte única de legitimidade cultural (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 72).

O autor espanhol acredita que a grande valorização do passado que verificamos hoje ocorre devido ao período de grande ênfase no presente pelo qual acabamos de passar. De fato, ao mesmo tempo em que verificamos evocações constantes ao passado (principalmente o midiático), vivemos o que JAMESON (1993) chama de “presentes perpétuos”, que nos levam a ignorar o sentido da história. Entretanto, outra justificativa para o fato de os videoclipes e as artes, em geral, parecerem sempre mais ligados ao



passado do que ao presente é o que BAUMAN (1998) chama de *a impossibilidade da vanguarda*. Esse termo pode ser entendido em duas vertentes: a primeira é a de que tudo que havia para ser inventado no mundo das artes já o foi, por isso, as fontes têm que ser buscadas no passado (possibilidade com a qual a banda Franz Ferdinand brinca no clipe de *Do you want to?*); a segunda é a de que a arte perdeu sua capacidade de ser uma linha de frente para guiar a sociedade – de ver à frente –, para desvincular-se totalmente da realidade extra-artística, no sentido da sua atual ausência de preocupação, na maioria dos casos, em sugerir estratégias políticas para o progresso social. Nesse sentido, o videoclipe pode ser tido como uma das manifestações mais genuínas da arte pós-moderna, uma vez que ele não está preocupado (até por seu cunho nitidamente comercial que, em outros tempos, seria um empecilho para afirmar sua natureza artística) em apontar um caminho, e sim, apenas em mostrar imagens e significados, pois, como diz BAUMAN (1998), referindo-se à arte pós-moderna,

as imagens não representam, mas simulam – e a ‘simulação se refere ao mundo sem referência, de que toda referência desapareceu’. A arte cria não exatamente as imagens, mas também seus significados: ‘ela dá um significado ou um sentido de identidade a algo que não é significativo, que não tem nenhuma identidade’(cita Baudrillard) (BAUMAN, 1998, p.135).

Na pós-modernidade, a imagem readquire o seu potencial de produtora de significados, passando, segundo MARTÍN-BARBERO (2006), do paradigma sensório-motriz ao sensório-simbólico. Nesse sentido, ela não é mais vazia, apesar de sua quantidade e rapidez nos conduzirem a vê-la como tal. O videoclipe, que tem, como já foi exposto aqui, na imagem um de seus alicerces, senão o seu alicerce fundamental, não escapa a essa nova lógica. Na atualidade, podemos dizer que ele é o gênero mais intrinsecamente pós-moderno. Para CANCLINI (2006), o videoclipe é um elemento da contemporaneidade que presentifica a hibridização cultural, abolindo as fronteiras entre o erudito, o popular e o massivo e criando o que o estudioso chama de intergênero (mescla de música, imagem e texto) transtemporal (reúne melodias e imagens de várias épocas). Ainda segundo ele, o videoclipe, ao realizar essa hibridização, retoma aquilo que já haviam feito Magritte e Duchamp, mas para os públicos massivos. Assim, podemos dizer que,

Canclini dessencializa tanto a idéia de uma tradição autogerada, construída por camadas populares, quanto a noção de arte pura ou de arte erudita. A linguagem paródica, acelerada e descontínua do videoclipe representa a desconstrução das ordens habituais, evidenciando as rupturas e justaposições entre aquelas duas noções tradicionais de cultura (BARBOSA e GAGLIETTI, 2007).

Essa nova forma de leitura estabelecida pela imagem, com grandes contribuições do videoclipe, que rompe com a estrutura linear, produzindo discursos fragmentados e passíveis de serem reorganizáveis como os trechos de um livro de Cortázar, devolve à imagem a capacidade de comunicar, “de significar as mais profundas transformações da época que experimenta nossa sociedade” (MARTÍN-BARBERO, 2006). Ou seja, de narrar. E como toda narrativa não está isenta do olhar subjetivo do seu narrador, partimos para o segundo estágio deste artigo. Do nível das abstrações para o das manifestações concretas, analisando como um narrador em particular conta essa história já contada por tantos. Pois, já dizia BENJAMIN (1986, p.205), que “se imprime na narrativa a marca do narrador, como a mão do oleiro na argila do vaso”.

Os videoclipes de Michel Gondry: espelhos da pós-modernidade

O videoclipe, como produto cultural da pós-modernidade, pode ser analisado em suas diversas representações. Para ilustrar este artigo, escolhemos cinco videoclipes: *Star Guitar* da dupla inglesa Chemical Brothers, *Around the World* da banda francesa Daft Punk, *Fell in Love with a Girl* do duo norte-americano White Stripes, *Protection* da banda inglesa Massive Attack e *Walkie Talkie Man* do Steriogram, todos dirigidos pelo cineasta francês Michel Gondry.

A escolha de Michel Gondry foi motivada pela sua notória habilidade em dirigir grandes videoclipes. Nascido em oito de maio de 1963, em Versalhes, França, Gondry começou a carreira produzindo spots de TV e pequenos anúncios publicitários. Em 1987, estreou na direção de videoclipes com *Junior Et Sa Voix D'Or* da banda francesa Oui Oui, da qual era baterista. Desde então, Gondry já dirigiu mais de setenta videoclipes e dois filmes: *A Natureza quase Humana* (2001) e *Brilho Eterno de Uma Mente Sem Lembranças* (2004). Este último lhe rendeu o Oscar de Melhor Roteiro Original em 2005, como co-roteirista.

O mais impressionante em Michel Gondry, contudo, não é o ritmo de seu trabalho. É a qualidade. A cada novo vídeo, ele revela uma inegável destreza para manipular a técnica do videoclipe. O jornalista e professor Thiago Soares aponta o videoclipe

Around the World do Daft Punk, dirigido por Gondry, como um dos dez clipes mais importantes da história no livro *Videoclipe – Um elogio à desarmonia*. Tanta relevância e influência nos levou a escolher cinco de seus clipes para ilustrar este artigo. Vejamos agora o que cada um deles possui de importante para a nossa análise.

Como já foi dito no capítulo anterior, o videoclipe é um gênero intrinsecamente pós-moderno, pois presentifica a hibridização cultural (através do rompimento das barreiras entre o erudito, o popular e o massivo), configurando-se como um intergênero transtemporal. Cabe ainda dizer que o videoclipe é, por essência, um produto da indústria cultural, cuja finalidade é promover uma música. Logo, o clipe estará sempre atrelado a uma faixa musical e sua estrutura será composta obrigatoriamente pela tensão entre música e imagem. Desta articulação nasce a característica maior do videoclipe, que é tentar musicalizar a imagem e visualizar a música.

Se levarmos esta máxima em consideração, veremos que é exatamente isso que Michel Gondry faz no vídeo de *Star Guitar*, do Chemical Brothers. A velocidade do trem na qual imaginamos estar (graças a uma câmera subjetiva, sempre estática) varia de acordo com o ritmo da música. Quando a batida acelera, o trem também acelera, e o fluxo de imagens fica mais intenso. Vemos então ícones da sociedade contemporânea pós-industrial: torres, prédios e fábricas quase sempre vazias.

Quando a música desacelera, e ganha como acompanhamento um coro arrojado (em contraponto à batida eletrônica), o trem também fica mais lento e vemos construções tradicionais e prédios clássicos. A partir de então, Gondry mescla todos os elementos que havia nos apresentado: as construções antigas são cortadas pelo trem que passa do lado, no sentido contrário, e a música acelera e desacelera de forma descompassada. A viagem continua, a noite passa rápido, como num piscar de olhos, e o dia nasce outra vez, de forma quase imperceptível.

O que vemos através da janela é, na verdade, uma porção de imagens que se repetem progressivamente. Há em *Star Guitar* uma incômoda sensação de *déjà vu*. Não sabemos se todos os lugares pelos quais passamos são iguais, ou se o tempo da viagem foi tão fugaz a ponto dos dias parecerem idênticos. A fluidez do tempo e do espaço deveria nos levar a novos destinos, mas, em vez disso, o que vemos durante a viagem é repetitivo. Michel Gondry personifica essa sensação de *déjà vu* com um simples jogo de montagem: imagem e música sincronizados, cortes precisos e uma câmera que nunca se movimenta e ao mesmo tempo nunca pára.

Se *Star Guitar* usa a premissa básica do videoclipe (música e imagem em sincronia) para dar vida ao mundo contemporâneo, *Around the World* subverte um elemento básico do universo do videoclipe: a dança. Gondry rompe com a antiga preocupação de narrar uma história no videoclipe. Dizer que *Around the World* não possui preocupações extra-artísticas seria ignorar a sua natureza comercial, mas é inegável que o clipe não é nada mais do que uma dúzia de personagens sem conexão entre si dançando sobre um palco multicolorido. Gondry ainda ironiza os videoclipes complexamente coreografados ao apresentar múmias e nadadoras executando movimentos robóticos.

Com suas luzes hipnotizantes e dançarinos mecânicos, *Around the World* joga com os sentidos do espectador: cada personagem representa um instrumento da música e suas coreografias ganham destaque à medida que o instrumento se sobressai na música. É pura sinestesia: o que vemos na verdade é o que ouvimos, e vice-versa. É uma experiência sensorial instigante e descartável, uma manifestação pós-moderna típica. Quando *Around the World* termina, o som e as cores ficam impregnados em nossa cabeça, mas não há história, não há mensagem ou vínculo com a realidade: somente contemplação.

Transpor para o videoclipe o modelo de enlace e desenlace (ou do agir e sofrer) das narrativas tradicionais do cinema e da tv é uma operação fadada ao insucesso. A música popular massiva, por exemplo, não tem um desenvolvimento linear, mas opera pela reiteração. Além disso, a forma de contar uma história no videoclipe não segue os paradigmas já naturalizados pela arte cinematográfica, uma vez que as letras das canções e a edição de imagens, em alguns casos, não embaralham, simplesmente, a seqüência início-meio-fim, mas chegam a ignorá-la (GOODWIN, 1992, p.85).

Sinestesia também é a palavra chave em *Fell in love with a girl*, do White Stripes. Novamente, não há uma história, e sim um emaranhado de imagens e situações que exprimem os sentimentos inerentes à música (no caso, as inseguranças de um rapaz apaixonado). Tudo isso a partir de uma mesma técnica: o *stop motion*⁹ com peças de

⁹ Stop Motion é a técnica de animação na qual o animador trabalha fotografando objetos, fotograma por fotograma, ou seja, quadro a quadro. Entre um fotograma e outro, o animador muda um pouco a posição dos objetos. Quando o filme é projetado a 24 fotogramas por segundo, temos a ilusão de que os objetos estão se movimentando.



*lego*¹⁰. Produzido em 2002, *Fell in love with a girl* já é um clipe histórico graças à aposta ousada de Gondry, que filmou quadro a quadro os bonecos de lego. Se, por um lado, o vídeo é inovador na técnica, na composição de cores é extremamente simples. O diretor utiliza somente cores primárias (com exceção do branco e do preto, que são neutros), para prender a atenção do espectador. Vemos novamente uma quebra no que diz respeito à narrativa típica do videoclipe e esteticamente acompanhamos uma mistura ousada de cores (simples) e técnica (complexa).

Michel Gondry sabe que o produto cultural contemporâneo é uma colagem de tendências estéticas e diferentes técnicas, e por isso, não hesita em promover misturas inusitadas. Em *Walkie Talkie Man* do Steriogram, ele mistura seres humanos com animação produzida em fios de lã. Novamente, ele recorre ao *stop motion* para colocar seus personagens no ritmo acelerado da música. O clipe é, ao mesmo tempo, uma retomada e uma quebra total dos preceitos tradicionais do videoclipe: se por um lado, há articulação sonora e imagética entre os elementos, não há um fio narrativo condutor. As imagens não possuem ligação lógica entre si. Mas há uma coerência inexplicável com o que ouvimos, o que por si só já é o suficiente para fazer do vídeo um sucesso. Não foi à toa que o clipe tornou os australianos do Steriogram conhecidos mundialmente.

As percepções sonora e visual são de natureza muito mais díspares do que se imagina. Se não se tem senão uma ligeira estranheza disso é porque, no contrato audiovisual, estas percepções se influenciam mutuamente e emprestam uma a outra, por contaminação ou projeção, suas propriedades respectivas (CHION, 1990, p. 20).

Se *Fell in love with a girl* e *Walkie Talkie Man* são produtos pós-modernos exemplares pela rapidez e intenso fluxo sinestésico, *Protection*, do Massive Attack, é emblemático pela iconografia. A canção melancólica da banda inglesa é ponto de partida para uma câmera vagarosa que passeia de janela em janela em um prédio residencial. Se o exercício de voyeurismo por si só já é um reflexo do fetiche contemporâneo do olhar, a câmera ainda parece perdida, sem foco. Em sua viagem pela janela alheia, o que vemos são ícones contemporâneos (produtos industrializados) que visivelmente só tornam a rotina do homem mais infeliz. Não por acaso, não há sorrisos

¹⁰ É um sistema de brinquedos cujo conceito se baseia em partes que se encaixam permitindo inúmeras combinações.



em *Protection*. Só tédio e alienação. Gondry faz referência à Pop Art na composição dos cenários e ironicamente coloca a mercadoria no centro da produção artística.

Considerações Finais

Temos na obra de Michel Gondry, portanto, videoclipes que expressam claramente as mais variadas características do produto cultural contemporâneo. O videoclipe, como gênero, nada mais é senão uma forma de narrar o mundo em que vivemos. Essa narrativa se encontra em sua própria essência (comercial), na sua linguagem (mista, fragmentada) e, por vezes, em seu conteúdo, como é o caso dos clipes aqui analisados.

E essa forma de narrar o mundo, mais ainda, o mundo contemporâneo, apresenta-se como um espaço de experimentação e descoberta, caracterizando-se principalmente como uma forma não-narrativa, não-linear de narração, em que

o que importa é menos a intenção de se contar uma história e mais o desejo de se passar uma overdose de sensações, através de informações não-relacionadas, acompanhando sons – o ritmo das imagens” (SALLES JR apud MACHADO, 1985, p.48).

O videoclipe como produto, mas, ao mesmo tempo, como tradutor do que é a pós-modernidade.



REFERÊNCIAS

BARBOSA, M. H. S. e GAGLIETTI, M. **A questão da hibridação cultural em Néstor García Canclini**. Disponível em:

<http://200.204.77.119/multevento/intercom/2007/sul/cdrom/cd/resumos/R0585-1.pdf>. Acesso em: 30/ 11/ 2007.

BAUMAN, Z. Individualidade. In: BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.

BENJAMIN, W. O Narrador. In: **Magia e técnica, arte e política – ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

CANCLINI, N. G. **Culturas híbridas**. São Paulo: Edusp, 2006.

CARVALHO, C. de O. **Narrativa em videoclipe, articulação entre música e imagem**. Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Facom/ UFBA.

CHION, M. **La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido**. Traducción de Antonio López Ruiz. Buenos Aires: Ediciones Paidós, 1990.

COSTA, J. P. da. **Uma breve (e modesta) história do videoclipe**. Disponível em: <http://www.aspirinab.com/>. Acesso em: 17/11/2007

FEATHERSTONE, M.. A Estetização da Vida Cotidiana. In: FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

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

JAMESON, F. O Pós-modernismo e a Sociedade de Consumo. In: KAPLAN, A. (org.) **O mal-estar no pós modernismo: teorias e práticas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1993.

MACHADO, A. **A Arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1997.

MARTÍN-BARBERO, J. Tecnicidades, Identidades, Alteridades: Mudanças e Opacidades da Comunicação no Novo Século. In: MORAES, D. de (org). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.



OLIVEIRA, I. **A Linguagem do vídeo-clip**. Disponível em: [http:// www.mitologica.com.br/](http://www.mitologica.com.br/). Acesso em: 17/11/2007

SARLO, B. O Sonho acordado. In: SARLO, B. **Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

SEVCENKO, N. Máquinas, massas, percepções e mentes. In: SEVCENKO, N. **A corrida para o século XXI: no loop da montanha-russa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

SOARES, T. **Videoclipe, o elogio da desarmonia: hibridismo, transtemporalidade e neobarroco em espaços de negociação**. Disponível em: <http://www.reposcom.portcom.intercom.org.br/>. Acesso em: 24/11/2007

VASCONCELOS, P. A. **Multiculturalismo e imaginário: uma leitura do videoclipe Sangue de Bairro, Chico Science e Nação Zumbi – 1998**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/>. Acesso em: 17/11/2007

_____. **Videoclipe**. Disponível em: <http://www.wikipedia.org/>. Acesso em: 15/11/2007

_____. **Breve história do Videoclipe: As dez produções mais influentes segundo o professor Thiago Soares**. Disponível em: <http://www.manguetronic.com.br/>. Acesso em: 17/11/2007