

FÁBIO LONARDONI

A LINGUAGEM MTV E O CINEMA

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANA

CURITIBA - 2005

FÁBIO LONARDONI

A LINGUAGEM MTV E O CINEMA

Monografia de conclusão do curso de
especialização em cinema da
Universidade Tuiuti do Paraná

Orientador: I. A. Salgado

**CURITIBA
2005**

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	03
1 A LINGUAGEM DO CINEMA.....	06
2. A MONTAGEM CINEMATOGRAFICA.....	08
3. A ESTÉTICA DO CINEMA	11
4. O REPERTÓRIO CINEMATOGRAFICO.....	13
5. VIDEOCLIFE.....	15
5.1 VIDEOCLIFE – LINGUAGEM E SUPORTES.....	17
6. TEXTUALIDADE VIDEOGRAFICA.....	19
8. LINGUAGEM MTV.....	22
8.1 A MONTAGEM NO VIDEOCLIFE E SUA INFLUÊNCIA NO CINEMA.....	22
8.2 CONSTITUINTES DA LINGUAGEM DO VIDEOCLIFE.....	24
8.3 A INFLUÊNCIA DO ESTILO MTV NA MONTAGEM CINEMATOGRAFICA.....	26
8.4 O CURTA METRAGEM E A LINGUAGEM MTV.....	28
CONCLUSÃO	31
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	33

INTRODUÇÃO

Com o surgimento da energia elétrica se constituiu um grande “patrono” para permitir suportes que produzem tantos produtos, tendo-a como moldura. O poder de movimento e de deslocamento que a energia elétrica permitiu alterou toda uma mecânica de produção das mais variadas expressões sejam elas: lingüísticas, sonoras ou imagéticas. A imprensa, principalmente, sofreu suas conseqüências, tendo por decorrência a quase obrigatoriedade de convívio com o casamento texto-palavra com o texto-imagem.

De um discurso imagético que já desafiava uma sintaxe mais simples, se é que assim podemos chamar, da imagem fotográfica no seu estático de forma e cores, extrapola-se agora para uma movimentação dessas formas, associada entre outros, ao implemento do cromatismo que se apresenta com uma dinâmica. E então aparece o cinematógrafo.

O cinema vai permitir a popularização da imagem em movimento no sentido de que sua produção proporcionava a oportunidade de construções expressivas que se aproximassem da realidade cotidiana. Se socialmente a elite efetivamente consumia o diálogo palavra / imagem, o cinema veio dar dinamicidade a esse duplo, movimentando-os.

Com a introdução da televisão, aproveitam-se as explorações cinematográficas dentro do campo musical, por outro lado, a indústria fonográfica, detectando o poder televisivo, investe nesta mídia para aglutinar um elemento de visualidade à música. Some-se a isso, o surgimento de técnicas de gravação, caso do videotape, numa estratégia de identificação entre os receptores do espetáculo e os receptores televisivos. Essa cultura de espetáculos vai originar o aparecimento do videoclipe, principalmente como procedimento de marketing da indústria fonográfica.

O grande investimento no experimento que a publicidade patrocinou fez dessa expressão uma das mais promissoras vias de sedução para objetos que já não são exclusivos da produção industrial; a junção da comunicação social e do marketing se serve agora de expressões culturais cujos significados de base constroem identidades como direcionam modos de organização social, destacadamente no grupo de jovens e crianças.

O intuito deste trabalho é, portanto, observar o videoclipe na sua estrutura discursiva, mediada por um hibridismo de linguagens quanto aos seus suportes, que são variados, transitando de formas sígnicas como o lingüístico, o sonoro e o imagético, à sua produção de sentidos. Ao mesmo tempo, e em decorrência deste aprimoramento, vislumbrar o videoclipe como expressão do multiculturalismo e imaginário social.

1. A LINGUAGEM DO CINEMA

O cinema como arte criou sua própria linguagem e se firmou como a arte do séc. XX – a arte do homem moderno. Nenhum meio artístico, atualmente, reflete tão claramente este homem e sua compreensão estética de ver o mundo, como já considerava Walter Benjamim que afirmava que nada revela mais claramente as violentas tensões do nosso tempo que o fato de que essa dominante tátil prevalece no próprio universo da ótica. É justamente o que acontece no cinema, através do choque de suas sequências de imagens. O cinema se revela assim, também desse ponto de vista, o objeto atualmente mais importante daquela ciência da percepção que os gregos chamavam de estética (BENJAMIN, 1983).

Da estrutura teatral à representação literária, o cinema buscou bases para a criação de uma linguagem visual nunca antes confrontada com o espectador contemporâneo: a linguagem do movimento. Gênios como Griffith e Eisenstein contribuíram para a formação da linguagem cinematográfica, já demonstrando o que caracterizaria o futuro da teoria da sétima arte: um conflito de idéias quanto à representação e interpretação de sua imagem.

Os primeiros teóricos do cinema tinham especial interesse nas teorias sobre a linguagem cinematográfica com o intuito de apurar que efeitos as obras poderiam causar sobre o público e, principalmente, que elementos contidos na obra resultariam em reações mais favoráveis por parte dos apreciadores do “cinematógrafo”. Esses estudos deram abertura para muitas escolas e vertentes, que geram assim, uma variada gama de discursos, além de organizar a discussão sobre os componentes que estruturam o processo cinematográfico,

O russo Sergei Eisenstein está entre os poucos desbravadores da teoria do cinema que tiveram a coragem de ir mais a fundo em suas investigações. E ele é o que obteve maior êxito. Sua contribuição sobre estudos sobre o ritmo fílmico

trouxe grandes avanços à cinematografia, em especial a partir de sua teoria sobre a montagem.

Christian Metz, em *Cinema, Estudos de Semiótica* cita: “Louis Hjelmslev observa que a lingüística tem como objetivo específico a língua e como objeto estudado a linguagem no sentido próprio.” Assim, a linguagem cinematográfica, tem como valor convencional e designa, na realidade, a semiótica cinematográfica.” Tais reflexões levam à constatação de que a linguagem do cinema está relacionada a outras linguagens, remetendo a uma citação de MCLUHAN (1979, p.320), que o cinema, “sendo uma forma de expressão não-verbal, como a fotografia, é uma forma de expressão sem sintaxe. No entanto, como a impressão e a fotografia, o cinema pressupõe um alto índice de cultura escrita em seus apreciadores, ao mesmo tempo em que intriga os analfabetos ou não-letrados.” (COVALESKI, 2003)

A linguagem do cinema induz o espectador a consumir um produto intangível, porém carregado de significados e simbolismos, os sonhos, que a indústria e o capitalismo transformaram em bens de consumo. Modas, valores, padrões; tudo podendo ser oferecido ao público através dos artifícios que a obra fílmica suporta. Na visão de McLuhan, “não é por acaso que o cinema se caracterizou como o meio que oferece, aos pobres, papéis de riqueza e poder que superam os sonhos da avareza.”

2. A MONTAGEM CINEMATOGRAFICA

A montagem cinematográfica pode ser compreendida como um procedimento de organização do conjunto de cenas, seqüências e planos que formam o filme, segundo uma ordem pré-determinada em seu roteiro.

A montagem ocupa um papel importante dentro do processo fílmico de realização de uma obra cinematográfica, e algum tempo atrás, chegou a ser considerada fator-chave da construção do discurso e da narrativa de um filme. Diferente das montagens mais próximas de nosso cotidiano, as da *videosfera*, como batizou Arlindo Machado, onde existem em três níveis, a saber: montagem do programa, montagem da programação e entre *breaks* e a montagem do telespectador, com seu controle remoto; a montagem no cinema tem, historicamente, outra conotação. (COVALESKI, 2003)

Segundo BAZIN, a realidade perceptiva é igual a realidade espacial. A montagem deve preservar a autonomia dos objetos e a ambigüidade do espaço real. A solução encontrada por BAZIN está na adoção das técnicas do plano geral, do re-enquadramento e principalmente da profundidade de campo. Estas sancionam não apenas uma unidade de lugar e de ação, mas uma ambigüidade potencialmente rica de significados. Particularmente no caso da profundidade de campo, BAZIN considera uma aquisição capital para o cinema, “um progresso dialético na história da linguagem cinematográfica” cuja obra de Orson Welles é exemplar.

EISENSTEIN, mestre na montagem cinematográfica, deixou-nos mais do que seus filmes. Ele deixa nos seus escritos toda uma teoria sobre a produção de filmes e deixa evidente o potencial a ser explorado através da montagem. De acordo com EISENSTEIN, dois pedaços de filme de qualquer tipo, colocados juntos, inevitavelmente criam um novo conceito, uma nova qualidade, que surge da justaposição. (EISENSTEIN, 1990)

EISENSTEIN estabelece uma diferenciação entre “imagem” e “representação” em seus livros. A representação estaria relacionada ao fragmento, enquanto que a imagem se relaciona ao todo resultante da montagem. Cada fragmento de montagem já não existe mais como algo não relacionado, mas como uma dada representação particular do tema geral, que penetra igualmente todos os fotogramas. A justaposição desses detalhes parciais em uma dada estrutura de montagem cria e faz surgir aquela qualidade geral em que cada detalhe teve participação e que reúne todos os detalhes num todo. (EISENSTEIN, 1990)

A montagem, além de um recurso técnico, propõe uma seleção sintática dos elementos constituintes da narrativa fílmica e busca estabelecer uma relação entre as partes do filme. Ela sugere uma relação semântica, para fins de avaliação e retenção da mensagem por parte do público receptor. Atua com eficácia na construção do sentido. A absorção do receptor se relaciona com a forma como a história é contada. De acordo com SAES (2000), “sabe-se que a ordem de apresentação das cenas e seqüências é determinante para a criação de estados de ânimo no espectador”. Existe uma inter-relação entre as narrativas cinematográficas e as triviais, quando a seqüência em que os fatos são apresentados, geram reações, percepções e intenções distintas sobre o interlocutor. (COVALESKI, 2003)

Benjamin entende o cinema como linguagem do fragmentário e dos ritmos irregulares, ele tem a percepção de que, diante do filme, o espectador trafega por novos territórios de sensibilidade estética e visual. De acordo com o autor, A realização de um filme, principalmente de um filme sonoro, oferece um espetáculo jamais visto em outras épocas. Não existe, durante a filmagem, um único ponto de observação que nos permite excluir do nosso campo visual as câmaras, os aparelhos de iluminação, os assistentes e outros objetos alheios à cena. Essa exclusão somente seria possível se a pupila do observador coincidissem com a objetiva do aparelho, que muitas vezes quase chega a tocar o corpo do intérprete.

A natureza ilusionística do cinema está no resultado da montagem. (BENJAMIN, 1983)

CHARNEY (2001) destaca o pensamento de Walter Benjamin acerca do tema, que compreendia como elementos interdependentes, o instante e o fragmento. Benjamin propôs um paradigma fragmentário, o da montagem aludindo ao cinema a fim de expressar a priorização do instante, como elemento constitutivo da experiência moderna. As analogias dentro da teoria do cinema são comuns, sobretudo junto a autores do período inicial da indústria cinematográfica.

Se na história da técnica a montagem cinematográfica conhece poucas variações, para a história das imagens, ela é um ato fundador do cinema. Podemos dizer que a montagem se caracteriza como um dos aspectos primordiais para o cinema atingir a sua essência. Ela foi involuntária de início e sistematizada ao longo do tempo. A mobilidade da câmera com sua dissociação do projetor e a montagem trazem a grande “novidade” do cinema, “revertendo o plano cinematográfico de uma categoria espacial para um devir temporal”, como aponta DELEUZE (1981)

Mesmo no início do cinema, quando se “pula” de uma imagem a outra sempre se fez às custas de um pequeno trauma visual. As mudanças bruscas assistidas na tela devem ter sido vividas como uma verdadeira agressão, “uma monstruosidade ocular”.

A montagem cinematográfica é assim uma das maiores violências feitas ao olho humano. Mesmo se o público do início do século já está acostumado às imagens em grandes dimensões, o que agride os espectadores é o disparate espacial da sucessão de imagens. A montagem deve ser considerada não em relação à sua fragmentação, mas sim em relação à determinação de um conjunto de imagens, a um corpo contínuo e não a seus fragmentos, ou ao evento como afirma Bazin. “É preciso que o todo seja o primeiro, de uma certa forma que ele seja pressuposto”.

3. A ESTÉTICA DO CINEMA

Em estudos fílmicos ou sobre teoria cinematográfica, correntemente são utilizadas terminologias que possuem empregos diferenciados dependendo do ponto de vista autoral. Estética, por exemplo, pode ser bem referida como uma teoria de interpretação pessoal e intuitiva ou também como uma análise de aspectos “palpáveis” e literais de uma obra.

A dimensão estética do filme é o centro constante de indagações teóricas e poéticas acerca da experiência cinematográfica. Aparece sistematizada, pela primeira vez, por Pudovkin, Eisenstein e Vertov na Moscou do início do século. As investigações desses cineastas, na órbita do que ficou mundialmente conhecido como "Laboratório Experimental de Kulechov", já esboçava, ainda que de forma intuitiva, as qualidades sensíveis inerentes à presença do espectador no ambiente de projeção de imagens. No Brasil, sem a mesma publicidade, já se tinha notícia de filmes que enfatizavam esta dimensão estética. Os irmãos Segreto, recém chegados ao Brasil em 1898, filmaram a Baía de Guanabara do navio que os trazia da França. O inusitado do registro estava na impressão de enjôo provocada naqueles que assistiram ao filme e que, apesar de imóveis, sentiram-se em um espaço oscilante. De acordo com COSTA (2002, p.86), “o conhecimento é o resultado de processos mentais que vão modificando a imagem – síntese da relação que mantemos com dado fenômeno – até transformá-la em uma idéia que, além dos dados dos sentidos, envolve valores, afetividade e a relação da nova experiência com imagens anteriores armazenadas em nossa memória”.

André Bazin teorizou que a problemática estética do cinema, a partir da constatação do caráter mecânico da reprodução, é a ausência de uma intervenção por parte da interpretante e a deformação causada pela projeção. É importante dizer que a teoria estética do cinema provocou um choque no tradicional sistema de se ver e de se tratar a arte em geral, e a *impressão da realidade* que produz o dispositivo cinematográfico junto ao seu espectador é a essência de toda a discussão estética.

De acordo com COVALESKI, a maior concentração de estudos sobre o tema está mais relacionada às reflexões sobre linguagem do que sobre as interferências sobre a obra de arte gerada em si, fruto talvez do surgimento da semiótica dentro da lingüística. Mas para ao menos ser traçado um panorama de como os aspectos estéticos se apresentam, dentro da obra fílmica, cabe apresentar a categorização dos elementos que constituem a manifestação estética no cinema. Tais manifestações se dão sob várias formas, ora icônicas, ora fônicas, ora gráficas, ora óticas, ora sonoras, ora auditivas.

Segundo PLAZA (2000), a evolução de padrões estéticos dentro do cinema também se relaciona com a evolução e o surgimento de novas manifestações artísticas e de novas tecnologias da comunicação. Ainda conforme Plaza, houve também, no decorrer do século XX, um deslocamento das funções instauradoras (a poética do artista) para funções da sensibilidade receptora (estética), o que produz no meio artístico uma grande confusão conceitual, caracterizada pela mistura e hibridação de gêneros, poéticas e atitudes artísticas. Na visão de Denize Araujo, em um estudo sobre hibridação, talvez tenha surgido uma estética da hipervenção a partir da tentativa de definir e nomear uma estética que pudesse explicar as interfaces arte-tecnologia, ou que ao menos pudesse sugerir novas leituras.

A alguns autores, a questão estética é tratada como uma espécie de fetiche cinematográfico, em que a adoração e a veneração de determinados elementos constituintes da narrativa, do cenário, do figurino ou da própria performance cênica do ator, simbolizam objeto de culto, estabelecendo um valor *icônico* a este. Da criação de mitos do cinema ao lançamento de moda, passando pelo *merchandising* institucionalizado, a estética cinematográfica contribui na formação e evolução de comportamentos fetichistas por parte da sociedade, ávida por novas divindades a cultuar e por novos sonhos de consumo.

4. O REPERTÓRIO CINEMATOGRAFICO

A recepção que cada público dá à mensagem a que está exposto, gera uma construção de significação própria em cada indivíduo, a partir da atividade cognitiva que todo receptor possui. Essa atividade atua sobre uma base de índices e códigos que são identificados na mensagem. Mas, além de eventuais operações de ordem cognitiva, há também traços de referências culturais e sociais com os quais o indivíduo tenha se relacionado. (COVALESKI, 2003)

De acordo com PIGNATARI (2002, p.94), “o repertório está indissoluvelmente ligado à linguagem. E muitos são os códigos, cada qual possibilitando informações que lhe são exclusivas”. O ato de incorporar temas ou figuras de um discurso, como que agregando repertório a uma coleção de conhecimento, é chamado de interdiscursividade. A utilização dos elementos incorporados dentro de um novo discurso, pode ocorrer através da repetição de idéias – citação – ou da referência a temas ou figuras para contextualização – alusão. Conforme FIORIN (1994), “a alteridade é uma dimensão constitutiva do sentido. Não há identidade discursiva sem a presença do outro.”

Com o aparecimento da primeira arte industrial autônoma, o cinema – consequência histórica da arte fotográfica – os limites da arte começam a romper-se, num processo que perdura até nossos dias, com o desenvolvimento do desenho industrial e com a cultura de massas veiculada através do *mass media*: jornais, revistas, rádio, cinema, televisão, processo de gravação sonora. (PIGNATARI 2002, p.84)

Diante da vastidão de conhecimento que o cinema proporciona, é natural que sirva como fonte de consulta para construção de novos discursos ou como ponto de partida para a realização de novas obras. Para METZ (1980), a interferência em figuras significantes de uma obra, seja por empréstimo, decalque, imitação ou adaptação, é uma situação que constitui uma regra e não uma exceção: “algumas

configurações que mais evidentemente pareceriam cinematográficas reaparecem nos desenhos animados, ou em literatura (como a "montagem alternada" nos romances de Faulkner); alguns dos efeitos plásticos que pareciam mais ligados à arte pictórica foram retomados pelos filmes expressionistas alemães ou suecos."

5. VIDEOCLÍPE

O videoclipe é um produto da indústria cultural surgido no final dos anos 70, que consegue reunir o som e a imagem, e é utilizado como veículo de divulgação de uma música pela indústria fonográfica. Primeiramente, o videoclipe era apenas uma ilustração da apresentação ao vivo de uma determinada música. Embora estes primeiros videoclipes fossem exibidos pelas redes de televisão, eles não eram produzidos especialmente para tanto, isto é, não havia uma produção específica para a realização do videoclipe, era apenas a filmagem do show.

Já nos anos 80, com o surgimento de uma emissora especializada na transmissão de videoclipes 24 horas por dia – a MTV (Music Television), que entra no ar nos EUA em 1981 – o videoclipe se transforma completamente: surgem os primeiros vídeos com “histórias” que retratam o que diz a música, e começam a ser utilizados recursos tecnológicos para a finalização dos clipes. Ainda na década de 80, grandes investimentos são aplicados nos videoclipes, agora já reconhecidos como principal meio de promoção e divulgação na música de consumo – em especial da música pop.

Por associar música, imagem e montagem no encadeamento de imagens, o videoclipe acabou se transformando num poderoso instrumental de divulgação de artistas da música pop. A popularização do videoclipe deu-se, sobretudo, nos anos 80 através da criação da MTV, como dito anteriormente. A própria nomenclatura que define o videoclipe já nos apresenta uma característica: a idéia de velocidade, de estruturas enxutas.

A princípio, o clipe foi chamado simplesmente de número musical. Depois, receberia o nome de *promo*, numa alusão direta à palavra “promocional”. Só a partir dos anos 80, chegaria finalmente o termo videoclipe. Clipe, que significa

recorte (de jornal, revista, por exemplo), pinça ou grampo, enfoca justamente o lado comercial deste audiovisual.

Ficou delineada uma primeira característica do videoclipe: a noção de recorte, pinça ou grampo. As imagens que ilustram o videoclipe são “amostras para venda”, portanto, devem ter rápido “prazo de validade”. Consumir logo antes que estrague, parece ser a norma. Além deste princípio, o de possuir imagens rápidas e instantâneas, o videoclipe pode ser caracterizado por uma noção de ritmo. O ritmo das imagens. Em alguns momentos, o que vai se destacar no videoclipe não é especificamente sua natureza fotográfica (imagética), mas sim, uma relação de grafismo visual e rítmico.

Atualmente o videoclipe já está consolidado como uma das principais formas de divulgação na música pop, lançado, além da música, uma moda e uma linguagem características, associadas à pós-modernidade. Para aperfeiçoamento desta “estética” do videoclipe, cada vez mais recursos tecnológicos avançados são utilizados. Inicialmente visto como um meio para vender discos, os videoclipes capturaram o público jovem que procurava estímulo visual rápido e evocativo apresentado como pano de fundo para a apresentação aural de uma música simples ou uma série de músicas.

Postulamos o videoclipe como um fenômeno tipicamente pós-Pop Art, mesclando experiências cotidianas e formas artísticas. Ao unir inúmeras ferramentas que poderiam se contrapor ou se “chocar”, notamos que o videoclipe aponta o desejo por uma estética, talvez, galgada no êxtase da superficialidade, remontando-nos a uma espécie de cultura do escombo, da ruína e do desperdício, propondo, de acordo com CALABRESE, um prazer através da série, da repetição, do gozo desta série e do mesmo. O mais do mesmo. É por isso que uma teoria científica que diz respeito a fenômenos de flutuação e turbulência, e um filme que concerne a mutantes de ficção científica são aparentados: porque cada âmbito fala de uma orientação comum do gosto. Não se descobriu a ordem do caos, não só por não

se poder fazê-lo, como, e principalmente, porque interessa pouco”. (CALABRESE, 1987: 10)

O clipe localiza-se naquilo que o próprio Calabrese pontua como prazeres neobarrocos, evocando, assim, uma dinâmica das fissuras do desejo pela completude, quando tudo que o clipe pode oferecer é o incompleto, o corte, o rasgo. É preciso perceber o videoclipe: a) como este instrumental de comunicação que integra os conceitos do que é híbrido, reorganizando postulados culturais aparentemente bem estruturados e sendo, em si, um elemento negociador dos produtos culturais; b) como o evidenciador de uma estética da transtemporalidade, que permite não só perceber os próprios desgastes do audiovisual, mas também se tornar referência de um ponto de vista, de um local discursivo no tempo; c) como um objeto neobarroco, na medida em que seu consumo está articulado a princípios como prazer, série e fruição – ou o videoclipe como um instrumental comunicativo que proclama a superfície das referências intertextuais, dos restos comunicacionais e do êxtase do agora.

5.1 VIDEOCLIFE – LINGUAGENS E SUPORTES

Se de um lado a conjunção de códigos e tramas de linguagens, caso do videoclipe, viabiliza grandes complexidades expressivas, por outro, há nela uma fuga constante da normatividade. Enquanto as mensagens verbais são rigidamente estruturadas, na imagem, principalmente as de suporte tecnológico.

Por outro lado, a sonorização melódica musical como a imagética e a verbal, possuindo em si mesmas estruturas normativas, também possuem pontos de fuga nos quais se apóiam os discursos videográfico, ou seja, para a afirmação da linguagem videográfica é necessária a quebra, ou dobra (pontos de fuga), das várias linguagens outras que a constituem, amalgamando-se no híbrido videográfico (MACHADO, 1997).

Esse hibridismo é lido num transversamento do registro imaginário e o registro simbólico e suas inúmeras re-significações, neste sentido, as diferenças simbólicas ganham unidade pela possibilidade de releitura anárquica imaginária. Assim, o hibridismo videográfico é um fenômeno de significação e ressignificação norteado pela instabilidade das formas; e torna-se “um canal de expressão dentro da sociedade” (MACHADO,1997) operando numa região fronteira de interseção de linguagens cuja expressividade avança sempre e em múltiplas direções para outras expressões, relacionalmente.

Dentro de sua semantização, operam vários signos, que reformados transitam da denotação para a conotação. Dessa forma, a dinâmica criadora da instância comunicativa videográfica faz com que seu sistema de significante – ou suportes - opere por um repertório geral de tendências, testemunhando assim uma complexa simultaneidade de elementos os mais heterogêneos (ECO, 1982).

6.TEXTUALIDADE VIDEOGRÁFICA

Texto é a organização de mensagens que contenha unidade de significação, com coesão e coerência. Dizemos que um texto é coeso quando sua estrutura se compõe de partes inter-relacionadas, não havendo entre essas partes rupturas nem no nível da forma nem no do sentido. Quando se trata de sentido, estamos no campo da significação, e um texto é coerente quando as partes relacionadas (coesão) constroem conjuntamente o sentido do texto como um todo.

Observando, entretanto, a estrutura do videoclipe, pode-se afirmar que embora apresente rupturas no campo formal, sua coerência é garantida exatamente a partir dessas rupturas visto que, similar ao discurso poético, sua textualidade se dá nos desvios inerentes às linguagens, a verbal, a imagética e a sonora, em separado, mas que conjuntamente viabilizam seus pontos de fuga. (VASCONCELLOS, 1998)

O videoclipe, pode ser depreendido na análise de seus signos. É necessário, entretanto entender que o texto tem princípio em uma intencionalidade anterior, todo texto contém um pronunciamento dentro de um debate de escala mais ampla, se estrutura em função desse propósito, mas só pode ser entendido na sua “unidade de significação” para além do texto; dito de outra forma, a significação se realiza no contexto.

Tomar o videoclipe enquanto texto, portanto dentro de sua legibilidade, impõe observarmos nessa aglutinação de códigos quais diálogos e/ou conflitos são gerados afim de atentar para seus sentidos subjacentes ou, dito de outra forma, a intencionalidade (ou intencionalidades) que o pontuam. Se a linguagem enquanto fenômeno complexo funciona na dimensão de tempo e de espaço, o produto que dela e com ela é operacionalizado – qual seja, o texto, compreende essa mesma complexidade, e da mesma forma que temos o intertexto, temos o interdiscurso.

Diz-se discurso não o texto em si, mas algo que está para além do sentido do texto ou das formas utilizadas.

O discurso opera num nível extra-semiótico, ou seja, ele liga o pronunciamento textual às condições sócio-históricas que o originaram. O discurso é de carácter estritamente ideológico.

Tratar o discurso é vê-lo sob a perspectiva do dialogismo e da interação, daí seu carácter social e histórico. Dinâmico, seu carácter ideológico atua como fator de integração e coesão social na medida em que proporciona reconhecimento e práticas sociais ao grupo que dele se serve como o alimenta.

Por este aspecto, o ideológico, o discurso é correlato à organização social e sua hierarquia, portanto a seus valores de modo que ele pode, em princípio, servir à quaisquer ideologias. Toda formação discursiva corresponde a uma formação ideológica, contudo um texto pode ter formações discursivas diferentes e, nesse caso, haverá variações de sentido. (VASCONCELLOS, 1998)

À luz da videografia, considerando sua instabilidade formal, e tendo em vista que a legibilidade de um texto diz respeito diretamente ao processo de produção de sentido. À medida que o texto videográfico opera por aglutinação e/ou justaposição de imagens e tendo em vista que seu suporte imediato – a tela em dimensão pequena, “impõe” reduzido número de informações, sua legibilidade deve considerá-lo estilizado, abstrato, sua legibilidade não é tão direta.

O discurso videográfico opera por parataxe cujo processo expressivo compreende a apreensão da imagem do todo nas partes; sua simultaneidade compreende aspectos como natureza, intensidade, duração ou extensão, numa multiplicidade em que há entre os seus elementos uma “zona comum”, são blocos de significação cuja relação não é explícita.

A parataxe não admite a figura do receptor passivo visto que sua estrutura, sendo anárquica e polissêmica, requer certa autonomia do leitor que poderá articular seus sentidos em direções as mais variadas possíveis. O foco de sua narratividade obedece aos critérios de percepção, seleção e compreensão a que cada receptor se proponha. Visto por este prisma, o texto videográfico possibilita total subversão no sentido de reinventar funções e finalidade do aparato tecnológico.

8. LINGUAGEM MTV

8.1 A MONTAGEM NO VIDEOCLÍPE E SUA INFLUÊNCIA NO CINEMA

O ritmo no videoclipe pode não vir expresso exclusivamente através da edição (montagem), o que demonstra que o videoclipe é uma mídia extremamente plural, onde diversas formas de linguagens se imbricam. De acordo com MACHADO (2001), muitas vezes, se critica o clipe por sua montagem demasiado rápida, seus planos de curtíssima duração e o encavalamento de diversas tomadas dentro do mesmo quadro. (...) As imagens do clipe têm sido tão esmagadoramente contaminadas pelas suas trilhas musicais que acaba sendo inevitável sua conversão numa calculada, rítmica e energética evolução de formas no tempo.

O videoclipe deve ser tratado como uma mídia audiovisual constituída por imagens “pinçadas”, “recortadas” e que estas imagens não precisam necessariamente “durar” na tela. É a tônica de uma mídia galgada na velocidade das imagens, naquilo que já nasce fadado a ter um fim. Elas parecem feitas para serem “cortadas”, editadas, montadas, pós-produzidas. Estamos lidando com a idéia da montagem, que teve no cineasta russo Sergei Eisenstein, o seu maior entusiasta.

São as unidades constituintes do clipe, suas justaposições e conflitos de planos que poderão gerar uma primeira inferência acerca desta mídia. Como atesta Jacques Aumont, “a montagem consiste em três grandes operações: seleção, agrupamento e junção – sendo a finalidade das três operações obter, a partir de elementos a princípio separados, uma totalidade que é o filme.” (AUMONT, 1995: 54). Já de acordo com LEONE: “A justaposição de dois planos deve assemelhar-se a um ‘ato de criação’: cada corte deve gerar um conflito entre dois planos unidos, fazendo com que na mente do espectador surja um terceiro conceito que será precisamente aquilo que Eisenstein chama de *imagem*” (LEONE; MOURÃO, 1987: 51). Para Eisenstein, “o próprio pensamento lógico, considerado como arte, apresenta um (...) mecanismo dinâmico”. Ele continua: “(...) a montagem é o meio

de desdobrar o pensamento por meio de partes filmadas singulares. Mas, de meu ponto de vista, a montagem não é um pensamento composto de partes que se sucedem, e sim um pensamento que nasce do choque de duas partes, uma independente da outra (princípio “dramático”). [grifos do autor]” (apud ALBERTA, 2002 pg.85)

A teoria de Eisenstein é marcadamente formalista na sua concepção de entendimento do filme enquanto algo estrutural, regido por forças. O próprio cineasta se atém com afincos a identificar os pormenores constitutivos da obra cinematográfica, resgatando assim o princípio do método da imanência textual (no caso, aqui, o “texto cinematográfico”). O quadro fílmico, para Eisenstein, é uma célula de montagem, uma molécula e a noção de conflito vai estar no âmbito de sua articulação.

Para que um filme utilize a linguagem MTV, ele precisa utilizar esse tipo de montagem encontrada nos videoclipes. A primeira escolha é usar muitos *close-ups* em vez de planos abertos. Essa escolha retira o contexto que, quando presente, empresta credibilidade à seqüência. A segunda escolha é enfatizar o primeiro plano sobre o fundo do quadro. Se não forem usados planos com teleobjetivas, em vez de ângulos laterais, ou através do avanço do personagem para a frente do quadro, o que pode distorcer o personagem, ambas as escolhas levam ao mesmo resultado: retira o contexto visual. (DANGYGER, 2003)

O videoclipe agrega os conceitos de conflito gerador de idéia, além de ser considerado um objeto marcadamente desarmônico. E é pelo fato de ser desarmônico que o videoclipe rege tantas noções existentes na sociedade contemporânea. Neste sentido, a desarmonia existente no clipe é integradora de uma máxima da contemporaneidade que, de alguma maneira, “exige” a existência de forças criadoras que vão de encontro ao princípio estático da regularidade.

8.2 CONSTITUINTES DA LINGUAGEM DO VIDEOCLÍPE

Oscar Landi, J. Wyver, Peter Weibel, Arlindo Machado e Juan Anselmo Leguizamón são alguns dos estudiosos que se preocuparam com a normatização dos elementos visuais constitutivos do videoclipe e se esforçaram para detectar especificidades da linguagem do videoclipe, elencando uma série de características técnicas que apareciam na estrutura deste audiovisual. Eles deixaram estudos para que se entenda de que forma signos usualmente televisivos interagem, por exemplo, com formatos oriundos do cinema.

Oscar Landi chama essas características de “sintomas” da constituição da linguagem videoclíptica, e é considerada fundamental para que se possa desconstruir o videoclipe, gerando uma abordagem pedagógica do fenômeno. A “colagem” eletrônica, através da inserção de outras naturezas de imagem (vindas, inclusive, de outros gêneros audiovisuais) é apontada por LANDI como a “espinha dorsal” de onde se parte a real constituição da linguagem (não só do videoclipe, mas do vídeo). Aspectos como divisão e simultaneidade nas imagens videoclíptica geram a fragmentação da narrativa e do significado, podendo acarretar em adiamentos de sentido ou um “soterramento” deste sentido (o sentido encontra-se “submerso”, no meio das tramas de imagens “recortadas”).

De acordo com LANDI (1992), a manipulação digital de cores e formas pode gerar, no videoclipe, uma artificialidade na composição imagética através de transformações geométricas, destacamentos cromáticos ou efeitos gráficos. Neste sentido, podemos falar de uma proximidade do videoclipe com o conceito de consciência de realidade simulada. Constituintes de edição como a fusão e a sobreposição de imagens acarretam numa dissolução das unidades de planos, com possibilidade de gerar conflitos de ângulos e enquadramentos. LANDI se remete também a uma montagem rápida (planos que duram pouco na tela), a uma precisão na edição (corte) e ao uso de iluminação em semelhança com os *spots* publicitários. Tais elementos, logicamente, mais do que inseridos numa estrutura,

fazem parte de uma prática comunicacional, gerando, com isso, uma dependência entre forma e conteúdo acarretando numa interdependência contínua.

Para mapear a linguagem do videoclipe e identificar seus elementos constitutivos, é importante que se volte ao passado para mostrar a relação que se estabelece na idéia de sincronizar música e imagem – o princípio do que veio a se chamar videoclipe. Segundo WYVER (1992), desde o início do século XX as projeções de cinema eram acompanhadas por música, e a escolha da partitura estava relacionada ao teor das imagens apresentadas. Era a partir da imagem que se construía a música, um efeito inverso, se pensarmos como, mais comumente, se produzem os videoclipes atualmente.

Para BAZIN (1991), que já chamava o cinema de “linguagem impura”, pois agregava códigos do teatro, da dança, da literatura, rearticulando-os, o vídeo leva esta experiência ao extremo. Com a fácil mobilidade das câmeras, o vídeo não só acelerou (ainda mais) o processo de cognição do espectador, como impôs uma nova experiência do ver em sintonia com distorções, recortes e limitações típicas deste aparato técnico. Como observa Arlindo Machado, “uma semiótica das formas videográficas deve ser capaz de dar conta do fundamental hibridismo do fenômeno de significação na mídia eletrônica, da instabilidade de suas formas e da diversidade de suas experiências, sob pena de reduzir toda a riqueza do meio a um conjunto de regras esquemáticas e destituídas de qualquer funcionalidade”. (MACHADO, 1997: 192). O hibridismo no videoclipe proclama também uma espécie de estética da homenagem, inserindo, portanto, a discussão do clipe na dinâmica dos conceitos de intertextualidade e dialogismo postulados por Mikhail Bakhtin, respectivamente.

Dessa forma, o videoclipe se localiza em algum lugar no *agora*, a partir da perspectiva de que este lugar de onde é enunciado o clipe está em relação a outro (um passado ou um futuro), criando, assim, novas instâncias articulatórias de

linguagem. O videoclipe, como já propôs Juan Anselmo Leguizamón, proclama o agora etos evidência os desgastes da história do audiovisual.

8.3 A INFLUÊNCIA DO ESTILO MTV NA MONTAGEM CINEMATOGRAFICA

O estilo MTV é hoje associado principalmente à televisão, embora sua influência já tenha superado essa mídia. Evitando os objetivos tradicionais da montagem, inclusive a narrativa linear e a concentração na trama e no personagem, o estilo MTV tem recolocado a questão com um enfoque multilateral. Pode haver apenas uma história ou um personagem. Mas a semelhança é que lugar, sentimento e tom serão os princípios do videoclipe.

É também como o tradicional sentido de tempo e lugar das convenções que são usadas como referencia do tempo fílmico com o tempo real, que são substituídas por uma correlação bem menos direta. De fato, muitos vídeos musicais tentam estabelecer seus próprios pontos de referencia entre realidade e tempo fílmico. Isso pode significar grandes lapsos de tempo e espaços, e a vivacidade do resultado imagístico que permite uma nova correlação. No mundo do vídeo clipe, o lugar real é o menos importante. De fato, nada é tão importante quanto as referências à outros meios de comunicação e outras formas, as paisagens da ficção científica e a filme de terror. E, em relação ao tempo, em vídeo musical, o tempo é qualquer um. (DANCYGER, 2003). O estilo MTV rejeita a narrativa tradicional e é considerado poderoso por conquistar a imaginação do público.

Embora os experimentos antinarrativos de Luis Buñel em “O cão andaluz” (1929) e “L’age d’Or” (1930) carregue algumas similaridades com o videoclipe contemporâneo, a base do formato é a música que tem uma narrativa tanto quanto personagem. Isso significa que temos de olhar para os dois primeiros filmes dos Beatles, “Beatles – Os reis do iê-iê-iê” (1964) e Help! (1965) como um ponto de partida de meados dos anos 60. Muito rapidamente, os filmes de Lester combinaram-se com os filmes de Jonh Boorman com The dave Clark five, “Haven

a Wild Weekend” (1965). Mais tarde, “A Fanny Thing Happened on the Way to the Forum” (1966) de Lester e a série de filmes não musicais The Mounthy Python que se seguiram em 1970 (End Now for Something Completely Different, [1972], The Mounthy Python e o Santo Graal, [1975], e A vida de Bryan, [1979]). adicionaram novos elementos estilísticos ao novo gênero. (DANCYGER, 2003).

Os filmes de Laster, como “Beatles – Os reis do iê-iê-iê” e Help! – podem ser considerados musicais porque os personagens principais são músicos, mas podemos encontrar aqui os primeiros elementos estilísticos do videoclipe, com sua base em música, com uma narrativa não sendo muito importante, dando mais atenção ao sentimento, um dos objetivos centrais desta linguagem.

No estilo MTV, os *close-ups* são usados para gerar uma intensidade menos específica. Ritmo e subjetividade não são usados com frequência para nos lançar no arco dramático. Em vez disso, eles são usados para intensificar o efeito do *set piece* que pode ou não contribuir para o arco dramático. O estilo MTV é mais claramente compreendido se a estrutura da narrativa está estabelecida como uma narrativa linear e se, em vez de narrativa, é visto como uma série de *set piece*. Nesse sentido, o estilo MTV subverte a experiência linear e valoriza a cena sobre a sequência, um ato ou todo o filme.

O imaginário no texto videográfico se coloca tanto no criador como no receptor, se a condição imaginária é inerente ao criador, ela o ratifica na interação com o receptor. O traço marcante dessa interação está no aspecto de ludicidade que envolve a ambos. Ou seja, o imaginário do criador se predica nas apostas de sentidos que caracterizam o videoclipe; apostar em sentidos significa colocar em situação lúdica.

Nesse sentido, o texto videográfico se configura em teia de aposta de sentidos em busca de uma interdiscursividade para quem cria e para quem recebe à medida que disponibiliza grande número de possibilidades de significação. A

música ou o sonoro, sendo um campo propício à divagação, à transgressão, quando associada à imagem, outro código, ganha uma potencialidade imaginária muito maior. A junção de dois ou mais códigos só o faz na condição de tradutibilidade que também contém em si a imaginação, visto que traduzir pode ser lido como transporte de algo de um campo para outro. Se considerarmos que a faixa infanto-juvenil compreende o período em que essa não normatividade é mais acentuada, o videoclipe, em sua anarquia polissêmica, traduz eficientemente esse imaginário, corroborando-o.

Podemos dar como exemplo de filmes que utilizam essa linguagem “Assassinos por Natureza” de Oliver Stone (1994), “In the mood for love” de Wong Kar-wai (2000), “O tigre e o dragão” de Ang Lee (2000), “Na linha vermelha” de Terence Malick (1998) e “O resgate do soldado Ryan” de Steven Spielberg (1997)

8.4. O CURTA METRAGEM E A LINGUAGEM MTV

Em pouco mais de cem anos, já houve três padrões de durações para os filmes: quarenta e cinco segundos, quinze minutos, duas horas. Estabelecido pelos irmãos Lumière em 1895, o primeiro padrão, foi de 45 a 50 segundos. O filme usado pelos Lumière vinha em rolos de 35 mm de largura por 15 metros de comprimento, os quais, passando pelo cinematógrafo na velocidade média de então (entre 16 e 18 quadros por segundo) dava um tempo de filmagem e de projeção em torno de 45 a 50 segundos.

Alguns anos depois, se descobriu que os filmes podiam ser montados, a princípio apenas emendados fisicamente uns nos outros, e logo conceitualmente agrupados para contar uma única história. Teoricamente, os carretéis dos projetores poderiam crescer indefinidamente. Mas não as latas em que os filmes prontos eram armazenados e transportados. Por isso, a partir da virada do século 19 para o século 20, o padrão de duração dos filmes exibidos nos cinemas do mundo inteiro, passou a ser de 13 a 15 minutos - exatamente o tempo de projeção, com a velocidade média da época, de mil pés de filme 35 mm, ou o

conteúdo máximo de uma lata, a unidade básica de armazenamento e transporte dos filmes de uma sala de exibição para outra. Em seguida foram feitas experiências de filmes mais longos. Mas não eram filmes de 30 ou 45 minutos, eram filmes de 2 ou 3 latas, de 2 ou 3 rolos. Ou seja, a unidade padrão permanecia. (BRASIL, 1992)

A primeira experiência bem sucedida comercialmente de um filme de duração muito acima do padrão foi feita por David Wark Griffith, nos Estados Unidos, em 1915, com "O Nascimento de uma nação", um filme de mais de duas horas de duração.

A partir da década de 20, no mundo inteiro, entende-se "filme" como uma história contada em imagens (e, mais tarde, também sons) com duração entre 90 e 120 minutos. Qualquer coisa que sair deste padrão necessita de um qualificativo extra: filme de curta-metragem, filme de duração extraordinária.

Mas, apesar de ter sido superado como padrão, o curta-metragem permaneceu na história do cinema como duração alternativa para alguns tipos específicos de filmes como as comédias ligeiras e o cinema experimental. Também no campo do documentário e do filme social, principalmente a partir dos anos 40, com os trabalhos dos ingleses John Grierson e Basil Wright, o curta-metragem de 20 a 30 minutos permanece como padrão, outro que também vai mais tarde aumentar de tamanho para chegar à televisão. (BRASIL, 1992)

É possível encontrar no curta metragem um grande números de características do estilo MTV, principalemnte nos trabalhos de Luís Bruñel, Maya Daren, Stan Brakhage e Andy Warhol. Os trabalhos de Bruñel e Daren têm, particularmente, muitas características com essa linguagem. De acordo com DANCYGER (2003), todos eles realizadores também criaram um estilo distinto e criaram uma identificação tão grande com o público através de seus trabalhos quanto Lester criou em seus filmes dos Beatles. A única diferença entre os idealizadores e o estilo MTV é o papel do som, particularmente da música, como base do formato.

Sob o ponto de vista visual, no entanto, o estilo MTV tem muito em comum com o curta-metragem, particularmente o filme experimental.

CONCLUSÃO

A partir das colocações feitas e, considerando ainda que a formação cultural de jovens e crianças têm sido fomentadas por expressões como o videoclipe cuja dinâmica favorece toda uma recepção sinestésica das mensagens veiculadas por este meio, depreende-se a necessidade de reflexões que subsidiem leituras críticas dos meios como forma de mediação entre os sentidos, quase sempre autorizados, que são veiculados e a produção social desses mesmos sentidos.

O entendimento das manifestações culturais da contemporaneidade implica em elucidar seu caráter de multiplicidade visto que há tantas culturas quantos diferentes modos de configuração da vida social evidenciando que as formas interativas de comunicação, caso das poéticas digitais, vêm desmistificando a homogeneidade na qual a época presente tanto tem investido.

Dentre as várias manifestações culturais infanto-juvenis, a música particularmente tem se mostrado representante de toda essa mistura de vertentes, colocando o massivo e o popular como interfaces da realidade expressa; quando incorporada à imagem, caso do videoclipe, seu hibridismo fica ainda mais acentuado, criando uma intervenção muito favorável não só quanto à cultura popular como para suas causas mais diretas.

Se por um lado o hibridismo videográfico compreende uma complexidade semiótica que busca exprimir o modo de conhecimento do homem contemporâneo, por outro, toda essa produção deslança para uma interconexão com o imaginário, tornando elástica as estruturas discursivas para movimentos de deslocamento e condensação, tal fato repercute na recepção dos videoclipes nas faixas infanto-juvenis exatamente por provocar uma identidade com a estrutura do imaginário destes.

O videoclipe é lançador de tendências visuais do meio audiovisual, superando até mesmo o cinema, quando falamos de imagem. O videoclipe enquanto execução é mais rápido e ágil. Enquanto no cinema você trabalha em um projeto, normalmente (média) durante um ano ou um ano e meio, projetos de videoclipe tem a pressão do mercado fonográfico por isso tem uma preocupação, enquanto tempo de produção e realização, muito mais apertada.

Por estar relacionado ao universo da música, que constantemente possui uma abordagem temática subjetiva, os produtores de cinema procuram se valer desta mesma subjetividade na realização. Isso proporciona um universo gigantesco de novas possibilidades e sobretudo inovação, colocando o videoclipe na vanguarda no que se refere a linguagem audiovisual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTA, F. **Eisenstein e o construtivismo russo**. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

AUMONT, J. e outros. **A Estética do Filme**. Campinas: Papirus, 1995.

BAKHTIN, M. **Questões de Literatura e de Estética**: a teoria do romance. Tr. Aurora Fornoni Bernardini *et alii*. São Paulo: UNESP/Hucitec, 1990.

BAZIN, A. **O Cinema, ensaios**. Rio de Janeiro. Ed.Brasiliense, 1991.

BAZIN, A. **Qu'est-ce le cinéma?** Paris: Editoins du Cerf, 1975.

BENJAMIN, W. "A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica" In: **Os pensadores**. Benjamin, Habermas, Horkheimer, Adorno. São Paulo: Victor Civita, 1983.

BERNARDET, Jean-Claude, **A prática da dramaturgia como laboratório social**, artigo publicado no Caderno 2, de O Estado de S.Paulo, 08/09/2002

BRASIL, Giba Assis, texto publicado no Catálogo "**5 Anos de Curta nas Telas**", SMC/Porto Alegre, setembro de 2001.

CALABRESE, O. **A idade neobarroca**. Lisboa: Edições 70, 1987.

CARVALHO, V. **História, arte e indústria do videoclipe**. Recife, 1992. Monografia (Graduação em Comunicação Social) – Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal de Pernambuco. 37 f.

CARVALHO, N. de. **Publicidade, a Linguagem da Sedução**. São Paulo: Ática, 2001.

CHARNEY, L. & SCHWARTZ, V. R. **O Cinema e a Invenção da Vida Moderna**. Tr. Regina Thompson. São Paulo: Cosac & Naify, 2001.

COELHO NETTO, J. T. **Semiótica, Informação e Comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

COSTA, A. **Saber Ver el Cine**. Tr. Carlos Losilla. Barcelona, Espanha: Paidós, 1988.

COSTA, M. C. C. Estética dos Meios de Comunicação. In: **Gestão de processos comunicacionais**. São Paulo: Atlas, 2002.

COVALESKI, R..**Cinema e Publicidade Televisual: Interfaces Comunicacionais** Curitiba, 2003. 287 pg Tese. Universidade Tuiuti, Paraná.

DANCYNGER, K. Técnicas de Edição de Vídeo para Cinema e Vídeo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DELEUZE, G. **La logique de la sensation**. Paris: Ed. De la Différence, 1981.

ECO, U. **Sobre os Espelhos e Outros Ensaios**. Tr. Beatriz Borges. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

EISENSTEIN, S. **A forma do filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1990.

EISENSTEIN, S. **O Sentido do Filme**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1990.

FIORIN, J. L. & SAVIOLI, F. P. **Para Entender o Texto – Leitura e Redação**. São Paulo: Ática, 1992.

FIORIN, J. L. **Elementos de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2000.

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

LEGUIZAMÓN, J A. **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.

LEONE, E; MOURÃO, M D. **Cinema e montagem**. São Paulo: Ática, 1987.

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

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

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

MACHADO, A (org.). **Made in Brasil – Três décadas do vídeo brasileiro**. São Paulo: Itaú Cultural, 2003.

McLUHAN, M. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. Tr. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1979.

METZ, C. **A Significação do Cinema**. Tr. Jean-Claude Bernardet. São Paulo: Perspectiva, 1977.

METZ, C. **Linguagem e Cinema**. São Paulo: Perspectiva, 1980.

METZ, C. *et al.* **Cinema, Estudos de Semiótica**. Tr. Luiz Felipe Baêta Neves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1973.

PIGNATARI, D. **Informação Linguagem Comunicação**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2002.

PIGNATARI, D. **Letras. Artes. Mídia**. Rio de Janeiro: Globo, 1994.

PIGNATARI, D. **Signagem da Televisão**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

PLAZA, J. & TAVARES, M. **Processos Criativos com os Meios Eletrônicos: Poéticas Digitais**. São Paulo: Hucitec, 2000.

SAES, P. H. M. **Procedimentos de Arquitetura do Sentido no Discurso Publicitário**. São José do Rio Preto: UNESP, 2000.

WILLIAMSON, J. **Decoding Advertisements** – Ideology and Meaning in Advertising. Londres: Marion Boyars, 1994

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

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

CONSULTAS À INTERNET

ALCÂNTARA, B. **Lupe Cotrim Garaude**. Disponível em <http://www.fortalnet.com.br/beatrizalcantara/ensaios_lupe.htm>. Acesso em 15 mai. 2005.

ALVES, R. **Cinema Cibernético e o Trânsito dos Signos** – entrevista com Pedro

Nunes. Disponível em

<<http://www.decos.ufal.br/multireferencial/textos/entrevista1a.htm>>. Acesso em 15 mai. 2005. 188

ARAUJO, D. C. **Hibridação e a “Estética da Hipervenção”**. Disponível em <www.iar.unicamp.br/GTcompos2001/denize.html>. Acesso em 15 mai. 2005.

ARAÚJO, R. **O Papel da Intertextualidade**. Disponível em <http://www.citi.pt/estudos_multi/rute_araujo/intertextualidade_papel.html>. Acesso em 15 mai. 2005.

CONSULTAS A PERIÓDICOS

ARAUJO, D. C. Pós-modernidade: Uma Prática Antropofágica. In: **Significação – Revista Brasileira de Semiótica**. São Paulo: Annablume, 2000.

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

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